

Jorge Buzzo Araujo



# ZEBRAS CAOLHAS

O Design de Tipos Brasileiro  
Contemporâneo  
em Sete Olhares

Universidade de São Paulo  
Escola de Comunicações e Artes  
São Paulo – 2025

**ZEBRAS  
CAOLHAS**



JORGE BUZZO ARAUJO

# ZEBRAS CAOLHAS

○ Design de Tipos Brasileiro  
Contemporâneo  
em Sete Olhares

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel pelo Curso de Comunicação Social – Habilitação em Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Orientador: Prof. Dr. Plinio Martins Filho.

SÃO PAULO  
2025

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

Dados inseridos pelo autor

---

Araujo, Jorge Buzzo

*Zebras Caolhas: O Design de Tipos Brasileiro Contemporâneo em Sete Olhares* / Jorge Buzzo Araujo; orientador, Plinio Martins Filho – São Paulo, 2025.  
288 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Departamento de Jornalismo e Editoração / Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.

Bibliografia.

1. Design de Tipos. 2. Tipografia. 1. Martins Filho, Plinio.  
II. Título.

CDD 21.ed. – 686

---

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado – CRB-8/6194

**JORGE BUZZO ARAUJO**

**ZEBRAS CAOLHAS:  
O Design de Tipos Brasileiro  
Contemporâneo em Sete Olhares**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel pelo Curso de Comunicação Social – Habilitação em Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Orientador: Prof. Dr. Plinio Martins Filho.

Aprovado em: / /

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Plinio Martins Filho (Orientador)  
ECA-USP

---

Profa. Dra. Priscila Farias  
FAU-USP

---

Prof. Sérgio Nicodemo  
Senac São Paulo



À minha bicicleta  
e aos meus cachorros.



# Agradecimentos

Agradeço, amplamente e acima de tudo, a todos os entrevistados da pesquisa: Caio Kondo, Daniel Sabino, Emerson Eller, Fabio Haag, Gabriel Figueiredo, Ricardo Esteves e Rodrigo Saiani. A disponibilidade de cada um foi de extrema gentileza e rendeu conversas valiosíssimas. Fico lisonjeado com a oportunidade e contente de poder transmitir todo esse material neste projeto.

Agradeço, também com suma importância, ao professor Plinio Martins Filho, orientador deste trabalho e meu chefe desde o primeiro semestre da faculdade. Por tudo que me ensinou e todas as oportunidades que me proporcionou, serei eternamente grato.

Agradeço a meus pais, Beto e Madá, por tanta coisa que seria banal tentar descrever em palavras. Ao meu irmão, Theo, e a minha cunhada, Taís, pelo apoio que é ainda mais importante do que devem perceber. Ao meu sobrinho, Martim, por me lembrar do quanto eu gosto de robôs e sorvete. A meus avós, Dona Jamile e Seu Braz, e Dona Dirce e Seu Zé (o único dos quatro ainda conosco), por me presentearem com toda a cultura que levo no coração.

Agradeço aos meus amigos de longa data, por serem um apoio fundamental com que posso sempre contar, e por me trazerem descanso nas horas mais que necessárias. Em especial, ao Rafael e à Stella, por serem como irmãos para mim; e à Giulia, por sempre iluminar o dia, até os mais desgastantes.

Aos colegas de faculdade, agradeço em especial à Ana Livia, Isabella, Maria Paula e Sofia, por cada risada e cada café. Sem o acolhimento de

vocês, não teria forças para concluir o curso. Desejo toda a sorte para cada uma no resto de suas jornadas na universidade.

Agradeço, sem exceção, a todos os professores com quem pude compartilhar a sala de aula. Em especial, ao professor Jean Pierre Chauvin, por ensinar e ouvir com igual sinceridade; à professora Débora Tavares, por reacender minha paixão por haicais; e à professora Giuliana Ragusa, pelo semestre mais inspirador da minha graduação.

Agradeço a meus colegas da Editora da Universidade de São Paulo pelo acolhimento e por tudo que me ensinaram. Em especial, à Cristiane, com quem mais aprendi durante essa jornada, por toda a gentileza e paciência; e à Regina, por sempre me lembrar de seguir os dias com mais leveza.

Agradeço a todos os meus companheiros de greve por toda a nossa luta. Foi por causa dela que tive tanto a possibilidade de concluir minha formação quanto a energia para chegar a essa conclusão. Que cada um tenha a mesma possibilidade e a mesma energia.

# Resumo

Este trabalho se propõe a adentrar o cenário contemporâneo do design de tipos brasileiro. Para isso, foram entrevistados sete designers de tipos que coordenam sete fundições de tipos digitais brasileiras de relevância e com produção ativa no mercado. Essas entrevistas serviram de base para a criação de uma apresentação panorâmica de cada fundição, que vem junto da descrição de cada catálogo de tipos disponíveis para licenciamento. Por fim, apontamentos gerais sobre o design de tipos nacional são feitos comparando todas as entrevistas entre si e com dados de pesquisas internacionais sobre licenciamento de tipos. Os objetivos desta monografia são colaborar com o campo de pesquisa tipográfico brasileiro, ainda mais em uma época importante para a produção de tipos nacional, e fomentar o estudo da tipografia de maneira geral dentro do curso de Editoração.

**PALAVRAS-CHAVE:** design de tipos; tipografia; design brasileiro contemporâneo.

# Abstract

This work tries to delve into the current scene of Brazilian type design. For this, seven type designers who own seven active and relevant Brazilian digital type foundries. These interviews were the basis for an overview of each foundry that included a full description of their retail type catalogues. Finally, general notes about Brazilian type design are made by comparing the interviews with each other and with data from international survey reports on type licensing. This monograph's goals are to contribute to the Brazilian's field of typographic research and to stir typographic studies in general within the Book Publishing course.

**KEYWORDS:** type design; typography; contemporary Brazilian design.

# Sumário

Introdução .....	15
Esclarecimentos Metodológicos.....	19
1. Re(Capitular): Breve Contexto Histórico do Design de Tipos no Brasil.....	35
2. Blackletra: Com Daniel Sabino .....	55
3. Eller Type: Com Emerson Eller.....	65
4. Fabio Haag Type: Com Fabio Haag .....	73
5. Inari Type: Com Caio Kondo.....	87
6. Outras Fontes: Com Ricardo Esteves.....	99
7. Plau: Com Rodrigo Saiani .....	107
8. Typeóca: Com Gabriel Figueiredo .....	127
9. Resultados da Pesquisa: Alguns Apontamentos Gerais Sobre o Design de Tipos Brasileiro Contemporâneo .....	133
Considerações Finais .....	145

## **APÊNDICES**

<b>A. Glossário de Termos Tipográficos.....</b>	<b>149</b>
<b>B. Amostra Selecionada dos Tipos Estudados .....</b>	<b>159</b>

## **ANEXOS**

<b>1. Entrevista com Daniel Sabino .....</b>	<b>175</b>
<b>2. Entrevista com Emerson Eller .....</b>	<b>179</b>
<b>3. Entrevista com Fabio Haag .....</b>	<b>195</b>
<b>4. Entrevista com Caio Kondo .....</b>	<b>207</b>
<b>5. Entrevista com Ricardo Esteves .....</b>	<b>229</b>
<b>6. Entrevista com Rodrigo Saiani .....</b>	<b>247</b>
<b>7. Entrevista com Gabriel Figueiredo .....</b>	<b>251</b>
<b>8. Tabela Informacional do Acervo de Tipos para Varejo Estudado.....</b>	<b>257</b>

<b>Índice de Profissionais do Tipo: Designers de Tipos, Fundidores, Impressores, Punctionistas e Tipógrafos ..</b>	<b>265</b>
<b>Índice de Fundições e Tipografias Citadas .....</b>	<b>269</b>
<b>Índice de Tipos Citados .....</b>	<b>271</b>
<b>Referências .....</b>	<b>277</b>

# Introdução



O design de tipos caminha junto com a editoração desde a criação do livro impresso. Johannes Gutenberg (*c.* 1393-1468), quando inventou a prensa de tipos móveis, também inventou o minucioso processo de criação dos próprios tipos móveis, com o uso de um molde manual, punções de aço, matrizes de cobre e uma liga de metais derretida para fundir peça por peça. A princípio muito baseado na caligrafia, o design de tipos foi sendo inovado e se estabelecendo como técnica própria por grandes figuras como o franco-italiano Nicolas Jenson (1420-1480), o francês Claude Garamond (1480-1561), o italiano Giambattista Bodoni (1740-1813) e a família inglesa Caslon, entre tantos outros.

No Brasil, o design de tipos é muito mais recente e nasce na era digital, no final dos anos 1980. Em um ofício com perío de seiscentos anos, quarenta anos de história é um capítulo curtíssimo, mas a produção durante esse tempo é significativa e não pode passar despercebida. Infelizmente, são poucos os estudos que documentam e se aprofundam nessa produção, ainda mais sobre o seu período mais atual, da década de 2010 e dos primeiros anos da de 2020. Ainda por cima, é durante essa época que o mercado brasileiro de tipos passa por uma grande

profissionalização e expansão, com designers de tipos e fundições bem estabelecidas que, além de produzir tipos para varejo, têm projetos personalizados para empresas nacionais e internacionais de renome.

No curso de Editoração da Universidade de São Paulo, não há nenhuma disciplina focada em tipos<sup>1</sup>: nem em seu design, nem na tipografia, ou seja, seu uso. A tipografia, em específico, como já mencionado, é parte fundamental da editoração e qualquer projeto editorial passa por decisões tipográficas – na escolha dos tipos que serão usados e como serão usados. Isso mostra a grave lacuna que há no diploma, que forma editores sem conhecimento aprofundado de uma etapa essencial do processo editorial.

Esta pesquisa nasce da percepção dessas duas necessidades que acabam por se complementar: a escassez de trabalhos voltados ao design de tipos brasileiro contemporâneo e a lacuna na formação em tipografia do curso de Editoração da ECA-USP. São então os objetivos maiores deste estudo: 1. colaborar com o campo de pesquisa tipográfico brasileiro, ainda mais em uma época importante para a produção de tipos nacional; e 2. fomentar o estudo da tipografia de maneira geral dentro da nossa graduação.

O trabalho voltou-se então para a apresentação de algumas fundições, ou seja, os estúdios de design que criam tipos, relevantes no design de tipos brasileiro contemporâneo, bem como seus projetos. Foram entrevistados sete designers de tipos brasileiros que coordenam suas próprias fundições, que não só apresentaram seus trabalhos como também discutiram de modo amplo o design de tipos nacional atualmente, suas questões comerciais e mercadológicas, acontecimentos importantes para o setor e uma série de outros pontos, cada um acrescentando com

1. Cf. Universidade de São Paulo, “Estrutura Curricular: Comunicação Social – Habilitação em Editoração”, *JupiterWeb*, s. d., disponível em: [www.uspdigital.usp.br/jupiterweb/listarGradeCurricular?codcg=27&codcur=27011&codhab=302&tipo=N](http://www.uspdigital.usp.br/jupiterweb/listarGradeCurricular?codcg=27&codcur=27011&codhab=302&tipo=N). Acesso em: 18 abr. 2025.

sua especialização. Com esses aprofundamentos, junto de uma contextualização histórica do design de tipos no Brasil desde a fundação do país, tenta-se tirar conclusões gerais sobre o design de tipos nacional: sua evolução, estado atual, possíveis caminhos futuros, encaixe com tendências globais etc.

O título desta monografia vem de um pantograma criado pela professora e designer de tipos Priscila Farias que se tornou comum na língua portuguesa: “zebras caolhas de Java querem mandar fax para moça gigante de New York”. Os pantogramas são usados para testar tipos; assim, se vê todas as letras em uso. Além disso, serve de homenagem à antiga coleção de catálogos de tipos *Zebras Caolhas*, coordenada pela própria professora, e que amostravam os tipos desenhados na disciplina de Tipografia Digital no bacharelado em Design Gráfico no Centro Universitário Senac no começo dos anos 2000.

## ESTRUTURA

O primeiro capítulo, “Re(Capitular): Breve Contexto Histórico do Design de Tipos no Brasil”, traça um contexto histórico do design de tipos e das fundições no Brasil, da era física à digital, tentando levantar a maior quantidade possível de bibliografia relevante.

Do segundo ao oitavo capítulos, são apresentadas as fundições de tipos, baseando-se nas entrevistas com os designers que as coordenam. Mostramos o trajeto da carreira do designer até a criação da fundição, o histórico da fundição até atualmente, a classificação e descrição de cada um dos tipos para varejo produzidos, uma análise mercadológica da produção para varejo e o ponto de vista do designer sobre o momento atual do design de tipos nacional de maneira geral, além de suas vontades para o futuro do seu trabalho.

O nono capítulo, “Resultados da Pesquisa: Alguns Aportamentos Gerais Sobre o Design de Tipos Brasileiro Contemporâneo”, tenta levantar a maior quantidade possível de dados

quantitativos e qualitativos sobre todas as fundições e tirar conclusões relevantes comparando-os entre si, com o design de tipos nacional antigo e o design de tipos global atual.

O décimo capítulo, “Considerações Finais”, reflete sobre a pesquisa e visa concluir a investigação sobre essa parcela do design de tipos brasileiro contemporâneo.

O Apêndice A, “Glossário de Termos”, traz explicação minuciosa dos termos relacionados a tipos e tipografia usados dentro desta pesquisa.

O Apêndice B, “Amostra Selecionada de Tipos Estudados”, faz um catálogo em miniatura, com um tipo de cada fundição examinada apresentado mais detalhadamente.

Os Anexos são todas as entrevistas, na íntegra, a fim de preservar esses documentos, além de uma tabela completa com todas as informações de cada tipo estudado.

# Esclarecimentos Metodológicos



Para esta pesquisa, primeiramente foi feito um levantamento bibliográfico da produção acadêmica sobre o design de tipos brasileiro, visando entender o que já havia sido pesquisado e quais eram algumas das lacunas, mas principalmente para montar um alicerce de conhecimento sobre a área e obter fundamentos que orientassem a pesquisa.

Depois disso, foram selecionados alguns designers de tipos brasileiros com produção ativa atualmente para estender convites para entrevistas, que serviriam como base para escrever capítulos sobre suas produções e fundições de tipos digitais.

O terceiro passo foi analisar profundamente o acervo de tipos para varejo de cada uma das fundições, tendo cuidado de fazer uma classificação tipográfica minuciosa que serviria de base estatística para os resultados da pesquisa.

Por fim, como experimentação editorial, em vez de apenas mostrar figuras de cada tipo, uma pequena amostra foi inserida às margens do texto e foi montado um “catálogo em miniatura” com um tipo selecionado por cada fundição estudada, composto com base em um levantamento iconográfico de catálogo de tipos desde o século XVIII até os dias de hoje. A princípio, o catálogo seria completo, mostrando cada um dos 78 tipos do acervo em

varejo estudado, mas foi cortado para apenas sete para atender ao prazo de entrega do trabalho.

Percalços específicos desta monografia estão esclarecidos nos subcapítulos a seguir.

### NOMENCLATURAS E TERMINOLOGIAS

Qualquer estudo sobre tipografia no Brasil sofre com a inconsistência nos termos tipográficos em português. André Stolarski, ao traduzir o fundamental *Elementos do Estilo Tipográfico*, de Robert Bringhurst, escreve:

O maior desafio envolvido nesta tradução consiste certamente na ausência de referências oficiais acessíveis sobre terminologia tipográfica em língua portuguesa e na inconsistência do uso desse vocabulário no Brasil.

Há três causas para isso: nossa curta tradição tipográfica (de todo modo mais ligada ao uso que à produção de tipos); a desmontagem do saber específico baseado na produção mecânica com a substituição da base produtiva por equipamentos digitais nas décadas de 1980 e 1990; e a poderosa imposição do uso da terminologia inglesa no cotidiano dos designers pelos programas utilizados nesses mesmos equipamentos. É uma situação irônica, uma guerra de termos que acontece justamente no momento em que a tipografia amplia seus adeptos e se profissionaliza em um ritmo sem precedentes no país<sup>1</sup>.

Há, por essa razão, a necessidade de ser decidida uma padronização na terminologia deste trabalho, que seguirá, em maior medida, justamente a usada por André Stolarski para a tradução da obra de Bringhurst, que contou com trabalho extensivo de levantamento bibliográfico e referenciação cruzada com uma série de profissionais e acadêmicos da tipografia, estabelecendo

1. André Stolarski, “Apresentação à Edição Brasileira”, em Robert Bringhurst, *Elementos do Estilo Tipográfico*, versão 4.0, São Paulo, Ubu, 2018, pp. 11-12.

possivelmente o glossário mais completo e atualizado sobre tipografia e desenho de tipos que temos no Brasil atualmente. Essa nomenclatura fica explícita nos glossários de caracteres, de termos e inglês-português do livro<sup>2</sup>.

Junto à tradução, também foi usado o trabalho da profa. Priscila Farias, “Notas para uma Normatização da Nomenclatura Tipográfica”<sup>3</sup>, que, além de trazer discussões importantes com base na pesquisa de Stolarski, faz uma ótima síntese sobre os termos anatômicos do tipo.

Para facilitar a discussão e o texto da pesquisa, foi desenvolvido um glossário próprio, fundamentado nos dois trabalhos citados, com foco apenas nos termos usados dentro deste trabalho.

De qualquer maneira, fez-se importante esclarecer dois termos antes de adentrarmos no trabalho, já que serão usados extensamente na pesquisa: *tipo* e *fundição*, justamente os nossos dois grandes objetos de estudo.

*Tipo* vem da falta de um termo definitivo em português para o que inglês é chamado de *typeface* (face de tipo, em português), isto é, um design para letras, números e símbolos que tem suas características regulares e pode se expandir em algumas variações, seja de estilo (como o itálico), de peso (como o negrito) ou de largura (como o condensado), entre outros. Conforme nossa bibliografia, nomearemos esse conceito de *tipo*. É sinônimo disso o termo *face*. Caso um tipo tenha variações, pode ser chamado de *família tipográfica*, ou simplesmente *família*. Cada variação dentro de uma família é chamada de *fonte*. Quando referidos por nome, os tipos são tradicionalmente referidos no feminino (como a Times New Roman; a Arial; a Bodoni).

2. Robert Bringhurst, *Elementos do Estilo Tipográfico*, pp. 344-380 e 421-424.
3. Priscila Lena Farias, “Notas para uma Normatização da Nomenclatura Tipográfica”, *Estudos Sobre Tipografia: Letras, Memória Gráfica e Paisagens Tipográficas*, São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2016, Tese de Livre-Docência em Design, pp. 9-18.

No nosso cotidiano, fonte é o termo popular para os tipos. Essa é uma palavra emprestada do francês *fonte* (fundido, em português) que foi disseminada para o público geral principalmente na era digital, quando a Microsoft e a Apple decidiram usar esse termo para as famílias tipográficas. Porém, na origem da palavra, sua definição era diferente: uma fonte era um tipo com estilo e corpo definidos (por exemplo, Times New Roman Regular 12 pt). Essa definição mais estrita será mantida nesse trabalho, de acordo com nossas duas bases bibliográficas, com apenas uma mudança contemporânea (também de acordo): não se dá mais importância ao corpo das fontes, afinal, na tipografia digital, pode-se mudar à vontade o tamanho dos glifos, ao contrário da tipografia física, onde as fontes eram punctionadas e fundidas para cada corpo específico. Outro termo muito usado para tipos, principalmente no meio editorial, é “tipologia”. Até mesmo dicionarizado, não é usado na nossa bibliografia e não será usado aqui, com inclusive Farias<sup>4</sup> e também o designer de tipos e professor Claudio Rocha<sup>5</sup> ressaltando que o uso deve ser evitado – mesmo porque não faz sentido etimológico, com o sufixo *-logia* sendo reservado para indicar o estudo ou a ciência de algo. Tentou-se estabelecer esse termo como o estudo sobre a tipografia – Farias o menciona como tal<sup>6</sup> e já foi dicionarizado nesse sentido –, mas não se normatizou, talvez por já ser mais estabelecido nos campos da antropologia e da teologia.

Os termos tipo e face têm duas outras definições: tipo pode se referir ao tipo móvel, ou seja, a unidade física de um glifo, fundida em metal ou cortada em madeira; e face à área em relevo dos tipos móveis, que receberá a tinta e será impressa. Para evitar

4. *Idem*, p. 11, nota 5.

5. Claudio Rocha, “O Ofício do Tipógrafo e o Mercado Tipográfico”, em Priscila Farias e Gustavo Piqueira (orgs.), *Fontes Digitais Brasileiras: De 1989 a 2001*, São Paulo, ADG Brasil/Rosari, 2003, p. 9.

6. Priscila Lena Farias, “Notas para uma Normatização da Nomenclatura Tipográfica”, p. 11.

ambiguidades, o primeiro será chamado de *tipo móvel* – o segundo não é utilizado com essa definição neste trabalho e não apresenta esse problema.

*Fundição de tipos*, ou simplesmente *fundição*, é um termo que sobrevive até hoje desde a criação dos tipos em metal. Dizia-se das oficinas onde se fundiam os tipos móveis em uma liga de chumbo, por isso o nome. Era também onde se criavam o desenho das fontes, seja por um punctionista, na forma tradicional, ou por um designer de tipos especializado (ou seja, não cuidava da produção física dos tipos móveis), que só se configurou como profissão no início do século xx. As oficinas que utilizavam outros métodos físicos de produzir tipos, sendo a gravação de tipos móveis em madeira ou de tipos em filme fotográfico, não se chamavam de fundições, justamente por não fundirem metal, e cada uma adotou um termo diferente, nunca havendo consenso. Quando o design de tipos veio para o meio digital, o nome fundição foi o mais adotado e acabou por se estabelecer, mesmo não contando nem com a produção de tipos físicos, nem com a gravação em metal. Durante a pesquisa, houve a discussão se esse termo, por mencionar uma técnica que não é mais utilizada, deveria ser substituído, mas visto que todos os próprios estúdios o utilizam, a obra de Bringhurst e sua tradução por Stolarski o utiliza e a Associação Tipográfica Internacional (ATypI), o maior órgão tipográfico mundial, também o utiliza, manteve-se essa nomenclatura. Portanto, *fundição de tipos*, ou simplesmente *fundição*, é, de maneira geral, o estúdio onde se desenham tipos. Em retrospecto, Bringhurst chama os estúdios de tipos de todos os meios de fundições, mas deixando claro de qual maneira os produziam. Serão as fundições de tipos digitais as aqui estudadas.

## ENTREVISTAS

A seleção de quais designers de tipos seriam convidados a uma entrevista foi baseada nos seguintes critérios:

- Ter produção ativa de tipos atualmente

- Coordenar uma fundição, mesmo que individualmente, e não apenas desenhar tipos de forma autônoma (visando prezar pela profissionalização no ramo)
- Ter recorrência em premiações e eventos de renome na tipografia nacional, especialmente o Prêmio Brasileiro de Design, o Latin-American Design Awards, a Bienal Brasileira de Design, a Bienal Latino-Americana de Tipografia e o evento DiaTipo

Partindo desses critérios, houve também uma tentativa de abranger a diversidade do cenário do design de tipos brasileiro contemporâneo. Assim, foram feitos onze convites para entrevistas que totalizavam dezesseis designers de tipos<sup>7</sup>, que eram homens e mulheres, com fundições de grande, médio e pequeno portes, tanto longevas quanto apenas começando, com sedes em diversos Estados, do Norte ao Sul do Brasil. Destes, sete convites foram aceitos – para os outros quatro, não houve respostas.

Para a comodidade dos entrevistados, foi oferecida a possibilidade da entrevista ocorrer por *e-mail* ou por videoconferência, a preferência do designer. As entrevistas foram conduzidas segundo um método semiestruturado, onde haviam questões básicas que foram feitas para todos os entrevistados, mas também questões personalizadas visando um aprofundamento específico sobre cada fundição – junto disso, as entrevistas por videoconferência, mesmo que seguissem o roteiro de perguntas, davam abertura a meandros e tangentes.

O questionário básico utilizado para todas as entrevistas foi:

- Por favor, faça uma breve apresentação sobre você: nome, de onde é e um resumo da trajetória dos seus estudos e carreira profissional no design, com ênfase no estudo e trabalho com design de tipos.
  - Como foi o surgimento da fundição?
  - Atualmente, como é o dia a dia do trabalho na fundição? É diferente de como era no começo?
7. Alguns convites foram feitos para duplas que coordenavam juntas uma fundição.

- Quais são os *softwares* que você costuma usar para a produção de uma família tipográfica?
  - Quais são algumas semelhanças e diferenças entre os processos criativos para o design de tipos para texto, para *display* e para os que mesclam esses aspectos?
  - [Para fundições com tipos sob medida] Além das fontes para varejo, a fundição atua com design de tipos sob medida. Como é o processo criativo nesse caso?
  - [Para fundições com tipos variáveis] Alguns tipos da fundição são variáveis, recurso que vem ganhando cada vez mais espaço no mercado. Como você vê a necessidade e a funcionalidade desse recurso para designers que usam tipos variáveis?
  - Quais são algumas das vantagens e desvantagens de cada método de comercialização de tipos para varejo utilizado pela fundição?
  - Na última década, houve um crescimento enorme da Adobe Fonts, que apostou no serviço de assinatura de uma biblioteca tipográfica em vez da compra de licenças individuais. Qual a sua opinião sobre essa forma de relação comercial entre designers de tipos, distribuidores e usuários?
  - [Para fundições com tipos sob medida] Em linhas gerais, qual é a parte mais importante do rendimento da fundição, as fontes para varejo ou sob medida?
  - A pandemia afetou a fundição? Se sim, como? E hoje, no pós-pandemia, há diferenças em relação ao pré-pandemia no quesito de compras e uso dos tipos ou serviços do estúdio?
  - Sobre o mercado nacional, como você vê o uso das suas fontes por designers brasileiros? Usam mais, menos ou tanto quanto designers do exterior?
  - Como você entende o cenário do design de tipos no Brasil hoje?
  - Qual a sua expectativa para o futuro da fundição?<sup>8</sup>
8. Esta última foi adicionada tarde e não aparece nas primeiras duas entrevistas. Por sorte, os dois designers acabaram por tocar no assunto do futuro das suas fundições durante outras questões.

O roteiro foi projetado para adquirir informações sobre três eixos: 1. o designer de tipos e sua fundição, em vários âmbitos; 2. o cenário atual do design de tipos e da tipografia nacionais; e 3. discussões atuais importantes para o design de tipos e a tipografia de maneira geral.

As entrevistas por videoconferência foram gravadas e posteriormente transcritas.

## DESCRIÇÃO DOS TIPOS

As apresentações de cada fundição foram complementadas com uma descrição do seu acervo de tipos disponíveis para varejo, a fim de também apresentar essas produções, bem como investigá-las. Para facilidade de acesso às informações de cada tipo, suas descrições foram organizadas sistematicamente seguindo os eixos:

1. extensão (fonte, família ou superfamília)
2. classificação tipográfica formal
3. intenção de uso (para *display* ou para texto)
4. descrição informativa e estética geral
5. quantidade de fontes formadas e por quais versões, pesos e estilos, bem como se há formato variável e quais seus eixos de variabilidade (este, excluído no caso de tipos com apenas uma fonte)
6. enumeração de prêmios e seleções

Sobre a extensão do tipo, resgatando a discussão anterior do subcapítulo “Nomenclaturas e Terminologia”, diz-se família do tipo composto por várias fontes, ou seja, diversas variações de um mesmo desenho. O termo superfamília, como pode ser resgatado na obra de Ricardo Esteves<sup>9</sup>, continua sendo uma família, mas que, dentro de suas fontes, abrange várias classificações tipográficas, por leves alterações no desenho que não comprometem a estrutura fundamental.

A classificação tipográfica é um assunto complexo e ganhou seu próprio subcapítulo, logo adiante.

9. Ricardo Esteves, *O Design Brasileiro de Tipos Digitais: A Configuração de um Campo Profissional*, São Paulo, Blucher, 2010, pp. 55-57.

A intenção de uso de cada tipo é dividida entre para *display*<sup>10</sup> e para texto. Também são chamadas de híbridas as famílias tipográficas que tenham versões diferentes explicitamente desenhadas para os dois usos. Essa divisão, mesmo que usual, é nebulosa e pouco objetiva. Aspectos claros em um tipo não são tão evidentes em outro de sua mesma categoria. Dentro de nosso levantamento bibliográfico, a discussão mais iluminadora foi a de Luiza Falcão Soares Cunha em sua tese de doutorado sobre design de tipos para texto<sup>11</sup>. Dentro dos vários apontamentos, retiramos linhas gerais para os parâmetros dessa pesquisa: entendem-se como tipos para *display* os desenhados para uso em textos curtos e em corpos grandes, que podem sacrificar um pouco de sua legibilidade e leitabilidade a favor de qualidades estéticas, e tipos para texto os para textos longos e em corpos pequenos, que tenham a legibilidade e leitabilidade como qualidades soberanas.

As descrições foram feitas baseadas nas próprias descrições oferecidas pelas fundições, nos catálogos individuais de cada tipo, em mídias relacionadas a cada tipo e, no caso das fundições de acervo menor, na descrição feita pelo designer de tipos em sua entrevista, além de uma análise taxonômica própria para buscar mais detalhes nos desenhos dos glifos. Os dados de quantas fontes e formato variável foram retirados dos *sites* das fundições

10. Manteve-se o termo *display* por ser, sem dúvida, o mais aceito na bibliografia brasileira. A tradução de Stolarski até propõe um termo em português, “tipos de ostensão”, mas deixa claro que o faz apenas a fim de tradução e mantém o uso de *display* durante toda a obra de Bringhurst. Um termo por vezes usado como sinônimo, “tipos fantasia”, não foi utilizado nesta pesquisa por se remeter, originalmente, a tipos demasiadamente floreados e detalhados, o que não é o que queremos dizer com *display*.
11. Luiza Falcão Soares Cunha, *Recomendações para o Ensino do Design de Tipos de Texto nas Universidades Públicas Brasileiras*, Recife, Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, 2021, tese de doutorado em Design, pp. 63-72, disponível em: [www.repositorio.ufpe.br/handle/123456789/40558](http://www.repositorio.ufpe.br/handle/123456789/40558). Acesso em: 27 ago. 2024.

As premiações e bienais analisadas foram entendidas como mais relevantes para o design de tipos atualmente no cenário nacional, sendo elas as usadas como critério de seleção para entrevista:

- Prêmio Brasileiro de Design (2018-2024)
- Latin-American Design Awards (2017-2024)
- Bienal Brasileira de Design (2015-2024)
- Bienal Latino-Americana de Tipografia (2012-2022)

Nenhum dos quatro eventos dá acesso a todo o histórico de ganhadores. Portanto, foi indicado as premiações e seleções para cada tipo desde o documento mais antigo disponível nas plataformas respectivas de cada evento até a mais recente edição, conforme as datas mencionadas na lista anterior. Também foram incluídos prêmios e seleções diferentes que tenham sido mencionados pelas fundições ou pelos designers de tipos.

### CLASSIFICAÇÃO TIPOGRÁFICA

A propósito de aprofundar as conclusões tipográficas deste trabalho, se provou necessária não só uma descrição estética dos tipos de cada fundição, como também uma classificação taxonômica formal. A classificação tipográfica é um campo muito disputado, com uma série de propostas por várias figuras renomadas da tipografia<sup>12</sup>. O padrão considerado oficial era o Vox-ATypI, criado pela ATypI em 1962 em expansão do padrão Vox de 1954<sup>13</sup>, com grande atualização em 1967, quando também foi adotada pelo British Standards Institution (BSI) [Instituto Britânico de Normalização]<sup>14</sup> e última revisão em 2010. Considerado limitante e

12. Cf. Priscila Lena Farias, “Um Panorama das Classificações Tipográficas”, *Estudos Sobre Tipografia: Letras, Memória Gráfica e Paisagens Tipográficas*, pp. 19-32.
13. Maximilien Vox, *Defense & Illustration de la Lettre*, Paris, Monotype, 1955.
14. British Standards Institution, “British Standards for Type Classification” [“Normas Britânicas para Classificação de Tipos”], British Standards, vol. 2961, 1967. Disponível em: [www.luc.devroye.org/britishstandards.html](http://www.luc.devroye.org/britishstandards.html). Acesso em: 4 maio 2025.

de viés ocidental<sup>15</sup>, a ATypI parou de adotá-lo em 2021, e desde então fomenta várias pesquisas sobre novas propostas de classificação mais abrangentes<sup>16</sup>. Isso deixa o mundo tipográfico há quatro anos em falta de um padrão considerado oficial. Mesmo com vários sistemas de classificação, os quase sessenta anos de vigência do Vox-ATypI ainda o faz o mais utilizado no mundo ocidental, sendo inclusive a base para a maior empresa do setor, a Monotype, fundição e distribuidora, classificar tipos<sup>17</sup>.

Por causa disso, e por não ter a proposta de reimaginar algo já estabelecido na tipografia, esta pesquisa usa o padrão Vox-ATypI para classificação tipográfica, com poucas alterações que serão explicadas adiante. Mas é importante ressaltar que o debate sobre novos sistemas de classificação é de extrema importância e, para qualquer que seja o futuro desta pesquisa, será adotada com entusiasmo uma nova classificação mais expansiva e abrangente de todos os sistemas de escrita.

A classificação divide os tipos nas categorias<sup>18</sup>:

15. ATypI, “ATypI De-Adopts Vox-ATypI Typeface Classification”, *ATypI News*, 27 abr. 2021, disponível em: [www.atypi.org/2021/04/27/atypi-de-adopted-the-vox-atypi-typeface-classification-system](http://www.atypi.org/2021/04/27/atypi-de-adopted-the-vox-atypi-typeface-classification-system). Acesso em: 12 abr. 2025.
16. Cf. ATypI, “Thinking Outside the Vox | Afshar/Chahine/Dixon/Hudson/Kupferschmid/Sesma/Sherman | ATypI Tech 2021”, *YouTube*, 26 abr. 2022, disponível em [www.youtube.com/watch?v=lND7diJJX4Y](https://www.youtube.com/watch?v=lND7diJJX4Y), acesso em: 12 abr. 2025; “Parametric Type Classification in the Context of Letter Fitting | Nathan Willis | ATypI TechTalks 21”, *YouTube*, 24 jun. 2022, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=lIEH8qKBDio](https://www.youtube.com/watch?v=lIEH8qKBDio), acesso em: 12 abr. 2025; “Type Classification: A New Approach | Leonardo Vázquez Conde | ATypI 2022 Tech Talks”, *YouTube*, 28 mar. 2023, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jVK8Nuyz5cU>, acesso em: 12 abr. 2025; e “Wikitype: A Prototype for Type Classification | Leonardo Vázquez Conde | ATypI 2023 Paris”, *YouTube*, 26 out. 2023, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=Vsxb-Cp25Aw](https://www.youtube.com/watch?v=Vsxb-Cp25Aw), acesso em: 12 abr. 2025.
17. Monotype, “A Guide do Type Styles”, s.d., disponível em: [www.monotype.com/resources/guide-type-styles](https://www.monotype.com/resources/guide-type-styles). Acesso em: 4 fev. 2025.
18. Taylor Childers, Jessica Griscti e Liberty Leben, “25 Systems for Classifying Typography: A Study in Naming Frequency” [“25 Sistemas para Classificar

- Clássica
  - Humanista
  - Garaldina
  - Transicional
- Moderna
  - Didônica<sup>19</sup>
  - Retangular
  - Sem serifa
    - † Grotesca
    - † Neogrotesca
    - † Geométrica
    - † Humanista
- Caligráfica
  - Incisa
  - *Script*
  - Manual
  - *Blackletter*
  - Gaélica
- Não-Latina

Aqui também temos o problema de nomenclatura. O próprio sistema dá por vezes dois ou três nomes para cada categoria, mas serão os citados acima os usados neste trabalho. Decidiu-se manter dois termos em inglês: *script*, por nenhuma tradução ter se estabelecido e em português termos mantido o anglicismo, assim como sugere a tradução de Stolarski<sup>20</sup>; e *blackletter*, comumente chamado de tipos góticos em português e feito assim na tradução de Stolarski, mas não usado aqui para evitar ambiguidade

Tipos: Um Estudo em Frequência de Nomenclatura"], *Parsons Journal for Information Mapping*, vol. 5, n. 1, Inverno 2013, p. 4.

19. A palavra “didônica” não consta no Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa (Volp), nem sua outra forma galicista, *didone*. Dito isso, “didônica” é o termo adotado por Priscila Farias em suas pesquisas, e portanto será adotado aqui como termo comum, sem italização.
20. Robert Bringhurst, *Elementos do Estilo Tipográfico*, p. 304, nota do tradutor.

com a outra definição de “gótico”, que também se tornou termo geral para tipos sem serifa.

Houve a necessidade de fazer alterações ao sistema classificatório, a fim de deixar a classificação mais contemporânea e completa, e não são vistas como grandes infrações pelo fato de a própria ATypI reconhecer que seu antigo sistema é antiquado e insuficiente. A primeira é a desconsideração das categorias de época, ou seja, “clássica” e “moderna”. As clássicas são da vertente original do desenho de tipos, criadas até o início do século XIX, e as modernas rompem com vários dos princípios das clássicas e são criadas de meados do século XIX ao começo do XX. Como estamos analisando tipos contemporâneos, não há sentido estabelecê-los em épocas passadas, apenas no estilo de desenho que o remete. Em vez de dividi-las por época, é mais útil (e convencional nos mecanismos de pesquisa atuais) dividi-las entre com e sem serifa.

A segunda alteração é uma adição de subcategorias aos tipos manuais e *blackletter*. Visto que há uma quantidade pequena, mas significativa desses tipos presentes nesta pesquisa, pareceu propício ser mais detalhista em suas descrições.

A terceira e última é a omissão da categoria “não-latina”. Mesmo que não haja nenhuma família tipográfica unicamente não-latina neste estudo, para as que têm glifos de outro sistema de escrita, fez-se o esforço de identificá-los baseado nas classificações próprias de cada sistema, a fim tanto de prover maior informação sobre tipos não-latinos quanto de zelar pela nova missão da ATypI de diversificar nossos sistemas de classificação.

Assim, a classificação final usada para esta pesquisa, com descrição sucinta de cada categoria<sup>21</sup>, é:

21. Todas as categorias e subcategorias estão mais bem explicadas no glossário (ver Apêndice A, pp. 149-158).

- SERIFADA Todo o tipo que tiver serifas. É dividida nas subcategorias:
  - *Humanista* Com eixo inclinado à esquerda, tem contraste pequeno, baixa altura-x, terminais de ponta chata e um característico e de barra inclinada.
  - *Garaldina* Também tem eixo inclinado e baixa altura-x, mas com contraste notável e e de barra reta.
  - *Transicional* Tem eixo misto entre inclinado e vertical e alto contraste. Incorporam traços da caligrafia cursiva, como os terminais em gota. Podem ser bem largas e com vazios abertos, como na sua concepção original, ou mais condensadas e compactas, como na sua concepção mais moderna.
  - *Didônica* Tem eixo vertical e altíssimo contraste, com características serifas retangulares muito finas e terminais em botão.
  - *Retangular* Também tem eixo vertical, mas com baixíssimo contraste e traços bem grossos. Fortes serifas retangulares também grossas.
- SEM SERIFA Todo o tipo que não tiver serifas. É dividida nas subcategorias:
  - *Grotesca* Tem contraste mediano que varia fora da convenção serifada e conexões mais retas. Normalmente caracterizado por um c com espora, g de dois andares e r de perna curva.
  - *Neogrotesca* Baixo contraste e nenhuma variação, com conexões curvas. Normalmente tem c sem espora, g de um andar e r de perna reta.
  - *Geométrica* Contraste nulo ou quase nulo, com desenho muito baseado em formas geométricas, normalmente triângulos, quadrados e círculos. É característico seu a de um andar.
  - *Humanista* Sem serifas que voltam à tradição das serifadas. Tem contraste mediano e traçado que remete à naturalidade, ao contrário das outras subcategorias, onde o traçado é reto e industrial.
- CALIGRÁFICAS Em um sentido mais amplo do termo, todo o tipo que simule uma técnica feita à mão. É dividida nas subcategorias:
  - *Incisa* Que simula o entalhe de letras em pedra.
  - *Script* Que simula a escrita em bico de pena, especialmente a cursiva.

– *Manual* Que simula a escrita de forma ou por meios diferentes, como o pincel. Também engloba qualquer tipo ilustrativo, que parece ser desenhado à mão, mas não simula meio de escrita nenhum. É dividida nas classes<sup>22</sup>:

† Ponta chata

† Pincel

† Alternativo

– *Blackletter* Que simula especificamente a caligrafia gótica, comum na Europa Ocidental dos séculos XII ao XVI. É dividida nas classes<sup>23</sup>:

† Textura

† Fratura

† Bastarda

† Rotunda

– *Gálica* Que simula especificamente a caligrafia gálica, presente na Irlanda e na Escócia.

Qualquer tipo que fugir dessa classificação (além de evidenciar as limitações do sistema) terá isso explicitado e será descrito ainda mais detalhadamente.

22. As manuais em ponta chata e as em pincel foram as que mais apareceram no acervo de tipos estudado, e por isso ganharam destaque.

23. Baseado na divisão de classes apresentada em Robert Bringhurst, *Elementos do Estilo Tipográfico*, p. 299.



# 1. Re(Capitular)

## Breve Contexto Histórico do Design de Tipos no Brasil



### A ERA MATERIAL: DE 1808 AOS ANOS 1980

Toda a era da tipografia material no Brasil é marcadamente, infelizmente, pela quase inexistência de designs originais de tipos<sup>1</sup>. Isso não quer dizer que não haviam fundi-

1. Edna Lucia Cunha Lima, “Fundidoras de Tipo do Século xix: Anunciantes no Almanack Laemmert”, relatório de pesquisa, 2006, p. 68, disponível em: [www.gov.br/bn/pt-br/atuacao/pesquisa-e-editoracao/programa-nacional-de-apoio-a-pesquisa/pnap-2006/fundidoras-de-tipo-do-seculo-xix-anunciantes-no-almanack-laemmert](http://www.gov.br/bn/pt-br/atuacao/pesquisa-e-editoracao/programa-nacional-de-apoio-a-pesquisa/pnap-2006/fundidoras-de-tipo-do-seculo-xix-anunciantes-no-almanack-laemmert) (acesso em: 21 abr. 2025); Edna Lucia Cunha Lima, “50 Anos da Fundição de Tipos na Imprensa Nacional (1810-1860)”, *Anais do 11 Seminário Brasileiro Livro e História Editorial*, Rio de Janeiro, uff, 2009, p. 11, disponível em: [www.academia.edu/1077793/50\\_Anos\\_de\\_Fundição\\_de\\_Tipos\\_na\\_Imprensa\\_Nacional\\_1810\\_1860](http://www.academia.edu/1077793/50_Anos_de_Fundição_de_Tipos_na_Imprensa_Nacional_1810_1860) (acesso em: 21 abr. 2025); Isabella Ribeiro Aragão, *Tipos Móveis de Metal da Funtimod: Contribuições para a História Tipográfica Brasileira*, São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2016, tese de doutorado em Design e Arquitetura, p. 202; Isabella Ribeiro Aragão e Edna Lucia Cunha Lima, “Um Estudo Comparativo Entre a Fundição de Typos Henrique Rosa e a Funtimod”, *Revista Brasileira de Design da Informação*, vol. 16, n. 3, 2019, p. 426; Luiza Falcão Soares Cunha, Solange Coutinho e Isabella Ribeiro Aragão, “Um Panorama do Design de Tipos de Texto no Brasil: Trajetória e Características Atuais”, *Anais do 14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*, São Paulo, Blucher, 2022, p. 272.

ções de tipos em nosso país, apenas que elas usavam matrizes estrangeiras. Durante todo esse período, só são reconhecidos dois tipos originais brasileiros, curiosamente produzidos no mesmo ano.

O primeiro tipo é o do grão-paraense João Francisco de Madureira “Pará”, reconhecido por Fernanda Martins, Edna Lucia Cunha Lima e Guilherme Cunha Lima<sup>2</sup>. Em maio de 1821, o copista por profissão abre uma oficina tipográfica completa, incluindo a fundição de tipos, e punctiona e molda seus tipos móveis apenas com conhecimento adquirido em manuais e na *Encyclopédia* de Diderot e d'Alembert, que contém uma vasta e detalhada seção sobre punção e fundição de tipos. Focou sua oficina em impressões efêmeras e seu único impresso ainda existente de que temos registro é um requerimento endereçado à Corte por uma licença de livre exercício da tipografia (ver Figura 1). Com uma quantidade imensa de irregularidades, glifos tortos e desalinhados, seu resultado na punção de tipos foi sofrível, mas o impresso é completamente legível. Em novembro do mesmo ano, sai em viagem à Portugal para estudar o ofício, mas, devido a um quase naufrágio, se aventura a criar uma engenhoca marítima na qual passa os próximos anos de sua vida trabalhando, desistindo da tipografia como um todo rapidamente (mesmo assim, a engenhoca acaba por não funcionar)<sup>3</sup>.

O segundo tipo é o dos mineiros Padre Viegas de Meneses e Manuel José Barbosa Pimenta e Sal, reconhecido por Emerson

2. Fernanda de O. Martins; Edna Lucia Cunha Lima e Guilherme Cunha Lima, “O Engenho Pioneiro da Tipografia da Província do Grão-Pará – João Francisco Madureira”, 8º Congresso Internacional de Design da Informação/ 8º Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação, São Paulo, Blucher, pp. 1196-1207, 2018.
3. Bruno Carlos Oliveira Neves, “O Inventor Paraense Vs. o Herói da Armada: A Controvérsia Entre João Francisco de Madureira Pará e Luiz da Cunha Moreira no Arsenal da Marinha do Rio de Janeiro – 1825-1831”, *Antígona*, vol. 2, n. 1, 2022, p. 9.

III<sup>mos</sup> e Ex<sup>ma</sup>s Senhores

**S**E da boa ordem, e administração da Justiça resulta o Sagrado Culto, que devemos ao Divino Senhor, em reconhecimento de sua incomprehensivel MAGESTADE ; assim como tambem para com os Homens, o quanto melhor convem á sua boa existencia phisica, moral, e civil, que Triunfo mais glorioso, e tão digno da nossa piedosa recordaçā, poderá assinalar-se entre a serie de outros esclarecidos feitos, por que a nossa Monarquia Lusitana tambem se distinguo sempre, desde os tempos da sua primitiva fundação, que o de haver-se instaurado em nossos Reinos hum Governo, que a experiença por suas mui luminosas medidas, e superiores vantagens nos tem mostrado pelo melhor de todos, e ja por longamente adoptado, e provado pelas Naçōens mais cultas do Universo ! A Natural Liberdade que acompanha o homem desde o seu germen, é que não sofre limites para o quanto lhe he licito, honesto, e conforme ás Leis de DEOS foi a mesma, que sem duvida o authorizou a este procedimento, e a sua Legitimidade desde os mesmos momentos nos appareceu pela sua Coordinaçā Constitutiva exuberantemente comprovada, e reconhecida por Pessoas mui Doutas, e Virtuosas : He porfiss que Nos Lusos, e Brasilienses como verdadeiros Filhos da Santa Igreja, e Primeiros Belligerantes com as armas na mão té ao ponto de nos reduzirmos á cinsas, seremos firmíssi-

Figura 1. Primeira página do requerimento de João Francisco Madureira Pará de 28 de maio de 1821, impresso com o que hoje é entendido como o primeiro tipo original brasileiro.

Fonte: Instituto Histórico Geográfico Brasileiro *apud* Fernanda de O. Martins, Edna Lucia Cunha Lima e Guilherme Cunha Lima, “O Engenhoso Pioneiro da Tipografia da Província do Grão-Pará – João Francisco Madureira”, p. 1204.

Eller<sup>4</sup>. Ao final de 1821, abrem a Tipografia Patrícia de Barbosa, que em 1823 imprime o primeiro jornal de Minas Gerais, o *Com-pilador Mineiro* (1823-1824), e logo depois o segundo, *Abelha de Itaculumy* (1824-1825). A oficina também foi criada do zero, mas Viegas de Meneses já era tipógrafo anteriormente, tendo trabalhado na chamada Tipografia do Arco do Cego, em Lisboa (não só como tipógrafo, mas como gravador em metal e tradutor), e Barbosa era um artesão com facilidade em mecânica. Junto disso, dispunham de mais material e de outros trabalhadores que já tinham conhecimento no trabalho com metal, pelo caráter da província de Minas Gerais, e, para completar, não só também tinham acesso à *Encyclopédia* como Meneses traduziu do francês a seção sobre tipos para o estudo de Barbosa<sup>5</sup>. Assim, punctionaram e fundiram seus próprios tipos móveis, usados para imprimir os jornais mencionados (ver Figura 2) – o resultado ainda é inconsistente, mas muito menos que a tentativa grão-paraense e é possível apreciar algumas de suas delicadezas. Tivemos a honra de entrevistar Emerson Eller e discorremos mais sobre o desenho desse tipo no capítulo sobre a fundição do professor<sup>6</sup>.

Além dessas duas citadas, não há mais nenhuma outra face reconhecida como desenhada no Brasil na era material, ao menos não de que esta pesquisa tenha conseguido levantar referências. Isso quer dizer que há uma lacuna de perto de 170 anos sem qualquer tipo original brasileiro. E ainda caberia uma discussão: os dois tipos encontrados, de Madureira Pará e de Meneses e Barbosa, são de um território ainda não independente, que na época configurava o Reino Unido de Portugal, Brasil e Algarves.

4. Emerson Eller, *Convergências Tipográficas: Uma Análise Crítica de Impressos Luso-Brasileiros dos Séculos XVIII e XIX como um Fundamento para Práticas Contemporâneas em Design de Tipos*, tese de doutorado, Lisboa, Faculdade de Belas-Artes, Universidade de Lisboa, 2020, pp. 163-233, esp. p. 231.
5. *Idem*, p. 199.
6. Ver capítulo 3, “Eller Type, com Emerson Eller”, pp. 65-71.

# ABELHA DO ITACULUMY.

Escrito em 21 de  
Janeiro de 1824.

Venho o trabalho tudo ; o que canson  
Seu espírito, e seus olhos alg' hora  
Mostrará parte alguma do que achou.  
Fer. a Bern.

**T**rabalhar para o bem geral hé a mais imperiosa obrigação ; que a Natureza, e a Religião impõe ao homem na sociedade. Este dever principalmente, e a instigação de algumas pessoas zelosas da ordem, e prosperidade publica nos farão a emprender a redacção da presente Folha; substituindo com notável desigualdade ao Compilador Mineiro, cujo illustre Redactor, tanto por incommodo de saude, como por ocupado no louvável, e patriótico empenho de hum Estabelecimento de primeira necessidade no Paiz, deixou de continuar no seu tão bem começado trabalho. A demais hé constante quanta fatiga, quanto dispendio tem custado ás seus Autores a Tipografia Patria desta Cidade, dita comarca Patricia ; porque todos os seus utensílios forão aqui fabricados sem modelos, e sem outra direcção, que o desenho achado em alguns Livros; e para maior gloria dos mesmos grande porção de tipos se fundiu de chumbo extraido de nossas Minas; e tão patriótico Estabelecimento cahiria, a penas levado a tal qual perfeição? Mais hum motivo , que desculpa nossa temeridade. E supposto não tenhamos visto os Porticos de Athenas, nem ao menos em Caixas ópticas deluxados , com tudo não desejamos seja precisa toda a autoridade de huma Bulla Pontificia para sermos reconhecidos capazes das operações intellectuais , como o foi , para que os Hespanhoes assim entendessem a respeito dos Americanos, a quem tal vez suspeitavaão de origem alheia ao nosso. Fay com-

mum.

As condições , com que aceitamos esta tarefa, entre as quas se comprehende huma dedicação a pro da Biblioteca Publica provão á todas as luzes nosso desinteresse particular: temos a mira unicamente no bem da ordem, donde só pode provir aos nossos Compatriotas a paz, e a segurança, e por consequencia a prosperidade individual. Nosso carácter não hé absolutamente desconhecido para recearmos a taxa de Cabalistas: não nos deslumbra o ouropel de hum Liberalismo exaltado ; e menos nos aviltas servis condescendencias : amamos a moderação, e afincadamente a Justica: encaramos sempre o Ídolo da Liberdade debaixo daquelle ponto de vista, é que convém ao Cidadão , e que torna o homem digno de tal epitheto; porque, quem ignora que a liberdade desenfreada transforma muitas vezes o homem das melhores disposições em monstro feroz? Quando privado inteiramente desta singular prerrogativa elle nada mais hé que hum reptil despresível.

Por tanto procurando encher as indicações incluidas no título da presente Folha ( em cuja publicação guardaremos a execução compativel com nossas occupações publicas , dando á luz trez numeros em cada Semana ) rogamos á cooperação de nossos Compatriotas honrados, protestando insrir nella somente, além dos objectos , á que estarem ligados por convenção, quanto for em prol da prosperidade geral, da união , e tranquillidada

Figura 2. Primeira página do primeiro volume de *O Abelha de Itaculumy*, jornal impresso na Tipografia Patrícia de Barbosa com o segundo tipo original brasileiro.

Fonte: *Abelha do Itaculumy*, ano 1, n. 1, p. 1, 12 jan. 1824.

Será possível considerar esses tipos como propriamente “brasileiros”, por um ponto de vista cultural e nacional, acima do territorial?<sup>7</sup> Pensando desta maneira, talvez entenderíamos que não há produções originais de tipos brasileiros na era material.

Em outra questão, houve uma série de fundições de tipos nessa época no Brasil, mas, como mencionado anteriormente, foram conhecidas por fundir tipos com matrizes estrangeiras. A primeira foi a da Imprensa Nacional (também conhecida como Impressão Régia), que em 1810 a estabeleceu junto da sua oficina tipográfica, mas houve pouco sucesso no ofício, por falta tanto de mão de obra qualificada quanto de recursos apropriados, e a Imprensa continuou durante toda a impressão em tipos móveis importando tipos franceses e ingleses<sup>8</sup>.

Durante o século XIX, são estabelecidas várias fundições de pequeno porte, mas a mais longeava é a conhecida como Fundição Francesa (que teve vários nomes durante sua existência), criada em 1837 pelo francês Isaac “João” Balonchard, que imigrou para o Brasil nesse mesmo ano. A Francesa continuou produzindo tipos sob direção de vários fundidores até 1900<sup>9</sup>. Chegaram a ter sedes no Nordeste e no Sul do Brasil, e também no exterior, em Paris e em Buenos Aires<sup>10</sup>. O estudo de Priscila Lena Farias e Isabella Aragão sobre seu catálogo de c. 1881 registra tipos de matrizes

7. Emerson Eller, por exemplo, refere-se ao contexto como “luso-brasileiro” em sua tese de doutorado (*Convergências Tipográficas: Uma Análise Crítica de Impressos Luso-Brasileiros dos Séculos XVIII e XIX como um Fundamento para Práticas Contemporâneas em Design de Tipos*).
8. Edna Lucia Cunha Lima, “50 Anos da Fundição de Tipos na Imprensa Nacional (1810-1860)”, pp. 38-68.
9. Edna Lucia Cunha Lima, “Fundidoras de Tipo do Século XIX: Anunciantes no Almanack Laemmert”, pp. 38-68.
10. Priscila Lena Farias e Isabella Aragão, “Typography in Brazil in the 19th and Early 20th Century: A History Told from Brazilian Type Specimens” [“Tipografia no Brasil nos Séculos XIX e Início do XX: Uma História Contada por Catálogos de Tipos Brasileiros”], em Priscila Lena Farias, *Estudos Sobre Tipografia: Letras, Memória Gráfica e Paisagens Tipográficas*, p. 87.

inglesas e estadunidenses<sup>11</sup>, mas pode-se presumir que a fundição importava tipos também de outros países, inclusive da França.

No final desse século, em 1879, é estabelecida a Fundição de Typos Henrique Rosa, pelo alemão João Henrique Rosa (nascido Johann Heinrich Roser, tendo abraçado seu nome completo), que funcionou até 1931, um ano depois da morte de seu fundador e seu filho mais velho, também sócio da empresa. Seu catálogo publicado em *c.* 1910 é o mais vasto dessa era, com mais de mil fontes, além de uma grande quantidade de ornamentos tipográficos. Junto disso, ofereciam insumos e maquinários tipográficos e serviços de estereotipia, galvanoplastia e até de papelaria<sup>12</sup>. No catálogo, anuncia-se a importação de matrizes francesas e alemãs, com a fundição alemã Schelter & Giesecke sendo creditada por alguns tipos<sup>13</sup>. Farias e Aragão também encontraram tipos de matrizes italianas<sup>14</sup>.

No século XX, um nome dispara acima de qualquer outro: a Fundição de Tipos Modernos, conhecida como Funtimod, foi a maior fundição do século, desde sua fundação em 1932 até se dissolver em 1997. Foi criada por Karl Klingspor e Josef Tscherkasky, junto com a empresa teuto-brasileira Sociedade Técnica Bremensis e a fundição suíça Haas, em representação da fundição alemã D. Stempel, que havia em parte adquirido a suíça em 1927. Aragão e Lima concluem que a criação da Funtimod é diretamente relacionada com o fechamento da Fundição de Typos Henrique Rosa, que leiloou seu maquinário e material dias antes da Funtimod nascer<sup>15</sup>. Seu acervo de tipos é de longe o com estudo mais

11. *Idem*, pp. 87-89.

12. Isabella Ribeiro Aragão e Edna Lucia Cunha Lima, “Um Estudo Comparativo Entre a Fundição de Typos Henrique Rosa e a Funtimod”, p. 424.

13. *Idem*, p. 426.

14. Priscila Lena Farias e Isabella Aragão, “Typography in Brazil in the 19th and Early 20th Century: A History Told from Brazilian Type Specimens”, pp. 90-92.

15. Isabella Ribeiro Aragão e Edna Lucia Cunha Lima, “Um Estudo Comparativo Entre a Fundição de Typos Henrique Rosa e a Funtimod”, p. 430.

aprofundado, feito também por Aragão, que conseguiu identificar precisamente 88 dos 103 tipos fundidos lá: praticamente todos são de origem alemã, principalmente da D. Stempel<sup>16</sup>.

### O COMEÇO DA ERA DIGITAL: FINAL DOS ANOS 1980 E ANOS 1990

O design de tipos no Brasil, verdadeiramente, começa na era digital. É aí que a técnica se simplifica e os meios para executá-la são mais popularizados – a punção de tipos, grande tecnologia que é, não deixa de ser ofício de extrema dificuldade, equipamentos especializados, custoso e quase sempre feito em equipe. Agora, o necessário era apenas um computador, um programa executável e o designer. A era digital do design de tipos, globalmente, dá origem a um *boom* astronômico de produção.

A pesquisa mais importante que se debruça sobre os tipos digitais brasileiros é a de Ricardo Esteves, publicada em livro como *O Design Brasileiro de Tipos Digitais: A Configuração de um Campo Profissional*<sup>17</sup>. Ricardo também é designer de tipos e tivemos a honra de entrevistá-lo, onde conta mais não só sobre sua produção de tipos como também sua pesquisa acadêmica (a mencionada e suas explorações atuais)<sup>18</sup>. Sobre esse começo do design digital, é basilar também o catálogo *Fontes Digitais Brasileiras: De 1989 a 2001*, organizado por Priscila Farias e Gustavo Piqueira para a Associação dos Designers Gráficos (ADG Brasil)<sup>19</sup>, que conta com perto de trezentos tipos produzidos no período.

Essa fase do design de tipos brasileiro é caracterizada pela experimentação. A inovação com ferramentas digitais, desconstrução

16. Isabella Ribeiro Aragão, *Tipos Móveis de Metal da Funtimod: Contribuições para a História Tipográfica Brasileira*, pp. 133-134.
17. Ricardo Esteves, *O Design Brasileiro de Tipos Digitais: A Configuração de um Campo Profissional*, São Paulo, Blucher, 2010 (*op. cit.*).
18. Ver capítulo 6, “Outras Fontes, com Ricardo Esteves”, pp. 99-105.
19. Priscila Farias e Gustavo Piqueira (orgs), *Fontes Digitais Brasileiras: De 1989 a 2001*, São Paulo, ADG Brasil/Rosari, 2003 (*op. cit.*).



Figura 3. Sumô (Tony de Marco, 1989), o primeiro tipo digital brasileiro.

Fonte: Ricardo Esteves, *O Design Brasileiro de Tipos Digitais:*

*A Configuração de um Campo Profissional*, p. 77.

de desenhos, o estilo geométrico e o manual eram bases importantes<sup>20</sup>. Um movimento que começa com um punhado de pessoas vai se espalhando e conquistando mais designers, dando os primeiros passos na construção de uma comunidade de tipos nacional.

Esteves aponta que o primeiro tipo digital original brasileiro é Sumô, de Tony de Marco, produzido em 1989 (Figura 3). De Marco continuou produzindo tipos de forma autônoma e desde 2004 coordena a fundição Just in Type – não só isso, é uma figura emblemática da comunidade de design de tipos e editou a revista *Tupigrafia* entre 2000 e 2020 com o também designer de tipos Claudio Rocha, sobre a qual falaremos mais adiante.

A partir daí, a produção nacional foi pequena por alguns anos e começa a se estabelecer realmente no final da década de 1990. Claudio Rocha, inclusive, teve dois de seus tipos, a Underscript (1997) e a Gema (1998) (Figura 4), lançados pela renomada fundição estadunidense ITC. A já citada Priscila Farias lança três de seus tipos com a fundição estadunidense T-26: Cryptocomix (1997), LowTech (1997) e Quadrada (1998).

20. Ricardo Esteves, *O Design Brasileiro de Tipos Digitais: A Configuração de um Campo Profissional*, pp. 76-89.



Figura 4. ITC Gema (Claudio Rocha, ITC, 1998).  
Fonte: Luc DeVroye, “Claudio Rocha”, *Type Design Information Page*.

**Zebras caolhas  
de Java querem mandar fax  
Para moça gigante de New York**

Figura 5. Marola (Billy Bacon, Subvertaipe, 1997).  
Fonte: elaborada pelo autor. Arquivo-teste gratuito usado para fim acadêmico.

É em 1997 que nasce a primeira fundição de tipos digitais brasileira, e por consequência a primeira fundição de tipos brasileira a comercializar tipos originais nacionais: a Subvertaipe, eixo do estúdio de design Nú-Dës, dirigido por Billy Bacon. Um de seus primeiros tipos lançados é Marola (1997) (Figura 5). De acordo com o catálogo de Farias e Piqueira, é a quarta maior produção nacional de tipos dessa época (ver ordenação no final deste subcapítulo).

Influenciados pela Subvertaipe, um grupo de estudantes cariocas de design criam a Fontes Carambola. Mesmo com curta atuação, apenas de 1998 a 2000, é a maior produção nacional da época. Alguns de seus fundadores, como Gustavo Ferreira e Fabio Lopez, continuaram produzindo de maneira independente. Alguns exemplos de seus tipos são a Blesqblom (Gustavo Ferreira, 1998), a Montevideo (Guilherme Capilé, 1999) e a Baigon (Gustavo Ferreira, 2000).

*Tabela 1.* Dez fundições ou designers independentes  
com maior quantidade de tipos produzidos entre 1989 e 2001.

ORDEM	FUNDIÇÃO/DESIGNER	TIPOS PRODUZIDOS
1	Fontes Carambola	34
2	Rafael Lain	24
3	Tony de Marco	22
4	Subvertaipe	19
5	Tipopótamo Fontes	14
6	Julio Dui	12
	NoInfonts	12
7	Tipos do aCASO	11
8	Gustavo Piqueira	10
9	Claudio Rocha	9
	Priscila Farias	9
10	Consolo & Cardinali Design	7
	Gemada Tipográfica	7

*Fonte:* Priscila Farias e Gustavo Piqueira (orgs.), *Fontes Digitais Brasileiras: De 1989 a 2001*. Elaborada pelo autor.

Esteves também ressalta as fundições Tipos do aCASO, primeira fundição digital do Nordeste e onde começa o trabalho do professor de design de tipos Leonardo Buggy; Tipopótamo Fontes, do estúdio de design Elesbão e Haroldinho, que também editavam a revista *Design de Bolso*; Tipos Maléficos, onde começa o trabalho do designer Crystian Cruz; e Gemada Tipográfica. Outras produções de volume são as de Rafael Lain (Estúdio Fêmur), Julio Dui (Mono Artes Gráficas), Leandro Nogueira (Noinfonts) e Gustavo Piqueira (Casa Rex). Também é aqui que já começa a produção sob medida no Brasil, com os trabalhos da designer Fernanda Martins para as marcas Graal, TransBrasil e Ultragás.

**EXPANSÃO E AMADURECIMENTO: DÉCADA DE 2000**  
Dessa década, além ainda do levantamento de Esteves<sup>21</sup>, a grande referência sobre o cenário do design de tipos brasileiro é a já mencionada revista *Tupigrafia*, editada pelos designers Tony de Marco e Claudio Rocha de 2000 a 2020. Uma coleção de experimentações e pesquisas tipográficas, a revista também se debruça em quase todos os seus números em tipos, designers e fundições nacionais. Das treze edições, oito foram editadas até 2009, mas é de se dar atenção especial aos artigos “Bossa Nova”, do número 8<sup>22</sup>, e do “Seleção Brasileira”, do 10<sup>23</sup>, que fazem um vasto levantamento de trabalhos de alguns dos melhores designers de tipos brasileiros do começo do século XXI.

Essa fase é caracterizada por um amadurecimento da produção nacional<sup>24</sup>. Cresce a quantidade de profissionais na área e a especialização, com muitos designers procurando formação acadêmica (de maneira geral, pós-graduações) na área em instituições internacionais. Os tipos para *display* ainda reinam, mas cresce

21. *Idem*, pp. 89-110.

22. Tony de Marco, “Bossa Nova”, *Tupigrafia*, n. 8, pp. 72-83, ago. 2008.

23. Tony de Marco, “Seleção Brasileira”, *Tupigrafia*, n. 10, pp. 46-81, abr. 2012.

24. Ricardo Esteves, *O Design Brasileiro de Tipos Digitais: A Configuração de um Campo Profissional*, pp. 89.

significativamente a produção de tipos para texto e também a complexidade desses projetos, com destaque para a família sob medida Houaiss (2001) (Figura 6), de Rodolfo Capeto, desenhada para o dicionário homônimo. Esteves a considera um marco na demonstração da grande capacidade técnica da produção nacional<sup>25</sup>.

Há também o fomento da comunidade do tipo, com a inserção da categoria Tipografia na 6ª Bienal Brasileira de Design, da ADG, em 2002, que permanece até hoje, e eventos importantes sendo estabelecidos, como a Bienal de Tipografia Latino-Americana (a princípio chamada de Letras Latinas, em sua primeira edição em 2004, e na terceira edição, em 2008, mudando para Tipos Latinos, nome que carrega atualmente), o Congresso Latino-Americano de Tipografia (DNA Tipográfico, ocorrido apenas duas vezes, em 2003 e 2005), e alguns outros eventos regionais nacionais, com grande destaque para o DiaTipo, evento internacional sobre tipografia que começa em 2008, organizado por Luciano Cardinali, Henrique Nardi e alguns designers de tipos, e ocorre algumas vezes ao ano até hoje (atualmente, com times voluntários de organização), sendo o principal evento brasileiro sobre design de tipos no momento<sup>26</sup>.

É banal tentar demonstrar, como feito nos dois subcapítulos anteriores, alguns poucos designers e fundições marcantes a partir dessa época. A produção já era muito extensa e diversa para ser resumida em poucos projetos. Os levantamentos de Esteves e da *Tupi-grafia* deixam claro que caráter importante deste momento, além do amadurecimento do design, é a sua expansão. Segue, então, a vasta lista de fundições e designers recolhidos por Tony de Marco nos seus dois artigos citados anteriormente<sup>27</sup> (é notável a pouca quantidade de designers da década de 1990 que continuou produzindo):

- Ana Paula Megda
- Armasen, de Bruno Mello
- BRtype, de Gustavo Lassala

25. *Idem*, pp. 89-111.

26. *Idem*, p. 73.

27. Tony de Marco, “Bossa Nova”; “Seleção Brasileira”.

# Houaiss

Uma nova família tipográfica,  
desenvolvida exclusivamente  
para o Dicionário Houaiss  
da Língua Portuguesa.

Uma nova família tipográfica,  
desenvolvida exclusivamente  
para o Dicionário Houaiss  
da Língua Portuguesa.

Uma nova família tipográfica desenvolvida exclusivamente para o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa.

**Uma nova família tipográfica,  
desenvolvida exclusivamente  
para o Dicionário Houaiss  
de Língua Portuguesa.**

Houaiss Houaiss Houaiss

Figura 6. Amostra da Houaiss (Rodolfo Capeto, 2001).

*Fonte:* Catálogo próprio, p. 1.

- ByType, de Fabio Haag<sup>28</sup>
- Chiba Chiba, de Frederico Antunes
- Custom Types (antes, Type Curitiba), de Jackson Alves
- Dalton Maag Brasil, dirigida por Fabio Haag<sup>29</sup>
- Daniel Justi
- dooType, de Eduilson Coan<sup>30</sup> (que também fez parceria com o estúdio Firmorama)
- Estranho Tipo, de Adreson
- Eduardo Berliner (com tipos para a fundição tcheca TypeTogether)
- Felipe Kaizer
- Fernando Mello (com tipos para a fundição inglesa Fontsmith)
- Fictilia, de Anderson Mashio
- Forte Type, de Jarbas Gomes
- Hipertipo, de Gustavo Ferreira
- Intellecta Design, de Paulo e Iza W (ver Figura 7)
- Isaco Type, de Isac Corrêa (ver Figura 8)
- Just in Type, de Tony de Marco e Caio de Marco (posteriormente, também Diego Maldonado)
- Lady America Type, de América Cantarino
- Laura Lotufo
- Omine Type, de Eduardo Omine
- Outras Fontes, de Ricardo Esteves<sup>31</sup>
- Paulo André Chagas
- Plau (antes, Niramekko), de Rodrigo Saiani<sup>32</sup>
- Pintassilgo Prints, de Erica Jung e Ricardo Marcin
- Typefolio, de Marconi Lima<sup>33</sup> (ver Figura 9)
- Yomar Augusto

28. Ver capítulo 4, “Fabio Haag Type, com Fabio Haag”, pp. 73-85.

29. *Idem*.

30. *Idem*.

31. Ver capítulo 6, “Outras Fontes, com Ricardo Esteves”, pp. 99-105.

32. Ver capítulo 7, “Plau, com Rodrigo Saiani”, pp. 107-125.

33. Cf. Mário Vinícius Ribeiro Gonçalves, “Marconi Lima: Dentro e Fora das Curvas do Design de Tipos”, *Gutenberg – Revista de Produção Editorial*, vol. 4, n. 2, pp. 100-114, 2024.

**zebras caolhas  
de java querem mandar fax  
para moça gigante de new york**

Figura 7. Varius Multiplex (Paulo W, Intellecta Design, 2012).  
Fonte: elaborada pelo autor. Arquivo-teste gratuito usado para fim acadêmico.

**Zebras caolhas  
de Java querem mandar fax  
para moça gigante de New York**

Figura 8. Estratto (Isac Corrêa, Isaco Type, s. d.).  
Fonte: elaborada pelo autor. Licenciada via Adobe Fonts.

**Zebras caolhas  
de Java querem mandar fax  
para moça gigante de New York**

Figura 9. Adriane Text (Marconi Lima, Typefolio, 2007).  
Fonte: elaborada pelo autor. Licenciada via Adobe Fonts.

## O AGORA: DÉCADA DE 2010 E INÍCIO DE 2020

A partir da década de 2010, não foram encontradas pesquisas que se debrucem sobre a contemporaneidade do design de tipos nacional. É sobre os últimos quinze anos de nossa produção que não temos grande aprofundamento, e onde esta pesquisa tenta ajudar a traçar um panorama, mesmo que em um pequeno recorte.

A *Tupigrafia* continua sendo publicada até 2020, mas são só cinco volumes espaçados na década e que, com exceção do já citado 10, pouco mencionam o design de tipos contemporâneo. O grande acervo que temos sobre essa década é a base de dados mantida pela Tipocracia, organização de educação sobre tipografia gerida por Henrique Nardi desde 2003 e que, de 2011 a 2021, manteve a Tipos BR, uma base de dados aos mínimos detalhes sobre a produção nacional, tanto para varejo quanto sob medida<sup>34</sup>. Mesmo que haja uma pequena compilação estatística, essa base merece ser investigada a fundo e ganhar uma pesquisa por si só.

Esteves, como explicita em nossa entrevista<sup>35</sup>, entende que a grande característica deste período é a produção sob medida, que cresce tanto em quantidade quanto em ritmo, com tipos personalizados sendo desenhados muito mais rápido que antigamente. Isso acaba por ser um indicador de consolidação de mercado, pois mostra que: 1. há uma quantidade significativa de profissionais brasileiros que fornecem o serviço de tipos sob medida; 2. empresas, nacionais e internacionais, não só estão cientes desse serviço como confiam na qualidade da produção; e 3. fundições não são mais empresas de uma pessoa só, mas estúdios com vários designers de tipos que conseguem dar conta de projetos maiores em menos tempo. A Tipos BR confirma essa conjectura: entre 2011 e 2016, só houveram nove projetos sob medida; já entre 2017 e 2021, foram 56 – perto de seis vezes mais.

34. Tipocracia, “Tipos BR”, s.d., disponível em: [www.bit.ly/tiposBR](http://www.bit.ly/tiposBR). Acesso em: 2 maio 2025.

35. Ver Anexo 5, “Entrevista com Ricardo Esteves”, pp. 241-257, esp. 256.

E de todas essas 65, 59 (cerca de 90%) foram feitas por equipes, sejam fundições de vários funcionários ou designers que trabalharam em conjunto<sup>36</sup>.

A Tipos BR mostra outro dado interessante: mesmo que a quantidade de tipos produzidos ao ano tenha permanecido, em média, perto da mesma, a quantidade de fontes por tipo aumentou drasticamente nos últimos anos. Enquanto a média de fontes por tipo entre 2011 e 2013 é de 3,4 fontes/tipo, a mesma média entre 2019 e 2021 é 8,6 fontes/tipo – 2,5 vezes maior. Isso aponta que, mesmo em uma produção razoavelmente estável, a complexidade dos projetos nacionais aumentou durante o período.

*Tabela 2. Dez fundições brasileiras com maior quantidade de tipos produzidos entre 2011 e 2021.*

ORDEM	FUNDIÇÃO/DESIGNER	TIPOS PRODUZIDOS
1	Pintassilgo Prints (ver Figura 10)	84
2	Intellecta Design	75
3	NowType	32
4	Blackletra <sup>37</sup>	30
5	Escaphandro	30
6	Plau	27
7	Fabio Haag Type	26
8	dooType	23
9	Sea Types	17
10	Just in Type	15

*Fonte:* Tipocracia, “Tipos BR”. Elaborada pelo autor.

Há muito mais a ser estudado sobre o cenário atual do design de tipos brasileiro. O trabalho da Tipocracia é fundamental e há de servir como base para um estudo mais aprofundado da década

36. Tipocracia, “Tipos BR”.

37. Ver capítulo 2, “Blackletra, com Daniel Sabino”, pp. 55-64.

**ZEBRAS CAOLHAS  
DE JAVA QUEREM MANDAR FAX  
PARA MOÇA GIGANTE DE NEW YORK**

10a.

**zebras caolhas  
de java querem mandar fax  
para moça gigante de new york**

10b.

**ZEBRAS CAOLHAS  
DE JAVA QUEREM MANDAR FAX  
PARA MOÇA GIGANTE DE NEW YORK**

10c.

*Figuras 10. Tipos da Pintassilgo Prints, de Erica Jung e Ricardo Marcin.  
a. Marker Aid (2012); b. Lunatique (2021); e c. Solvent (2022).  
Fonte: elaboradas pelo autor. Licenciadas via Adobe Fonts.*

de 2010. O fim da coleta de dados em 2021 preocupa e evidencia o quanto é necessário a busca por uma catalogação e arquivo mais substanciais da nossa produção nacional, antes mesmo de pensar em pesquisá-la. Dito isso, espera-se que este trabalho sirva como uma pequena catalogação, ao menos das fundições recolhidas, e que seja de qualquer ajuda para preservar um pouco da nossa memória gráfica brasileira.

2.

## Blackletra

Com Daniel Sabino



Daniel Sabino é designer de tipos paulista e coordena a fundição Blackletra, com sede na capital do Estado.

Se formou em Comunicação pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) na mesma cidade e fez pós-graduação em Tipografia em Barcelona, no Centre Universitari de Disseny i Art da Universitat Autónoma de Barcelona (EINA-UAB). Começou sua carreira profissional em agências de publicidade e em 2012 abriu a Blackletra, fundição de tipos que coordena até hoje. Junto do seu trabalho desenhandos tipos, foi professor da área na Miami Ad School Brasil, em São Paulo, e na Escola Britânica de Artes Criativas (EBAC), na mesma cidade. Seu primeiro tipo publicado foi a família Karol, criada em 2011 como projeto final de sua pós-graduação e publicada pela fundição catalã Type-Ø-Tones, premiada com o Certificado de Excelência do Type Director's Club, em 2013, e selecionada para participar da 5ª Bienal Tipos Latinos, em 2012. Pela mesma fundição, foi publicada a família-irmã, Karol Sans, em 2014, selecionada para participar da 6ª Bienal Tipos Latinos, no ano de seu lançamento.

A Blackletra nasce em uma época em que o mercado tipográfico nacional era muito menor, onde o designer entendia que

abrir uma fundição era a única forma de trabalhar com design de tipos no Brasil. Começou trabalhando sozinho, mas hoje conta com mais dois funcionários em meio período e em trabalho remoto: Lucas Gini e Fio Gonçalves, ambos designers de tipos. Com uma equipe em vez do trabalho individual, a fundição consegue pegar muito mais projetos sob medida.

São onze os projetos sob medida da Blackletra, com clientes nacionais, como a cerveja Skol e a corretora de valores XP Investimentos; e internacionais, como a companhia aérea multinacional chilena LATAM e a empresa saudita de telecomunicação STC. Sabino afirma que na produção customizada o importante é tentar traduzir o DNA da marca no design tipográfico, conhecer bem o cliente e entender suas necessidades específicas. O projeto Enjoei Display, criado para a loja de itens em segunda mão Enjoei, foi premiado com Ouro no 13º Prêmio Brasileiro de Design, de 2023, e selecionado para participar da 14ª Bienal Brasileira de Design, de 2024. Destaco o tipo feito para o Memorial de Brumadinho, criado em homenagem às vítimas da tragédia de Brumadinho em 2019 e a seus familiares em luto, aberto em 2025. O tipo Brumadinho tem um visual aberto e extremamente legível, contando com três versões: uma serifada, uma *sans* e uma chamada Alma, incisa com extremidades bifurcadas inspiradas nas tradições de entalhe de letras em pedra. Dialogando com o projeto arquitetônico do memorial, que propõe uma experiência ligada à brutalidade da tragédia, o tipo é construído com linhas retas, cortes secos e ênfase nas formas triangulares. Junto disso, para as placas de sinalização do prédio, onde o texto é cortado em metal, a família ganhou versões em estêncil, com cortes finos nos bojos das letras e números, que servem de ponte para os olhos dos glifos continuarem firmes no metal – a necessidade física da tipografia cria um recurso de design que traz materialidade e personalidade para as fontes. Brumadinho foi premiada com Prata no 13º Prêmio Brasileiro de Design, de 2023, e com Ouro e Escolha do Públco no Latin American Design Awards de 2024.



Figura 11. Enjoei Display (2023).

Fonte: “Enjoei Display”, Blackletra, s. d., disponível em: [www.blackletra.com/custom/enjoei](http://www.blackletra.com/custom/enjoei). Acesso em: 24 maio 2025.



Figura 12. Brumadinho (2023), em algumas de suas versões e pesos, sobrepostas em figura do Memorial.

Fonte: “Brumadinho Memorial”, Blackletra, s. d., disponível em: [www.blackletra.com/custom/brumadinho-memorial](http://www.blackletra.com/custom/brumadinho-memorial). Acesso em: 24 maio 2025.

Sobre os tipos para varejo, temos<sup>1</sup>:



Gandur Alta



Gandur New

Este é o tipo, na versão Alta, usado para o título deste capítulo.

### GANDUR (2014)

Família caligráfica *blackletter* textura para *display*. Foi inspirada principalmente na Element (Max Bitrof, Bauer, 1933). É dividida em duas versões, a Alta (velho, em alemão) e a New (novo, em inglês). As diferenças são poucas, visíveis em apenas alguns caracteres, mas Daniel descreve a Alta como mais “fiel às formas históricas”, tendo até o glifo do extinto *s longo*, enquanto a New é mais contemporânea e “romanizada”, evidente no *a* de dois andares, tradicional da tipografia. Forma seis fontes, com duas versões e três pesos. Foi selecionada para participar da 6ª Bienal Tipos Latinos, de 2014.



### HALTRIX (2014)

Fonte caligráfica *script* para *display*. É baseada na própria caligrafia de Sabino e tem inspirações na tipografia em *blackletter*. A fonte vai à direção oposta das *scripts* usuais, tentando ser agressiva e angular, mas continua com convenções, sendo cursiva e oferecendo alternações contextuais. Foi premiada com Prata no prêmio Morisawa de 2012 (quando ainda se chamava Hashar), selecionada para participar da 6ª Bienal Tipos Latinos, de 2014, e ganhou o Certificado de Excelência da Type Directors Club em 2015.



Silva Display



Silva Text

### SILVA (2015)

Família serifada transicional híbrida. Foi pensada para uso editorial e ambientes complexos. Seu desenho é extremamente compacto, com altura-x grande, extensores curtos e serifas direcionadas para o centro das letras – isso tudo possibilita uma

- As informações sobre os tipos para varejo e todas as citações entre aspas foram retiradas das respectivas descrições no *site* da fundição, disponível em: [www.blackletra.com](http://www.blackletra.com). Acesso em: 9 nov. 2024. Qualquer referência adicional será indicada por nota de rodapé no título do tipo. Exceto onde notado, todas as famílias foram desenhadas por Daniel Sabino.

mancha com quantidade muito maior de linhas e de caracteres por cada linha, sem que isso comprometa a leitabilidade. Além disso, é dividida em duas versões, Display e Text, com diferenças em contraste e tamanho óptico. Forma 26 fontes, com duas versões, oito pesos para a Display e cinco para a Text, e estilo itálico.

### OFELIA (2016)

Família sem serifa geométrica híbrida. Seu desenho tem toques caligráficos que dão leveza à geometria dos glifos. Como sua antecessora, é dividida em versões Display e Text, com diferenças em contraste e tamanho óptico. Com curvas suaves e olhos abertos, é um ótimo exemplo da tipografia que combina a personalidade dos tipos *display* com a leitabilidade dos tipos de texto. Forma 24 fontes, com duas versões, sete pesos para a Display e cinco para a Text, e estilo itálico.

### GOTHIKS (2016)

Família sem serifa geométrica para *display*. Uma *sans* moderna inspirada nas já citadas *blackletters* texturas (as *blackletters* também são chamadas de “góticas”, que por sua vez virou um termo para tipos sem serifa de maneira geral). Sabino faz uma afinidade com a Gandur (2014), principalmente na forma das letras, onde destaco o A e o Y. Seu visual é vertical e denso, com miolos estreitos. Tem duas versões – a regular, bem reta e pontuda, e a Round, toda arredondada – e variação de compressão horizontal, com a versão normal, a Condensed e a Compressed para ambas. Mesmo para *display*, a fundição cita a possibilidade de uso dos pesos leves para textos curtos, exaltando a leitabilidade. Forma 36 fontes, com duas versões, três larguras e seis pesos. Foi selecionada para participar da 7ª Bienal Tipos Latinos, de 2016.

### NOKA (2017)

Família sem serifa geométrica para *display*. Leva o estilo geométrico ao ápice e remete a uma “atmosfera digital e tecnológica”

**Abeg**

Ofelia Display

Este é o tipo da fundição escolhido para ser mais bem demonstrado no Apêndice B, pp. 160-161.

**AbeghY**

Gothiks

**AbeghY**

Gothiks Round

**Abeg**

com seu visual limpo, curvas uniformes e alguns cortes duros para contraste. Parte de seu catálogo associa a família à ficção científica, relação muito bem honrada pela editora Aleph, que a utilizou como tipo principal em um *box* de livros do Arthur C. Clarke, autor de obras como *2001: Uma Odisseia no Espaço* (1968) e *O Fim da Infância* (1953). Forma seis fontes em seis pesos.

## Abe

### ELIZETH (2020)

Família serifada retangular para texto. Foi criada como par para a Ofelia (2016). Continuando o desenho geométrico da sua família-irmã, também tem serifas retangulares, com principal inspiração na Rockwell (Monotype, 1934), mas com conexões levemente suavizadas. Não tem versão *display* especializada como a Ofelia, mas mostra personalidade o suficiente para se destacar. Forma 28 fontes, com duas larguras (regular e Condensed), sete pesos e estilo itálico. Foi selecionada para participar da 8ª Bienal Tipos Latinos, de 2018.

## Abeg

Elza

## Abeg

Elza Text

## Abeg

Elza Round

### ELZA (2021)

Família sem serifa neogrotesca para texto. Enquanto o acervo da fundição é caracterizado por famílias cheias de individualidade, aqui Sabino buscou justamente o contrário. A ideia da Elza é ser uma família impersonal, totalmente silenciosa, ou, como o designer escreve, “a ausência de personalidade levada ao extremo”<sup>2</sup>. Tem inspiração forte nos dois cânones do estilo neogrotesco, Helvetica (Max Miedinger, Haas, 1957) e Univers (Adrian Frutiger, Deberny & Peignot, 1957), mas busca ser ainda mais racional e sistemática, com a ideia de ser o design perfeito para usos em que a tipografia precisa de completa neutralidade, ou

2. Cf. texto completo sobre a família, disponível em: [www.blackletra.com/typefaces/elza](http://www.blackletra.com/typefaces/elza). Acesso em: 9 nov. 2024. Daniel, ao explicar o conceito do design da Elza, acaba por fazer uma análise de todo o acervo da Blackletra até o lançamento da família e também do uso da tipografia no cotidiano moderno.

simplesmente não necessite destaque. Com nome em homenagem à cantora Elza Soares, é a maior família da fundição e a primeira a ser disponível em formato variável. Forma setenta fontes, em três versões (regular; Round, arredondada; e Text, mais espacejada), duas larguras adicionais para a versão regular, dezesseis pesos para cada largura regular e dez pesos para cada uma das outras duas versões, e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de largura, peso e inclinação.

### GAL GOTHIC (2022)

Família sem serifa grotesca para texto. Fortemente inspirada na Franklin Gothic (Moris Fuller Benton, ATF, 1902-1912), seu conceito é acentuar a modulação dos traços, muito característica dos pesos mais pesados do seu tipo de inspiração, mas em todos os pesos, até os mais leves. Além disso, suaviza as conexões entre linhas, arredonda os pontos e condensa minimamente a largura, comparada à sua inspiração, o que acaba a aproximando também do estilo neogrotesco. Seguindo sua antecessora, o nome é em homenagem à cantora Gal Costa. Forma 36 fontes, com três larguras, seis pesos e estilo itálico. Possui formatos variáveis para os dois estilos, com eixos de largura e peso.

### MAGNO (2022)<sup>3</sup>

Superfamília para *display* desenhada por Lucas Gini. Primeira família da Blackletra desenhada pelo designer, que já participava da produção de outros tipos da fundição. É baseada na Memphis Estreito, do acervo da Oficina Tipográfica São Paulo (OTSP), que foi fundida no Brasil, mas tem origem desconhecida – essa, por sua vez, é uma versão brasileira da Memphis (Rudolf Wolf, D. Stempel, 1929), clássica serifada retangular. Lucas entende

Abeg

Abeghirst

Magno Serif

Abeghirst

Magno Sans

3. Lucas Gini, “De Memphis a Magno”, *Blackletra Type Foundry* (blog), 10 out. 2022, disponível em: [www.medium.com/@blackletra/de-memphis-a-magno-4cbf7c4d9838](http://www.medium.com/@blackletra/de-memphis-a-magno-4cbf7c4d9838). Acesso em: 9 nov. 2024.

que a família é algo para além de um *revival* da Memphis Estreito, mais perto do conceito de interpretação tipográfica. Retocando os extensores, as serifas, as conexões e o spacejamento, consolidou-se a interpretação na versão Serif, serifada retangular, e o projeto foi incrementado com uma versão Sans, sem serifa grotesca criada do zero. Forma 32 fontes, com duas versões, oito pesos e estilo itálico. Possui formatos variáveis para cada versão e estilo, com eixo de peso. Foi selecionada para fazer parte da 14<sup>a</sup> Bienal Brasileira de Design, de 2024.

## Abegh

DRUMMOND (2024)<sup>4</sup>

Família serifada garaldina para texto desenhada por Emerson Eller, designer de tipos mineiro que também coordena sua própria fundição, a Eller Type, e que tivemos a honra de entrevistar para este trabalho<sup>5</sup>. É uma interpretação tipográfica baseada em um conjunto de matrizes do punctionista francês Claude Garamond, titã da tipografia ocidental. A maior base foi a matriz MA 75 da fonte Mediane Romaine (Claude Garamond, s. d.), que fez parte das pesquisas de Eller durante sua especialização em tipografia no Instituto Plantin de Tipografia dentro do Museu Plantin-Moretus (Antuérpia, Bélgica). Como a matriz estava incompleta, também foram usados de referência livros impressos por Jean Barbé, tipógrafo que usava os tipos de Garamond e foi seu primeiro parceiro editorial – além de completar os glifos redondos, a fonte itálica Gros-Romain (Claude Garamond, s. d.) serviu de base para o estilo itálico da família. Combinando a matriz incompleta e as várias impressões, Eller dá coerência ao projeto a partir do seu olhar criativo, ao mesmo tempo tentando respeitar a intenção original do punctionista. O nome é em

4. Emerson Eller, entrevista, 25 out. 2024; “Nos Passos de Garamont”, *Black letra Type Foundry* (blog), 9 out. 2024, disponível em: [www.medium.com/@blackletra/nos-passos-de-garamont-511fc32f2ac6](http://www.medium.com/@blackletra/nos-passos-de-garamont-511fc32f2ac6). Acesso em: 27 mar. 2025.
5. Ver capítulo 3, “Eller Type, com Emerson Eller”, pp. 65-71.

homenagem ao poeta mineiro Carlos Drummond de Andrade, e brinca com a semelhança com o nome de Garamond, também adicionando um olhar brasileiro e, como explica o designer, enfatizado o caráter versátil que combina o simples e sofisticado, presente tanto na família quanto nas poesias drummondianas. Forma dez fontes, com cinco pesos e estilo itálico. Possui formatos variáveis para cada estilo, com eixo de peso.

### DORIVAL UI (2024)

Família sem serifa neogrotesca para texto desenhada em conjunto por Daniel Sabino e Lucas Gini. É inspirada na DIN 1451 (DIN, 1931), família alemã lançada pelo Instituto Alemão de Padronização para usos técnicos e utilizada em todo o sistema de trânsito do país europeu. Dessa inspiração, busca trazer mais traços humanistas e aumentar levemente o contraste dos traços. Seu grande diferencial é o que chamam de “espacejamento multiplexado”, onde, em todos os pesos e larguras da família, a largura de cada glifo individual continua a mesmo. Assim, pode-se usar diferentes variáveis da família no mesmo texto sem se preocupar com mudanças no tamanho de linha, ou, em um ambiente virtual, variar o peso e a largura de uma palavra para dá-la destaque sem que ela vaze da interface. Justamente por esse atributo, a família foi pensada para uso em layouts digitais – a sigla UI de seu nome significa *user interface*, “interface do usuário”, aquela que se interage em um site ou aplicativo –, mas se mostra versátil para qualquer situação. Segue algumas antecessoras da fundição e homenageia outro cantor brasileiro, Dorival Caymmi. Forma 42 fontes, com três larguras, sete pesos e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de largura, peso e inclinação.



Das doze faces da fundição, cinco são para *display*, cinco para texto e duas híbridas; seis são sem serifa, três serifadas, duas

Abeg

caligráficas e uma superfamília (com versões serifadas e sem serifa). Vale notar que todos os tipos tiveram assistência na produção, seja por funcionários da Blackletra, seja por pessoas externas colegas da fundição, e que houve a abertura, nos últimos três projetos, para trabalhos de outros designers no acervo.

A fundição comercializa seus tipos por: 1. venda própria, em dólares; 2. aluguel, pela Fontstand; e 3. assinatura, pela Adobe Fonts<sup>6</sup>. No momento em que fizemos a entrevista, ainda vendiam suas licenças também pela distribuidora MyFonts, mas já estavam em processo de saída da plataforma e agora não oferecem mais essa maneira de compra. O canal principal de comercialização é a venda direta, mas Sabino também preza pelo contrato com a Adobe Fonts, que remunera adequadamente a fundição por *royalties* e gera alta visibilidade e escala de uso de suas fontes. Na Fontstand, a Blackletra é a única fundição brasileira – Daniel enfatiza a excelente parceria com a plataforma, que tem uma comunidade ativa e tenta criar um modelo mais justo de remuneração, mas reconhece que não consegue ainda competir com a gigante Adobe. Junto disso, Sabino explica que o rendimento da fundição é bem dividido entre varejo e a produção sob medida, com uma pequena vantagem para varejo.

A Blackletra é bem conhecida no mercado nacional e vê amplo uso de suas fontes por aqui, mas é no mercado exterior, mesmo com muito mais competitividade, que há mais vendas para a fundição, com grande disparidade – o designer tem olhar otimista, percebendo muito potencial crescimento do mercado tipográfico brasileiro.

Sabino também é otimista em relação ao design de tipos no Brasil de hoje em dia. Vê como muito mais favorável do que quando começou e atribui isso à difusão da cultura tipográfica no país, dando crédito aos profissionais do ensino de tipos, aos organizadores de eventos tipográficos e ao esforço dos designers já estabelecidos de se aprofundarem no conhecimento da profissão.

6. Conferido em 4 jun. 2025.

3.

## Eller Type

Com Emerson Eller



Emerson Eller é designer de tipos mineiro e coordena a Eller Type, fundição com sede em Belo Horizonte.

Se formou em Design pela Universidade de Franca (Unifran), é mestre na mesma área pela Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG) e doutor em Belas-Artes pela Universidade de Lisboa, em Portugal, com uma especialização em Tipografia pelo Instituto de Tipografia Plantin, na Antuérpia, Bélgica. Trabalhou em estúdios de design e agências de publicidade, mas logo percebeu que queria seguir carreira acadêmica. Começou lecionando em 2016, ainda no doutorado, ministrando algumas disciplinas dentro do Mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas da Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa até 2017, a convite de seu orientador, o professor Jorge dos Reis. Em 2022, já de volta no Brasil, foi professor no curso de Design na Universidade Vale do Rio Doce (Univale), em Governador Valadares (MG), e em 2024 entrou como professor na Escola de Arquitetura da Universidade Federal de Minas Gerais (EA-UFGM) para o curso de Design, ministrando disciplinas de design gráfico e tipografia.

Desde sua graduação, sua pesquisa é voltada para as letras e a tipografia. Seu trabalho de conclusão da graduação foi sobre arte

em estêncil nas ruas de São Paulo, seguindo com a arte urbana no seu mestrado sobre tipografia vernacular em Belo Horizonte<sup>1</sup>, com dissertação selecionada pelo 28º Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira e que já gerou uma família tipográfica baseada nesses letreiramentos e mais outras inspirações históricas, a Sucata (2014)<sup>2</sup>. Já sua tese de doutorado<sup>3</sup> fala sobre a introdução da tipografia no Brasil, partindo de Portugal do século XVIII e chegando aos primeiros avanços tipográficos no Brasil do século XIX, explorando a relação dos dois países e levantando possibilidades de uso dessas informações para fundamentar o design de tipos contemporâneo, trazendo os conceitos de revivalismo e interpretação tipográfica<sup>4</sup> que serão tão importantes para o trabalho de sua fundição. Sua tese também foi selecionada pelo mesmo prêmio, em sua 34ª edição, e foi de onde surgiu a Itacolomi (2021). Emerson continua pesquisando sobre a cultura gráfica de maneira geral e se aprofundando nos temas de sua formação, tipografia vernacular, recentemente sendo co-autor de um artigo sobre o tema<sup>5</sup>; e revivalismo e interpretação tipográficos, querendo pes-

1. Emerson Eller, *Letras do Cotidiano: A Tipografia Vernacular na Cidade de Belo Horizonte*, dissertação de mestrado, Belo Horizonte, Escola de Design, Universidade Estadual de Minas Gerais, 2014.
2. *Idem*, pp. 104-115; “Sucata Typeface”, *Behance*, 26 set. 2017, disponível em: [www.behance.net/gallery/44289813/Sucata-Typeface](http://www.behance.net/gallery/44289813/Sucata-Typeface). Acesso em: 3 mar. 2025. O tipo não é comercializado.
3. Emerson Eller, *Convergências Tipográficas: Uma Análise Crítica de Impressos Luso-Brasileiros dos Séculos XVIII e XIX como um Fundamento para Práticas Contemporâneas em Design de Tipos*, tese de doutorado, Lisboa, Faculdade de Belas-Artes, Universidade de Lisboa, 2020.
4. Segundo o próprio designer, revivalismo tipográfico é “a criação de um novo projeto tipográfico a partir de uma referência histórica” (*idem*, p. 235) e interpretação tipográfica é a criação de “uma nova fonte a partir de uma profusão de referências” (p. 241), mas também com “uma leitura pessoal que resulta em algo novo e consistente” (p. 257).
5. Emerson Eller, Fátima Finizola e Vinícius Guimarães, “Três Olhares Sobre a Tipografia Vernacular: Estratégias para Investigar a Gráfica Popular de Belo

quisar mais sobre a tipografia mineira do século XIX. Ele entende que há muito da história tipográfica nacional para ainda ser descoberto, e esse conhecimento nos ajudará não só a entender nossa cultura como também, interpretando o nosso passado com um olhar atual, a contar nossas próprias narrativas nos dias de hoje.

O início da Eller Type é na Europa, durante os estudos do doutorado. Em 2016, Emerson vai para a Universidade de Reading fazer um curso intensivo de duas semanas sobre design de tipos, já com alguns esboços da Itacolomi prontos para mostrar para os professores e designers Gerry Leonidas e Gerard Unger. Concluído o curso, começou a esboçar a Sagarana, lançada em 2017 com grande sucesso. Essa repercussão positiva foi a motivação necessária para seguir seriamente com a fundição, até hoje coordenada apenas pelo Emerson, que trabalha nos tipos em seu tempo livre agora que tem dedicação exclusiva à docência. Por conta disso, ele apostou futuramente em parcerias com outras fundições para dividir o trabalho e começou essa jornada lançando seu projeto mais recente, a Drummond (2024), pela Blackletra<sup>6</sup>. O designer também já criou dois tipos sob medida para projetos específicos.

Para varejo, a Eller Type tem três tipos<sup>7</sup>:

### SAGARANA (2017)

Família sem serifa humanista para *display*. É baseada no leitramento da capa da terceira edição do livro homônimo de

Abeghir

Este é o tipo usado para o título deste capítulo.

Horizonte, Recife e Rio de Janeiro”, em Camila Brito, Rosângela Vieira e Solange Coutinho (orgs.), *Caderninho de Resumos do Livro – Transcursos Memoráveis: Experiências Brasileiras em Memória Gráfica e Estudos da Imagem*, Recife, Zolu, 2023.

6. Ver capítulo “Blackletra, com Daniel Sabino”, pp. 55-64.
7. Além das informações provenientes da entrevista, também foram retiradas informações das respectivas descrições no site da fundição, disponível em: [www.ellertype.com](http://www.ellertype.com). Acesso em: 15 nov. 2024. Qualquer referência adicional será indicada por nota de rodapé no título do tipo.

Guimarães Rosa. Originalmente lançado em 1946, a terceira edição é de 1951 e tem capa assinada por Tomás Santa Rosa, importante capista brasileiro da primeira metade do século XX. Com apenas o letreiro da palavra “Sagarana”, ou seja, apenas cinco caracteres distintos, Emerson criou um tipo completo, também se baseando nos tipos de desenho didônico, ficando entre o revivalismo e a interpretação. Tem visual vertical, linhas finas no peso menor e contraste forte no peso maior. Sua origem caligráfica e inspiração serifada formam uma *sans* única. Forma três fontes em três pesos.

## Abeg

Este é o tipo da fundição escolhido para ser mais bem demonstrado no Apêndice B, pp. 162-163.

### ITACOLOMI (2021)<sup>8</sup>

Família serifada transicional para texto. Como já mencionado, foi um dos resultados de sua tese de doutorado. É uma interpretação do tipo usado pela Tipografia Patrícia de Barbosa, considerado o segundo tipo original brasileiro e já citado no capítulo de panorama histórico do design de tipos nacional<sup>9</sup>. Curiosamente, o tipo é do estilo romano escocês<sup>10</sup>, provavelmente influenciado pelo jornal *Correio Braziliense*, impresso na mesma época em Londres pelo tipógrafo William Lewis com tipos romanos escoceses da fundição de William Miller. Sofre com várias irregularidades, provavelmente pela falta de proficiência técnica

8. Emerson Eller, *Convergências Tipográficas: Uma Análise Crítica de Impressos Luso-Brasileiros dos Séculos XVIII e XIX como um Fundamento para Práticas Contemporâneas em Design de Tipos*, pp. 163-287. Embora já apresentado na tese de doutorado, em 2020, o tipo só foi lançado comercialmente em 2021.
9. Ver capítulo 1, “Re(Capitular): Breve Contexto Histórico do Design de Tipos no Brasil”, pp. 39.
10. Eller, a partir do estudo de Nick Shinn, levanta a discussão se as romanas escocesas deveriam ser consideradas transicionais ou didônicas – na opinião de Shinn, por questões tanto estéticas como históricas, são transicionais (*Convergências Tipográficas: Uma Análise Crítica de Impressos Luso-Brasileiros dos Séculos XVIII e XIX como um Fundamento para Práticas Contemporâneas em Design de Tipos*, p. 215).

na fundição de tipos daquela época e região, onde a impressão dava seus primeiros passos em território brasileiro. Disso, surge a Itacolomi – Eller não a chama de um *revival*, mas sim de uma interpretação, pois não só recria os tipos mineiros ao pé da letra, como adiciona toques próprios baseados no estudo do desenho romano escocês em geral, tudo isso com um olhar contemporâneo. O resultado é uma família elegante e de alta leitura, sem perder a personalidade distinta das romanas escocesas. Forma doze fontes, com seis pesos e estilo itálico. Foi selecionada para a 14<sup>a</sup> Bienal Brasileira de Design, de 2024.

### PERVA (2021)

Superfamília para *display*. É um revivalismo de três fontes diferentes apresentadas como “MONSTRUOSIDADES TIPOGRÁFICAS!!!” no livro *Typographia*, de 1825, do impressor inglês Thomas Hansard<sup>11</sup>. Não são referenciadas no livro, mas, ao que tudo indica, são todos tipos da fundição Caslon & Catherwood, que havia acabado de publicar um novo catálogo, em 1821<sup>12</sup>. Portanto, são três fontes: 1. a Black, uma *blackletter textura* bem floreada e com alto contraste, baseada na “Very New Old English” (Caslon & Catherwood, 1821), em específico em sua fonte Double Pica Black Nº 1<sup>13</sup>; 2. a Slab, uma serifada retangular pesada e de aberturas



Perva Black



Perva Slab



Perva Reverse

11. T. C. Hansard, *Typographia: An Historical Sketch of the Origin and Process of the Art of Printing* [Tipografia: Um Panorama Histórico da Origem e do Processo da Arte de Imprimir], Londres, Baldwin, Cradock and Joy, 1825, p. 619.
12. Caslon & Catherwood, *Specimen of Printing Types* [Catálogo de Tipos para Impressão], Londres, Bensley & Sons, 1821, disponível em: [www.archive.org/details/19505\\_20211124](http://www.archive.org/details/19505_20211124). Acesso em: 21 abr. 2025.
13. *Idem*, p. 205. A família completa é apresentada nas pp. 189-211. No catálogo, não aparece nenhum nome distintivo para a família como um todo, e “Very New Old English” parece ser uma invenção de Hansard para o *Typographia*, mas decidiu-se mantê-lo aqui a fim de denominação. *Old english* [velha inglese, em tradução livre], é um termo alternativo para *blackletters*. Uma paica, como escrito em português, é equivalente a doze pontos. Portanto, esta fonte de paica dupla tem um corpo de 24 pontos.

estreitas, baseada na Antique (Caslon & Catherwood, 1821), em específico em sua fonte Two-Line English<sup>14</sup>; e 3. a Reverse, uma serifada retangular de contraste invertido e fortíssimo, baseada na Italian (Caslon & Catherwood, 1821), em específico em sua fonte Two-Line Great Primer<sup>15</sup>. Forma três fontes em três desenhos.

\* \* \*

Dos três tipos da fundição, dois são para *display* e um para texto; um é sem serifa, um serifado e um é uma superfamília (com desenhos serifado, sem serifa e caligráfico *blackletter*). É evidente a ênfase do revivalismo e interpretação tipográfica, inclusive na Drummond, mesmo que lançada externamente. Neste último projeto, ao conectar a tipografia com o Modernismo, Emerson percebeu que seu acervo tem algo de antropofágico, se alimentando de formas estabelecidas e devolvendo novas ideias – se diverte com as possibilidades de uma continuação desse ciclo com o uso de seus tipos.

14. *Idem*, p. 73. A família completa é apresentada nas pp. 65-75. Hansard a chama de “Modern Antique”. *Antique [antiga]* é um termo tradicional para tipos serifados retangulares. *English [inglês]* é um termo tradicional para o corpo de catorze pontos. Portanto, esta fonte de duas linhas inglesas tem um corpo de 28 pontos.

15. *Idem*, p. 79. A família completa é apresentada nas pp. 77-81. Hansard a chama de “English Italian”. *Italian [italiana]* é um termo tradicional para tipos serifados de contraste invertido. O *Typographia*, na verdade, não especifica a fonte pelo corpo, mas um estudo próprio de tamanho dos glifos chegou a essa conclusão. *Great primer* [cânone grande, em tradução livre] é um termo tradicional para o corpo de dezoito pontos. Portanto, esta fonte de duas linhas *great primer* tem um corpo de 36 pontos. Curiosamente, a Italian da Caslon & Catherwood é considerada a primeira face “italiana” já desenhada, e é nesse catálogo que o termo é cunhado (David Shields, “A Short History of the Italian” [“Uma Breve História da Italiana”], *Wood Type Research*, 7 set. 2018, disponível em: [www.woodtyperesearch.com/short-history-of-the-italian](http://www.woodtyperesearch.com/short-history-of-the-italian). Acesso em: 21 abr. 2025).

A Eller Type comercializa seus tipos por: 1. distribuidores, sem venda própria, sendo eles o MyFonts, o Fontspring e o Creative Market (esses dois últimos da mesma empresa, a Dribbble); e 2. por assinatura, pela Monotype Fonts. Essa estratégia de venda vem do começo da fundição, em 2017, quando o mercado tipográfico era bem diferente e menos monopolizado. Havia, por exemplo, também distribuição pela Fontshop, outra grande distribuidora, que foi comprada pela Monotype e extinta em 2023. Emerson vê como um dos grandes problemas do MyFonts a curadoria – muita coisa entra, quase sem seleção alguma. E propõe algo ousado: a criação de uma distribuidora brasileira de fontes, apenas com acervo nacional e curadoria de alto nível, como forma de movimentar e fortalecer o nosso mercado.

Sobre o uso de seus tipos, no começo, havia muito mais uso no exterior, porém há cada vez mais utilização nacional e esta vem sendo maior ultimamente. A seleção da Itacolomi para a Bienal Brasileira de Design fomentou seu uso e dos outros tipos da fundição em projetos brasileiros.

Emerson tem uma visão confiante sobre a criação tipográfica brasileira atual. Entende que, com tanta quantidade de produção e qualidade alta, podemos já falar de uma tradição tipográfica nacional, rica e expressiva, sem nos esconder na ideia de “tradição em construção”. Para ele, o design de tipos brasileiro é de excelência e ganha cada vez mais destaque internacional.

O futuro da Eller Type busca seguir com o design de tipos que carregam tanta história e que desejam contar tantas histórias mais, todos centrados principalmente na cultura nacional ou regional mineira. Seja lançando diretamente pela fundição ou com outros parceiros, como foi com a Drummond, Emerson vê sua produção como algo que o representa pessoalmente, e quer que toda a sua exploração tipográfica continue assim.



## 4.

# Fabio Haag Type

Com Fabio Haag



Fabio Haag é designer de tipos gaúcho e coordena a fundição Fabio Haag Type, com sede em Sapiranga (RS).

É graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) e formou seu próprio estúdio de design gráfico, o Foco Design, onde, durante os projetos, foi se encantando pela tipografia. Foi na 6<sup>a</sup> Bienal Brasileira de Design, em 2002, que participou de uma oficina intensiva de tipografia ministrada pelo designer de tipos suíço Bruno Maag, fundador da renomada fundição Dalton Maag, e se apaixonou de vez pelo ofício, decidindo que queria trabalhar com isso.

Em 2006, abriu sua primeira fundição, a ByType, parte do seu estúdio – é considerada a primeira fundição do Sul do Brasil. Por ela, lançou a After (2006) e a Foco (2007), mas a última já virou parte de sua nova empreitada, quando, em 2008, alguns meses depois de fechar seu estúdio, a própria Dalton Maag o contratou para, depois de um tempo no escritório de Londres, voltar ao Brasil e fundar um escritório da empresa aqui. Trabalhou como diretor criativo da divisão brasileira até 2013, depois assumiu a direção de desenvolvimento de negócios da divisão britânica até 2015, quando se tornou vice-diretor criativo global até sua saída, em 2016. Lá, além de suas tarefas administrativas, relançou a

Foco e criou os tipos Cordale (2008, com Ron Carpenter e Lukas Paltram), Almaq (2011) e Prometo (2014, com Fernando Caro); e colaborou no design de Effra (Jonas Schudel, 2008, *et al.*), Aktiv Grotesk (Bruno Maag, 2010, *et al.*) e Soleto (Fernando Caro, 2014, com Rafael Saraiva); além de trabalhar em vários projetos sob medida, onde destaca os trabalhos para a empresa cosmética Boticário, a estatal petroleira Petrobrás, a multinacional estadunidense de telecomunicações AT&T e para os Jogos Olímpicos Rio 2016.

Foi no seu tempo como diretor de negócios, onde teve que focar quase por completo na parte administrativa e deixou de lado o design de tipos, que percebeu um desgaste com o trabalho e que precisava se reencontrar na criação. Mesmo com a realocação para a direção criativa, saiu da Dalton Maag e monta a sua própria fundição, a Fabio Haag Type, em 2016. Começou como uma fundição individual e a princípio a ideia era mantê-lo assim, mas hoje já conta com seis funcionários: os designers de tipos Henrique Beier, Ana Laydner, Eduilson Coan e Sofia Mohr; e a gestora Luciana Haag. Por um lado positivo, sua atuação comercial o herdou uma boa relação com os estúdios brasileiros de design, que comenta ter sido uma vantagem para começar a fundição e conseguir projetos mais rapidamente.

Fabio se orgulha da organização do trabalho na empresa e a explica detalhadamente<sup>1</sup>. Frustrado com o ambiente rigoroso da Dalton Maag, criou um modelo para a Fabio Haag Type focado na flexibilidade e na autonomia de todos. A fundição funciona por trabalho remoto e tem carga horária máxima de até cinco horas por dia, com cada funcionário podendo escolher quantas horas trabalha (com isso, o pagamento é calculado por hora) e em quais momentos do dia, também podendo dividir o expediente

1. Cf. também Fabio Haag, “Está Tudo Bem Ir Devagar”, *Fabio Haag Type (blog)*, 17 fev. 2023, disponível em: [www.fabiohaagtype.com/esta-tudo-bem-ir-devagar/](http://www.fabiohaagtype.com/esta-tudo-bem-ir-devagar/). Acesso em: 21 mar. 2025.

de acordo com sua rotina. O crescimento profissional dentro da empresa é entendido puramente pela qualidade técnica do trabalho, sem precisar fazer tarefas adicionais (algo comum no mercado em geral), mas há também a possibilidade do que Haag chama de “crescimento horizontal”: caso o funcionário se interesse, pode ajudar em tarefas de outra área da empresa e aumentar seu valor-hora, também podendo optar por deixar isso de lado quando quiser. Junto da autonomia e flexibilidade, a valorização do trabalhador é importante para a fundição: o valor-hora é digno, há férias pagas e divisão de 25% dos lucros da empresa entre os funcionários. Além disso, todos têm a liberdade e são incentivados a manter suas produções individuais<sup>2</sup>, coisa que era proibida na Dalton Maag. Tudo isso é coroad com uma sistematização robusta do processo de design de tipos, onde todas as informações e necessidades dos projetos são de fácil acesso para todos para que nada se perca, junto com reuniões semanais do time completo e outras, também semanais, entre Haag e cada designer. Parte desse sistema é a divisão do design de tipos em dezesseis etapas, cada uma desenhada por uma pessoa e revisada por outras duas (a fundição tem até um *plugin* customizado para a ferramenta de design que gera um documento de visualização personalizado para cada etapa, criado por Henrique Beier). Para esse processo todo funcionar, prezam pelo foco, com *sprints* de trabalho ininterrupto e nenhuma ferramenta de comunicação instantânea dentro da empresa. O modelo da Fabio Haag Type tem um objetivo: criar um ambiente calmo. Criar uma empresa em que, com uma organização refinada, todos consigam manter uma vida calma com um emprego digno e respeitoso do seu

2. Henrique Beier mantém sua própria fundição, a Harbor Type; assim como Eduilson Coan, com a dooType; Ana Laydner é designer independente, com tipos lançados em outras fundições e projetos sob medida autorais; e Sofia Mohr mantém sua parceria de longa data com a Latinotype, continuando a lançar outros projetos pela fundição chilena.

tempo e sua autonomia, e que mantém a produção em uma qualidade impecável, tanto em projetos para varejo quanto em projetos para titãs do mercado nacional e internacional.

Na produção sob medida, a fundição tem dezenas de tipos. Apenas mencionando os selecionados para a última Bienal Brasileira de Design, temos as faces para: o Banco do Brasil (Figura 13); a metalúrgica Tramontina; a cervejaria alemã Spaten; a companhia aérea indiana Air India; e a ONG de serviços sociais SP Invisível (esta, selecionada em duas categorias, pela tipografia e pelo uso em projeto, e também premiada com Prata no 13º Prêmio Brasileiro de Design, de 2023) (Figura 14). Fabio explica que esses trabalhos começam com um *workshop* de duas horas junto com a empresa-cliente, onde, por uma dinâmica colaborativa, levantam e exploram as maiores vontades e necessidades para o design do tipo personalizado. Com essas informações, reúne-se o grupo de designers responsável pelo projeto dentro da fundição e começam a pensar em várias ideias para o projeto, criando muitos esboços de tipografia com apenas alguns glifos. Retornam para o cliente, que, desses esboços, escolhe dois para serem aprofundados. Os dois esboços são expandidos em alguns pesos e versões para *display* e texto, e disso o cliente escolhe apenas uma para ser levada à produção final.

Sobre o acervo para varejo, são treze tipos<sup>3</sup>:

## Abeg

LEMBRA (2016)<sup>4</sup>

Família sem serifa humanista para texto desenhada por Fabio Haag. Ele começou seu desenho ainda trabalhando na Dalton

3. Além das informações provenientes da entrevista, também foram retiradas informações das respectivas descrições no *site* da fundição, disponível em: [www.fabiohaagtype.com](http://www.fabiohaagtype.com). Acesso em: 14 fev. 2025. Qualquer referência adicional será indicada por nota de rodapé no título do tipo.
4. Fabio Haag faz uma retrospectiva dos primeiros tipos para varejo da fundição em sua palestra no evento Zupi Live, de 2021. Cf. Pixel Show, *Marcas Fortes, Tipos Expressivos*, YouTube, 26 out. 2021, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=y8EeSqbLfuI](https://www.youtube.com/watch?v=y8EeSqbLfuI). Acesso em: 14 fev. 2025.

Títulos	Textos
Light <i>Italic</i>	
Regular <i>Italic</i>	Light <i>Italic</i>
Medium <i>Italic</i>	Regular <i>Italic</i>
<b>Bold <i>Italic</i></b>	Medium <i>Italic</i>
<b>XBold <i>Italic</i></b>	<b>Bold <i>Italic</i></b>
	<b>XBold <i>Italic</i></b>

Figura 13. Tipografia Banco do Brasil (Fabio Haag Type, 2020).  
 Fonte: “Uma Dose de Vitalidade ao Banco do Brasil”, Fabio Haag Type, s. d., disponível em: [www.fabiohaagtype.com/banco-do-brasil/](http://www.fabiohaagtype.com/banco-do-brasil/). Acesso em: 6 jun. 2025.

O FRIO MAIS  
 INTENSO  
 E O DA  
 INDIFERENÇA

Figura 14. Amostra da Tipografia de Rua (Fabio Haag Type, 2023).  
 Fonte: “Uma Fonte Criada nas Ruas para a SP Invisível”, Fabio Haag Type, s. d., disponível em: [www.fabiohaagtype.com/sp-invisivel-uma-fonte-criada-nas-ruas/](http://www.fabiohaagtype.com/sp-invisivel-uma-fonte-criada-nas-ruas/). Acesso em: 6 jun. 2025.

Maag, no seu tempo livre. Foi o estopim para sua saída da fundição, onde não desenhava tipos há perto de dois anos e com essa família se relembrava da alegria do ofício. Com leve inspiração caligráfica, Lembra brinca com o contraste nos traços, dando forma um pouco mais orgânica, e tem um detalhe peculiar em todo o seu desenho: um pequeno recorte angular nas extremidades superiores das hastes, que marca sua personalidade. Forma doze fontes, com seis pesos e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de peso e inclinação. Foi premiada com Bronze no 8º Prêmio Brasileiro de Design, de 2018, e selecionada para participar da 13ª Bienal Brasileira de Design, de 2019.

## Abeg SUA (2017)<sup>5</sup>

Família sem serifa geométrica híbrida desenhada por Fabio Haag. O designer diz que, durante a criação, nunca definiu a intenção de uso do tipo – incomum no seu processo –, deixando completamente na mão do usuário. Tem desenho muito aberto e proporções largas, dando impacto mesmo com seu visual amigável. Seu grande diferencial é o que Haag chama de “mullets”: extremidades dos bojos que vão para além das hastes das letras e se assemelham à forma de um penteado para trás. Forma sete fontes em sete pesos. Possui formato variável em eixo de peso. Foi premiada com Prata no 8º Prêmio Brasileiro de Design, de 2018, e selecionada para participar da 13ª Bienal Brasileira de Design, de 2019.

## Abeg MARGEM (2017)

Margem  
Superfamília sem serifa híbrida desenhada por Fabio Haag. Seu visual é neutro e versátil, e seu destaque é no trabalho com as curvas, muito sinuosas. A base do desenho é humanista, mas

## Abeg

Margem  
Rounded

5. Fabio Haag Type, *The Creative Non-Process of Designing my Latest Typeface [MyFonts]* [O Não Processo Criativo de Criar Meu Novo Tipo], YouTube, 14 fev. 2017, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=T4EOnvSB90o](https://www.youtube.com/watch?v=T4EOnvSB90o). Acesso em: 14 fev. 2025.

tem também inspiração geométrica que a garante mais impacto, inclusive com todo um conjunto de caracteres alternativos de desenho totalmente geométrico para ainda mais versatilidade. Conta com uma versão arredondada, com mudança bem leve. Forma 84 fontes, em sete pesos, três larguras, duas versões e estilo oblíquo. Possui formatos variáveis para cada versão com eixos de largura, peso e inclinação. Foi premiada com Bronze no 8º Prêmio Brasileiro de Design, de 2018, e selecionada para participar da 13ª Bienal Brasileira de Design, de 2019.

Este é o tipo usado para o título deste capítulo.

### IGUAL (2020)<sup>6</sup>

Família sem serifa geométrica para texto desenhada por Henrique Beier. Seu desenho é principalmente geométrico, mas puxa características grotescas e neogrotescas para alguns glifos. Beier se propôs a criar um tipo para interfaces digitais, desenhando primeiro a versão UI, que tem espacejamento multiplexado. Disso, criou a versão regular, com variação normal de espacejamento. O design é neutro e leve, inspirado nos tipos monoespacejados. Forma 32 fontes, com oito pesos, duas versões e estilo oblíquo. Possui formatos variáveis para cada versão com eixos de peso e inclinação.

### SALVA (2021)

Família sem serifa humanista para texto desenhada com direção de Eduilson Coan. É o maior exemplo do processo que a fundição chama de “composteira”: tipos propostos sob medida para clientes, mas negados, não são descartados e ficam separados em uma pasta para servir de base ou inspiração para novos projetos. Esta foi um caso puxado de lá e revivido, criando uma família completa. Deu-se mais ênfase aos seus aspectos humanistas,

Abeg

Igual

Abeg

Igual UI

Abeg

6. Henrique Beier, “Extra! Extra! A Igual Chegou!”, *Harbor Type (blog)*, 1 out. 2020, disponível em: [www.harbortype.com.br/extra-extra-a-igual-chegou/](http://www.harbortype.com.br/extra-extra-a-igual-chegou/). Acesso em: 15 fev. 2025.

com curvas e conexões mais naturais, e criaram um caractere-chave no *g*, com orelha vertical e invertida<sup>7</sup>. Também inaugura um processo criativo colaborativo na fundição, onde o designer principal coordena o desenho, mas trabalha em conjunto com uma equipe (no caso: Fabio Haag, Henrique Beier e Ana Laydner) para absorver ideias diversas sobre o tipo. Forma dezoito fontes, com nove pesos e estilo itálico. Possui formato variável com eixos de peso e italização.

## Abeg

Seiva

## Abeg

Seiva Poster

Este é o tipo da fundição escolhido para ser mais bem demonstrado no Apêndice B, pp. 164-165.

### SEIVA (2021)

Família sem serifa humanista híbrida desenhada com direção de Ana Laydner. Sua maior inspiração foram as didônicas, de onde tira o alto-contraste de suas versões Display e Poster, criando uma *sans* de personalidade forte. Seu tamanho óptico Regular também a dá mais leitabilidade e funciona para textos. Continua o que vai virando uma tradição da fundição e tem um *g* muito marcante. Forma 36 fontes, com seis pesos, três tamanhos ópticos e estilo itálico. Possui formato variável com eixos em tamanho óptico, peso e italização. Foi selecionada, com destaque, para participar da 14ª Bienal Brasileira de Design, de 2024 e vencedor da prata da categoria Tipografia do Prêmio Bornancini de Design de 2022.

## Abeg

### PAUSA (2022)<sup>8</sup>

Família serifada garaldina para texto desenhada por Eduilson Coan. O tipo nasceu em 2015, como seu projeto final no curso intensivo de pós-graduação na Type@Cooper, programa de pós-graduação em design de tipos da Cooper Union for the Advancement

7. Fabio Haag escreve sobre como o *g* é sempre uma boa oportunidade para criar um glifo com mais personalidade nos tipos. Cf. “O Super Trunfo das Letras”, *Fabio Haag Type (blog)*, 25 nov. 2022, disponível em: [www.fabiohaag-type.com/o-super-trunfo-das-letras/](http://www.fabiohaag-type.com/o-super-trunfo-das-letras/). Acesso em: 15 fev. 2025.
8. Fabio Haag Type, *Lançamento da Tipografia Pausa*, YouTube, 25 maio 2022, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=3qW8-TvTvvQ](https://www.youtube.com/watch?v=3qW8-TvTvvQ). Acesso em: 14 fev. 2025.

of Science and Art, faculdade em Nova York. O curso partia de exercícios caligráficos a pincel até o tipo digital, e disso, sem inspirações específicas, saiu a Pausa, que mantém muito do caráter caligráfico e humanista, mas também tem toque sóbrio, com horizonte reto e serifas simples. Tem largura um pouco maior que o comum para sua categoria, dando uma mancha arejada. Além disso, conta com versais floreadas. Forma seis fontes, com três pesos e estilo itálico. Possui formato variável com eixos de peso e italização. Foi selecionada com bronze na Latin American Design Awards de 2023 e para participar da 9<sup>a</sup> Bienal Tipos Latinos, de 2022, e da 14<sup>a</sup> Bienal Brasileira de Design, de 2024.

### VERSOS (2022)<sup>9</sup>

Superfamília sem serifa para texto desenhada com direção de Eduilson Coan. Sua principal inspiração é a sem serifa geométrica Eurostile (Aldo Novarese, Nebiolo, 1962), de onde puxa um desenho baseado na forma retangular, menos comum nas geométricas. Em geral, tem características humanistas, mas vem com três conjuntos de caracteres diferentes, cada um com seu estilo – um mais grotesco, um mais geométrico e outro que mescla os dois e busca um visual futurista. Pois esse é justamente o conceito da Versos, um tipo pensado para o futuro, e usa dessa multiplicidade de formas para dar conta do recado. Junto desses conjuntos alternativos, traz um conjunto de setas pensado para uso em interface digital e de símbolos monetários mais completo do que o comum, até mesmo com algumas das principais criptomoedas da época. Forma dezesseis fontes, em oito pesos e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de peso e inclinação.

Abeg

9. Fabio Haag Type, *Lançamento da Tipografia Versos*, YouTube, 28 set. 2022, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=Zyw6m2o3E5w](https://www.youtube.com/watch?v=Zyw6m2o3E5w). Acesso em: 15 fev. 2025.

## Abeg

### CURIOSA (2023)

Família sem serifa humanista para texto desenhada com direção de Henrique Beier. Seu conceito é explorar mais o traço humanista no tipo, inclinando bem seu eixo e aumentando seu contraste, redobrando a inspiração caligráfica do humanismo, também visível em suas extremidades desiguais nos traços. Tudo isso é comum nas serifadas, mas bem mais raro nas *sans*, e a confere um visual natural e confortável. Beier se propôs a fazer esse desenho o mais sutil possível, para ser quase imperceptível na leitura, mas garantir personalidade em corpos maiores. Forma dezoito fontes, com nove pesos e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de peso e inclinação. Foi premiada com Bronze no 13º Prêmio Brasileiro de Design, de 2023.

## Abeg

### PASSO (2023)<sup>10</sup>

Família sem serifa geométrica para texto desenhada com direção de Ana Laydner. Foi criada em conjunto com a Passeio (ver a seguir), partindo do mesmo esqueleto. São dois tipos de alta versatilidade, mas com sabores diferentes. A Passo é neutra e eficiente, com desenho monolinear e miolos abertos. Forma dezesseis fontes, em oito pesos e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de peso e inclinação. Foi selecionada para participar da 14ª Bienal Brasileira de Design, de 2024.

## Abeg

### PASSEIO (2023)<sup>11</sup>

Família sem serifa humanista para texto desenhada com direção de Ana Laydner. É o par da Passo (ver anterior), dessa vez em um tipo cheio de personalidade e elegância, mas, mesmo assim, sem

10. Kim Tidwell, “Passo & Passeio: A Typeface Duo Inspired by the Rythms of Life” [“Passo & Passeio: Uma Dupla Tipográfica Inspirada pelos Ritmos da Vida”], *Print Magazine*, 5 dez. 2023, disponível em: [www.printmag.com/type-tuesday/passo-passeio-typefaces/](http://www.printmag.com/type-tuesday/passo-passeio-typefaces/). Acesso em: 14 fev. 2025.

11. *Idem*.

perder leitabilidade. Tem contraste realçado e traz algumas poucas serifas, como nos glifos *s* e *f*. Forma dezesseis fontes, em oito pesos e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de peso e inclinação. Foi selecionada para participar da 14<sup>a</sup> Bienal Brasileira de Design, de 2024.

### PITANGA (2024)<sup>12</sup>

Família sem serifa geométrica híbrida desenhada com direção de Sofia Mohr. Seu conceito é um desenho inspirado na cultura brasileira, em toda a sua expressividade e multiplicidade. O resultado é um tipo leve, de vazios bem abertos e curvas fortes, com vários caracteres alternativos para dar conta da diversidade de sua inspiração. É puxada para *display*, mas garante muita leitabilidade e se mostra versátil. Forma dezesseis fontes, com oito pesos e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de peso e inclinação. Foi selecionada para participar da 14<sup>a</sup> Bienal Brasileira de Design, de 2024.

### ACONCHEGO (2024)

Família sem serifa geométrica híbrida desenhada com direção de Sofia Mohr. Tem versão para texto e para *display*, com mudanças não só de tamanho óptico como de terminais, barras e até de letras completas, caso do *a* e *g* minúsculos. Se destaca nesse tipo de detalhe, que faz um desenho geométrica tradicional e eficiente ganhar elegância e personalidade, mantendo-se muito versátil. Forma dezoito fontes, com duas versões e nove pesos. Possui formato variável com eixos de peso e tamanho óptico.

\* \* \*

12. Kim Tidwell, “Pitanga Expresses the Many Faces of Brazil” [“Pitanga Mostra as Várias Caras do Brasil”], *Print Magazine*, 7 maio 2024, disponível em: [www.printmag.com/type-tuesday/pitanga-expresses-the-many-faces-of-brazil/](http://www.printmag.com/type-tuesday/pitanga-expresses-the-many-faces-of-brazil/). Acesso em: 14 fev. 2025.

Abe

Abeg

Aconchego

Abeg

Aconchego Text

Dos treze tipos, oito são para texto e cinco são híbridos; doze são sem serifa e um, serifado. Fabio explica que o foco da fundição é criar tipos voltados para identidades visuais de empresas – assim, a versatilidade é uma das prioridades e tipos apenas para *display* não fazem sentido. Ao mesmo tempo, todos os projetos, até os voltados mesmo para texto, não deixam de ter marcas de personalidade no desenho, sempre algo que seja distinto, mas sem perder leitabilidade.

A comercialização é feita apenas por venda própria, em dólares e em reais. Isso parte de uma vontade da fundição de ter um modelo de licenciamento mais simples que o tradicional, onde em vez de separarem o licenciamento por tipos de uso, separam por tipos de usuário: há a licença individual, a para estúdios e a para empresas (esta, separada por quantidade de funcionários). Junto disso, não perdem parte do valor da venda para distribuidores e têm o contato direto com quem compra seus tipos. Fabio também vê isso como um diferencial: cria-se um caráter de exclusividade, com tipos que não são encontrados em nenhum outro lugar. A fundição também tem testes acessíveis, disponibilizando os arquivos completos, e uso livre para projetos acadêmicos. No rendimento, os projetos sob medida têm mais peso, gerando cerca de 75% do faturamento da Fabio Haag Type.

O uso dos tipos é maior no Brasil, onde a fundição já se sente bem consolidada. Em 2024, a fim de se mostrar mais para o exterior, criaram a Fonts for Branding, um eixo da Fabio Haag Type voltado para o mercado externo, com redes sociais em inglês. Fabio compartilha os números de *downloads* dos arquivos de teste, que já mostram a iniciativa dando certo: em 2023, a média de testes por mês foi de 131 nacionais e 68 internacionais; até outubro de 2024, a média era de 173 nacionais e 203 internacionais.

Haag entende que o design de tipos no Brasil cresceu muito nos últimos tempos, junto de um crescimento mundial do mercado tipográfico. Atribui isso à maior acessibilidade atualmente das novas ferramentas e do conhecimento de design de tipos,

com cada vez mais livros sobre o assunto traduzidos em português. Comparando o design brasileiro com o exterior, da sua época na Dalton Maag, Fabio vê uma criatividade maior no cenário nacional e mais facilidade dos brasileiros de se despojarem das regras, o que pode até mesmo ser um destaque competitivo. Mesmo assim, acha que falta mais tempo para se estabelecerem novos grandes concorrentes no mercado tipográfico nacional, simplesmente pela dificuldade do próprio ofício.

Para o futuro da Fabio Haag Type, Fabio quer aos poucos consolidar o catálogo para varejo, para parar de depender dos projetos sob medida, que exigem muito da fundição, e não quer que ela cresça e tenha mais funcionários, entendendo que chegou no tamanho ideal. A Fonts for Branding, a nova iniciativa para o mercado externo, tem sido um grande investimento do estúdio atualmente, a fim de explorar novas oportunidades, e, explica o designer, também vem de uma vontade de parar de passar por tanta concorrência com outras fundições nacionais, com quem tem boa relação. A cada passo, a Fabio Haag Type procura ser uma fundição mais calma.



# 5. Inari Type

Com Caio Kondo



Caio Kondo é designer de tipos paulista e coordena a fundição Inari Type, com sede em Campinas (SP). É formado em Design Gráfico pela Universidade Federal de Goiás (UFG) e foi nas aulas de tipografia do professor Wagner Bandeira que se interessou pelo design de tipos. Também foi inspirado pelos conteúdos da Plau, fundição discutida mais adiante neste trabalho<sup>1</sup>, e já começou a estudar por conta própria o ofício com os livros da Estereográfica, editora de Brasília especializada em tipografia e design de tipos. Dos tipos criados durante a faculdade, destaca a Franz (2017), uma família serifada para texto criada para o seu TCC e pensada especialmente para a história criada por Thiago Souza, sua dupla de trabalho<sup>2</sup>. Depois da graduação, começou a trabalhar como designer gráfico e continuou sua educação no design de tipos de forma autodidata: cita como livros importantes para sua formação o *Como Criar*

1. Ver capítulo “Plau, com Rodrigo Saiani”, pp. 107-125.

2. Cf. Caio Kondo e Thiago Augusto de Paula Souza, *Multiversos Narrativos: O Design como Contador de Histórias*, Goiânia, Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás, 2017, trabalho de conclusão de curso. O tipo não é comercializado.

*Tipos: Do Esboço à Tela*, de Cristobal Henestrosa, Laura Meseguer e José Scaglione<sup>3</sup>; *Elementos do Estilo Tipográfico*, de Robert Bringhurst<sup>4</sup>; e *Designing Type* [Desenhando Tipos], de Karen Cheng<sup>5</sup>. Como designer independente, também lançou a fonte Chamuyo (2018)<sup>6</sup>, uma didônica para *display* de peso forte e alto contraste com apenas letras minúsculas, e desenhou o tipo sob medida Wixx Mono (2019)<sup>7</sup>, uma família sem serifa geométrica híbrida para a empresa de telecomunicações Wixx.

Em 2020, sai de Goiânia e vai para Campinas, onde cria a fundação Inari Type junto com Satsuki Arakaki, designer gráfica e de tipos também da UFG. Ambos de ascendência japonesa, veem na tipografia um meio para se conectarem com sua ancestralidade e explorarem a cultura nipo-brasileira<sup>8</sup>. Criaram três tipos juntos: 1. Inari (2020), tipo modular *display* baseado numa grade de pontos conectados (hoje, fora de catálogo); 2. Mori Gothic (2020), família *sans* para texto lançada em conjunto com a

3. Edição mais recente: Cristobal Henestrosa, Laura Meseguer e José Scaglione, *Como Criar Tipos: Do Esboço à Tela*, 2. ed., Brasília, Estereográfica, 2020.
4. Edição mais recente: Robert Bringhurst, *Elementos do Estilo Tipográfico*, versão 4.0, São Paulo, Ubu, 2018.
5. Edição mais recente: Karen Cheng, *Designing Type*, 2. ed., New Haven (CT), Yale University Press, 2020 (não publicado no Brasil).
6. Caio Kondo, “Chamuyo [Free Font]”, *Behance*, 11 jul. 2018, disponível em: [www.behance.net/gallery/67722229/chamuyo-Free-Font](http://www.behance.net/gallery/67722229/chamuyo-Free-Font). Acesso em: 11 maio 2025. O tipo está disponível gratuitamente na página.
7. Caio Kondo, “Wixx Mono Typeface”, *Behance*, 10 dez. 2019, disponível em: [www.behance.net/gallery/82433211/Wixx-Mono-Typeface](http://www.behance.net/gallery/82433211/Wixx-Mono-Typeface). Acesso em: 11 maio 2025.
8. Harry Bennett, “Rooted in Japanese-Brazilian Culture, Inari Type Aims to Further Understand Its Heritage” [“Centrada na Cultura Nipo-Brasileira, a Inari Type Procura Melhor Entender Sua Ancestralidade”], *It's Nice That*, 22 abr. 2020, disponível em: [www.itsnicethat.com/articles/inari-type-graphic-design-220420](http://www.itsnicethat.com/articles/inari-type-graphic-design-220420). Acesso em: 16 mar. 2025.
9. Curso de Design Gráfico - Faculdade Senac go, *Design, Tipografia e Legado*, YouTube, 29 out. 2021, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=oAK9du5-ZxA](https://www.youtube.com/watch?v=oAK9du5-ZxA). Acesso em: 16 mar. 2025.

primeira, para a fundição ter um tipo de *display* e outro de texto (revisada, expandida e relançada em 2022 como Mori, descrita adiante); e 3. Nikkei Maru (2020), fonte *sans* para *display* baseada em uma extensa pesquisa sobre a imigração japonesa para a América (revisada, expandida e relançada em 2024 como Nikkei, descrita adiante). Satsuki deixa a fundição depois de poucos meses e atualmente trabalha como designer gráfica e especialista em tipografia no estúdio Polar, em São Paulo<sup>10</sup>. A partir daí, Caio coordena a Inari Type por conta própria.

Em 2021, Caio passa a trabalhar com a Pangram Pangram, fundição encabeçada pelo designer de tipos canadense Mat Desjardins, e distribui os tipos da Inari Type por meio dela. Enaltece a parceria, que o garante estabilidade de trabalho, segurança jurídica, tempo amplo para conclusões de projetos e o tira o peso da organização, além de ser um espaço rico de troca sobre tipografia pela relação com todos os designers. Destaca a relação com Desjardins, que serve de inspiração tanto no design de tipos quanto na visão comercial.

Na tipografia sob medida, já fez trabalhos para empresas nacionais, como o banco Next e o portal de notícias InvestNews, e internacionais, para a casa cultural argentina Lumaia (Figura 15). Todos foram feitos como parte de projetos maiores de identidade visual coordenado por estúdios de design. Caio se vê como um negociador nesses casos: o estúdio que o contrata já tem algo em mente e ele tenta mostrar novos caminhos. Sobre a tipografia para varejo, são cinco tipos<sup>11</sup>:

10. Satsuki Arakaki, Currículo da Plataforma *LinkedIn*, s.d., disponível em: [www.br.linkedin.com/in/esatsuki](http://www.br.linkedin.com/in/esatsuki). Acesso em: 16 mar. 2025.
11. Os tipos estão datados em função do lançamento completo – a Mori (2022) e a Nikkei (2024) tiveram lançamentos anteriores, com menos glifos e fontes, em 2020. Além das informações provenientes da entrevista, também foram retiradas informações das respectivas descrições no *site* da fundição (disponível em: [www.inaritype.com](http://www.inaritype.com). Acesso em: 14 fev. 2025) e de sua distribuidora, a fundição Pangram Pangram (disponível em: [www.pangrampangram.com](http://www.pangrampangram.com).



VILLA LA ANGOSTURA  
WHERE ARCHITECTURE  
BLENDS WITH NATURE

15a.



VILLA LA ANGOSTURA  
WHERE ARCHITECTURE  
BLENDS WITH NATURE

15b.

*Figura 15.* Lumaia Typeface (Caio Kondo, Inari Type, 2022),  
em amostra convencional (15a) e repleta de ligaturas (15b).

*Fonte:* “Lumaia”, Inari Type, 2022,  
disponível em: [www.inaritype.com/html/mestre.html?fonte=Lumaia&categoria=bespoke](http://www.inaritype.com/html/mestre.html?fonte=Lumaia&categoria=bespoke).  
Acesso em: 7 jun. 2025.

## EIKO (2021)<sup>12</sup>

Família serifada transicional para *display*. O projeto de maior escoço da fundição em questão de glifos – e Caio diz que nunca mais fará algo tão extenso –, combinando quatro sistemas de escrita: o latino e os três sistemas japoneses, *hiragana*, *katakana* e *kanji* (este, só com oitenta caracteres, considerados os primeiros a serem aprendidos no sistema educacional japonês), resultando em mais de 1 600 glifos (é raro um tipo tão completo: no design japonês, é normal se usar uma combinação de tipos diferentes para cada sistema de escrita). A criação do tipo foi um meio de se aprofundar na cultura de sua família, que chegou ao Brasil na primeira onda de imigração japonesa ao país, e teve como inspiração os trabalhos da designer gráfica e figurinista premiada Eiko Ishioka, homenageada no nome. Os desenhos de todos os sistemas de escrita se dialogam, principalmente pelas terminações dos traços, que brincam com o formato de gota mais alongado e serifas triangulares afiadas, vindas do estilo *mincho* da tipografia japonesa, traduzido muito bem no sistema latino. Além disso, houve um cuidado para fazer todos os sistemas trabalharem juntos – já que em japonês é comum misturar todos os quatro em uma frase ou sinalização –, usando linhas de base em alturas diferentes e um empenho dobrado na compensação vertical, também comum na língua japonesa. O resultado é uma família de traço elegante, com alto-contraste e combinação delicada entre formas angulares e orgânicas. Forma dezesseis fontes, com oito pesos e estilo itálico. Possui formatos variáveis para cada estilo com eixo de peso. Foi selecionada para participar da 9<sup>a</sup> Tipos Latinos, de 2022.

Este é o tipo usado, na versão Maru, para o título deste capítulo.

# Abeg

Acesso em: 14 fev. 2025). Qualquer referência adicional será indicada por nota de rodapé no título do tipo.

12. Diatipo, *DiatipoX - 9<sup>a</sup> Tipos Latinos [Tarde 2]*, YouTube, 25 mar. 2023. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=izGPTLVWg3A](https://www.youtube.com/watch?v=izGPTLVWg3A). Acesso em 17 fev. 2025; Studio Ground Floor, “Backstage with Caio Kondo” [“Nos Bastidores com Caio Kondo”], *The Pangram Paper*, 20 out. 2021, disponível em: [www.pangrampangram.com/blogs/journal/backstage-caio-kondo](http://www.pangrampangram.com/blogs/journal/backstage-caio-kondo). Acesso em: 19 fev. 2025.

# Abeg

## MORI (2022)<sup>13</sup>

Família sem serifa neogrotesca para texto desenhada em conjunto com Satsuki Arakaki e Mat Desjardins. É o primeiro projeto que Caio começou a desenhar, com o conceito de criar uma tipografia para uso geral, de alta versatilidade, mas que também mostrasse sua personalidade em pesos maiores. Sua inspiração foi o design gráfico japonês contemporâneo, em especial os trabalhos de Ikko Tanaka e Kazumasa Nagai, e seu diferencial é a atenção aos diacríticos, bem destacados e em conjunto extenso – como o mercado tipográfico é muito voltado para os Estados Unidos, é raro achar um tipo desse estilo com suporte de diacríticos, importante nas línguas latinas e europeias, e o designer não só viu nisso uma vantagem como o fez a maior característica do tipo. Além disso, tem os glifos de números circulados e ornamentos de sóis e fases lunares. Forma dezesseis fontes, com oito pesos e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de peso e inclinação.

# Abeg

Air

# Abeg

Air Mono

## AIR (2023)<sup>14</sup>

Família sem serifa grotesca para texto desenhada por Mat Desjardins e expandida por Caio Kondo. Tem duas versões, a Sans e a Mono, esta monoespacejada com algumas serifas retangulares. Desjardins tentou combinar três inspirações: o minimalismo, o brutalismo e a estética aeroespacial. O resultado é um desenho sério, mas com muita personalidade, brincando com formas quadradas, ângulos inusitados e traços mais longos do que o tradicional, sem perder nada de legibilidade. Além disso, vem com vários

13. Studio Ground Floor, “Backstage with PP Mori’s Caio Kondo” [“Nos Bastidores com Caio Kondo da PP Mori”], *The Pangram Paper*, 28 set. 2022, disponível em: [www.pangrampangram.com/blogs/journal/mori](http://www.pangrampangram.com/blogs/journal/mori). Acesso em: 19 fev. 2025.
14. Studio Ground Floor, “Backstage with PP Air’s Designers” [“Nos Bastidores com os Designers da PP Air”], *The Pangram Paper*, 21 jun. 2023, disponível em: [www.pangrampangram.com/blogs/journal/air-backstage](http://www.pangrampangram.com/blogs/journal/air-backstage). Acesso em: 19 fev. 2025.

glifos alternativos, o que permite dá-la mais ou menos leituraabilidade ou destaque. Mat fez o desenho da versão Sans, enquanto Caio expandiu o conjunto de caracteres e criou os itálicos e a versão Mono – os dois sempre em diálogo. Caio conta que a Air foi um grande aprendizado sobre tipos monoespacejados e suas dificuldades, como a compensação e ajustes finos de peso. Forma 36 fontes, com nove pesos, duas versões e estilo itálico. Possui formato variável com eixos de versão, peso e italização.

### NIKKEI (2024)<sup>15</sup>

Superfamília sem serifa para *display* desenhada em conjunto com Mat Desjardins e Francesca Bolognini (designer de tipos italiana parceira da Pangram Pangram), revisando e expandindo o design original feito em conjunto com Satsuki Arakaki e com pesquisa em conjunto com Laís Ikoma (designer gráfica fundadora do estúdio de design Polar). Nasce de uma pesquisa extensa sobre as letras da comunidade *nikkei* – ou seja, imigrante japonesa e de seus descendentes – de vários países da América, principalmente Brasil, Argentina, Peru e Estados Unidos, com a intenção do trio original (Kondo, Arakaki e Ikoma) de explorarem e se conectar com suas raízes culturais por meio do design. Para isso, levantaram iconografias do início da comunidade, com foco nos navios da imigração japonesa (neles, os nomes pintados nos cascos), nos letreiros dos comércios *nikkei* e nos tipos usados nos jornais *nikkei*, normalmente bilíngues.

15. Caio Kondo, Laís Ikoma e Satsuki Arakaki, “Nikkei Maru: Uma Abordagem Histórica da Imigração Japonesa para o Continente Americano a Partir de uma Leitura Tipográfica”, *Inari Type*, 19 out. 2020; Inari Type, “Nikkei Maru Typeface”, *Behance*, 19 out. 2020, disponível em: [www.behance.net/gallery/102665979/Nikkei-Maru-Typeface](http://www.behance.net/gallery/102665979/Nikkei-Maru-Typeface). Acesso em: 14 fev. 2025; Studio Ground Floor, “Backstage with PP Nikkei Designer Caio Kondo” [“Nos Bastidores com o Designer da PP Nikkei, Caio Kondo”], *The Pangram Paper*, 17 abr. 2024, disponível em: [www.pangrampangram.com/blogs/journal/backstage-nikkei](http://www.pangrampangram.com/blogs/journal/backstage-nikkei). Acesso em: 24 fev. 2025.

**Abeg**

Nikkei Maru

**Abeg**

Nikkei Journal

**Abeg**

Nikkei Pacific

**Abeg**

Nikkei Line

Este é o tipo da fundição escolhido para ser mais bem demonstrado no Apêndice B, pp. 166-167.

Os letreiros dos navios e dos comércios serviram de base para as maiúsculas, enquanto as minúsculas foram inspiradas nos vários tipos dos jornais, com um trabalho para criar união entre esses desenhos. Além disso, produziram uma variedade de ornamentos, com duas referências: a ornamentação tipográfica japonesa e padrões e estampas japonesas tradicionais, chamados de *monyo* – essas inspirações deram origem a padrões originais e a ornamentos baseados na cultura *nikkei*, como frutos e flores comuns na vida dos imigrantes e até mesmo uma bola de beisebol, esporte muito praticado pela comunidade. Disso, saiu a fonte Nikkei Maru, em 2020 (*maru* – “círculo”, em japonês – é um sufixo comum na navegação japonesa, utilizado em vários dos navios que trouxeram imigrantes japoneses para a América, e simboliza a jornada). Já em 2024, nasce a superfamília completa, repensada e expandida. Como tem inspiração caligráfica além da tipográfica, fica com um desenho difícil de categorizar, com aspectos neogrotescos e geométricos. São quatro versões: 1. a Maru, com o mesmo nome da fonte original, mas revisitada, é a mais generalista. Junta todas as inspirações, mas foca nos letreiros dos comércios da comunidade, além de trazer um traço atual junto com suas interpretações. Tem um desenho bem arredondado e brinca com vazios grandes e aberturas estreitas; 2. a Journal, mais voltada para os tipos encontrados nos jornais, segue com o mesmo padrão, mas com aberturas mais generosas e desenho um pouco mais reto e compacto; 3. a Pacific (em homenagem às viagens pelo Oceano Pacífico), focada nos letreiramentos dos navios, tem formas mais quadradas, justamente pela maneira de serem pintados, com rolos de tinta. Que nem a Maru, tem aberturas estreitas; e 4. a Line (Linha, em inglês; outro sufixo comum para embarcações japonesas), baseada em outro estilo de letreiramento dos navios. Continuando com formas quadradas, seu destaque é o contraste invertido. Além das quatro versões, foi adicionada uma série de ornamentos baseada em emblemas familiares tradicionais japoneses. Forma 72 fontes,

com quatro versões, nove pesos e estilo oblíquo. Possui formatos variáveis para cada versão, com eixos de peso e inclinação. Sua forma original, Nikkei Maru, foi premiada com Ouro no Latin American Design Awards de 2021.

### MODEL (2025)

Família sem serifa geométrica para *display* desenhada em conjunto com Francesca Bolognini e Mat Desjardins. É inspirada nos produtos da Tamiya, marca japonesa de plastimodelismo. Da mesma maneira que os modelos em miniatura vem em um conjunto de placas de plástico onde várias peças estão conectadas por hastes finas feitas para serem destacadas, as conexões dos glifos na Model também são feitas por traços finos, simulando o visual. São quatro versões: 1. a Sans, com desenho mais neutro e quase nenhuma dessas conexões experimentais, mas que aparecem ainda em poucos glifos, como o *i*, o *j* e o *k*. É também a única das versões um pouco mais larga; 2. a Mono, versão monoinspacejada da Sans; 3. a Plastic, onde todos os glifos têm as conexões simulando as placas plásticas; e 4. a Plastic Line, com o mesmo desenho da Plastic, mas todos os glifos são conectados, também por um traço fino, a uma linha horizontal por baixo, também comum nos *kits* de montagem. Essa simulação das placas de peças dá espaço para uma tipografia modular, evidenciando as partes iguais dos glifos, como várias peças idênticas em um conjunto. Os bojos das duas versões Plastic brilham no desenho experimental. Conta com os sistemas *hiragana* e *katakana*. Forma 72 fontes, com quatro versões, nove pesos e estilo oblíquo. Possui formatos variáveis para cada versão, com eixos de peso e inclinação.

\* \* \*

Das cinco faces, três são *display* e duas de texto; e quatro são sem serifa e uma é serifada. É notável o escopo dos projetos, com duas superfamílias, sendo que uma também suporta dois

**Abeg**

Model Sans

**Abeg**

Model Mono

**Aloegj**

Model Plastic

**Abegj**

Model  
Plastic Line

sistemas de escrita japoneses, assim como a Eiko, que suporta todos os três sistemas japoneses. Isso, inclusive, é a maior tópica da Inari Type: com exceção da Air, projeto vindo da Pangram Pangram, todos os tipos da fundição têm relações com a cultura japonesa e nipo-brasileira.

A comercialização é feita exclusivamente por distribuição da Pangram Pangram, como parte do contrato de parceria. Vale destacar que ela tem um modelo de teste acessível, onde o usuário tem acesso aos arquivos completos da tipografia para testar (em vez do convencional conjunto limitado de caracteres) e pode pagar a licença depois. Junto disso, disponibiliza gratuitamente o uso de seus tipos para projetos pessoais e acadêmicos. Entre os projetos sob medida e para varejo, o maior rendimento para Caio vem dos tipos para varejo, muito em função do pagamento em dólar.

Sobre o uso dos tipos, há mais no exterior, mas Caio tem muito mais contato direto com os designers brasileiros que usam suas fontes.

Caio vê o cenário brasileiro de design de tipos em grande evolução. Hoje já mais competitivo do que no início de sua fundição, os designers precisam entregar tipos de maior qualidade e ter um olhar mercadológico – isto também tem seu lado negativo, onde a tipografia brasileira vai perdendo parte do seu caráter experimental e espontâneo que havia antes para dar mais espaço às tendências do mercado.

Para o futuro, reflete sobre assuntos gerais do mundo tipográfico. Tem receio da entrada da inteligência artificial nesse meio e também vê o seu próprio caso como exemplo de uma tendência mais ampla: fundições menores não estão conseguindo se sustentar sozinhas, e ou se juntam com empresas maiores por vontade própria, ou são consumidas. Entende que haverá cada vez mais designers de tipos, mas com isso não aumentarão proporcionalmente as fundições. Se preocupa muito com a questão da educação de design de tipos no Brasil: vê a demanda de brasileiros por cursos especializados, que saem para o exterior em

busca de pós-graduações em tipografia, e pouca movimentação nacional para fomentar a criação desses cursos dentro do país (ainda pior, lamenta a extinção da pós-graduação em Tipografia ofertada pelo Senac, em São Paulo).



# 6.

## OUTRAS FONTES

### COM RICARDO ESTEVES



Ricardo Esteves é designer de tipos capixaba e coordena a fundição Outras Fontes, com sede em Vitória.

É formado em Desenho Industrial pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) e mestre em Design pela Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (ESDI-UERJ). Já na graduação começou a trabalhar com tipografia e seu trabalho de conclusão de curso foi desenhar a Maryam, lançada posteriormente como primeiro tipo de sua fundição em 2007. Seu mestrado já foi voltado diretamente para o design de tipos e sua dissertação traz o primeiro panorama geral sobre a história do design de tipos brasileiro na era digital, e foi publicada como livro, com apenas algumas emendas e atualizações, sob o título de *O Design Brasileiro de Tipos Digitais: A Configuração de um Campo Profissional*, pela editora Blucher, em 2010, a convite da professora Priscila Farias – o livro serve de base principal para a pesquisa histórica sobre a era digital deste trabalho.

Em 2011, Ricardo entra para a Ufes como professor-assistente na área de design gráfico e tipografia, além de ser um dos coordenadores do programa de extensão em design da universidade, o ProDesign Ufes, onde permanece. Atualmente, seu

foco de pesquisa é na tipografia para línguas indígenas brasileiras, principalmente para os povos guarani e tupiniquim, muito presentes em seu Estado. Essas línguas requerem acentuações não codificadas no computador e teclados convencionais, exigindo instalações adicionais simplesmente para escrever nesses idiomas. Mesmo com populações enormes e no nosso próprio país, a produção de tipos para línguas indígenas é praticamente inexistente, sendo o motivo principal a falta de mercado, ainda muito centrado no norte mundial. Ricardo diz que só consegue se debruçar nessa área por conta da universidade pública, e um pouco dessa pesquisa é demonstrada no projeto mais recente da ProDesign Ufes, uma atualização da Ufes Sans (ProDesign Ufes, 2013; versão 2.0 2024), família tipográfica desenhada para a sinalização da universidade (incluindo símbolos importantes para sinalização como o de elevador e de não fumar, entre vários outros) por estudantes do programa com supervisão de Ricardo. A versão 2.0, além de trazer mais pesos itálicos e formatos variáveis, traz suporte para as línguas indígenas guarani, maxakali, patxôhã e tupi antigo<sup>1</sup>.

A Outras Fontes nasce em 2007, para comercializar a Maryam, que acabara de ser completada. Foi lançada pelo MyFonts e teve uma boa recepção, o que motivou o designer a continuar desenhando tipos e, com alguns lançamentos, percebeu que era algo que queria levar para a vida. Desde sempre, coordena a fundição por conta própria. No começo, deu bastante foco ao design de tipos, mas, quando entrou como professor na Ufes, em 2011, diminuiu o ritmo, e trabalha na fundição nos contraturnos e recessos da universidade.

No começo da Outras Fontes, Ricardo chegou a trabalhar com tipografia sob medida e customizações, mas já não faz mais esses tipos de projeto. De destaque, houve uma fonte *script* para

1. ProDesign Ufes, “Família Tipografia Ufes Sans 2.0”, 1 ago. 2024, disponível em: [www.prodesign.ufes.br/ufessans](http://www.prodesign.ufes.br/ufessans). Acesso em: 13 mar. 2025.

a Coca-Cola, especialmente para o produto Coca-Cola Light Plus, e projetos de customização para a Dalton Maag. Quando é procurado para produção sob medida, faz um cálculo simples: o custo do desenho mais a média de dez anos em *royalties*. Em um momento de tendência das empresas procurando esses projetos, ele entende que poucas percebem o real custo.

Sobre sua produção para varejo, são doze tipos<sup>2</sup>:

### MARYAM (2007)

Família caligráfica *script* para *display*. É uma cursiva tradicional, mas seu pouco contraste e desenho aberto garantem maior legibilidade. Sua versão Alternate confere alguns glifos caudais e muito mais ligaturas. Como mencionado, é resultado de seu trabalho de conclusão de graduação em Desenho Industrial. Forma duas fontes em duas versões. Foi selecionada para participar da 3ª Bienal Tipos Latinos, de 2008<sup>3</sup>.

*Abeghirstuvwxyz*  
Maryam

*Abeghirstuvwxyz*  
Maryam  
Alternate

### SCRIVANO (2007)

Família caligráfica manual em ponta chata para *display*. De forma, tem como principais inspirações as escritas renascentistas, medievais e o estilo fundacional de caligrafia, criado pelo calígrafo e tipógrafo inglês Edward Johnston, dito o pai da caligrafia moderna. Forma quatro fontes, com dois pesos e estilo itálico.

*Abegh*

### JANA THORK (2007)

Família caligráfica múltipla para *display*. É composta de dois desenhos diferentes: as maiúsculas são incisas e as minúsculas

*λb€G*

2. Além das informações provenientes da entrevista, também foram retiradas informações das respectivas descrições no *site* da fundição, disponível em: [www.outrasfontes.com](http://www.outrasfontes.com). Acesso em: 2 fev. 2025.
3. Ricardo Esteves, Currículo do Sistema Currículo Lattes, 15 dez. 2023, disponível em: [www.lattes.cnpq.br/5842780731872567](http://www.lattes.cnpq.br/5842780731872567). Acesso em: 15 mar. 2025. Também foi retirado de seu currículo a informação sobre a seleção das Jana Thork (2007), Force (2009), Directa Serif (2013) e Progressiva (2013).

Este é o tipo usado para o título deste capítulo.

manuais em ponta chata, inspiradas na caligrafia uncial e semiuncial, alguns dos estilos caligráficos mais antigos. Esses dois estilos em conjunto criam uma singularidade expressiva e uma relação única entre as caixas alta e baixa. Também é repleta de ligaturas, caudais e glifos alternativos. Forma duas fontes em dois pesos. Foi selecionada para participar da 3<sup>a</sup> Bienal Tipos Latinos, de 2008.



Este é o tipo usado para ornamentar este capítulo.

### GAIA (2008)

Fonte ornamental de *dingbats*. Com poucas linhas retas e muita simetria, seus glifos têm formas orgânicas que juntas criam padrões ópticos interessantes e novas figuras nos espaços negativos. São 62 *dingbats* ao todo.

## *Abeg*

### HACHURA (2008)

Fonte caligráfica manual alternativa para *display*. Seu desenho simula a fase inicial do projeto do design de tipos, quando se hachura os glifos na ponta do lápis. Sua forma é baseada nas serifadas garaldinas.

## **Abe**

Force

## **Abe**

Force Shadow



Force Dingbats

### FORCE (2009)

Família sem serifa geométrica para *display*. Seus traços são grossos e arredondados, e tem miolos bem fechados, criando um desenho denso. Sua versão Shadow tem forma negativa e sombreada. Também tem fonte ornamental com 62 *dingbats*. Forma quatro fontes, com duas versões, estilo itálico da versão regular e fonte ornamental. Foi selecionada para participar da 4<sup>a</sup> Bienal Tipos Latinos, de 2010.

## **Abe**

Alegria Roman

## **Abe**

Alegria Caps

### ALEGRIA (2010)

Família sem serifa neogrotesca para *display*. Como um contraposto da Force (2009), continua com traços grossos, mas vazios mais abertos, desenho mais leve e extremidades retangulares. Seu visual lembra as incisas. Sua versão Bright simula realces iluminados nos glifos, com a versão Fill sendo a contraforma, ou seja, só

os realces, pensada para complementos coloridos. Forma quatro fontes, com estilo versal-versalete e duas versões para esse estilo.

### DIRECTA SERIF (2013)

Família serifada transicional para texto. Foi pensada especialmente para uso em textos longos e em corpos pequenos, como em periódicos, e por isso tem visual condensado, mas alta legibilidade, com baixo contraste e altura-x grande. Forma catorze fontes, com sete pesos e estilo itálico. Possui formato variável com eixo de peso (lançado em 2022, a convite da Adobe, como fomento à expansão do acervo variável na Adobe Fonts). Foi selecionada, com destaque, na 11<sup>a</sup> Bienal Brasileira de Design Gráfico, de 2015.

### PROGRESSIVA (2013)

Família sem serifa grotesca para texto. Arredondada e comprida, cheia de ligaturas e glifos alternativos, é expressiva sem perder leitabilidade. Forma onze fontes em onze pesos. Foi selecionada para participar da 6<sup>a</sup> Bienal Tipos Latinos, de 2014.

### CAPELLINA (2019)

Superfamília para *display*. É dividida em duas fontes caligráficas *script* e duas serifadas humanistas, só em versal-versalete. A junção pode parecer incomum, mas a família é reunida pela exploração dos glifos caudais, tradicionais nos dois desenhos. Além disso, o tipo utiliza a tecnologia de alternação contextual, que, junto com a grande quantidade de ligaturas, traz vivacidade às letras, criando o que o designer chamou de “tipografia interativa”. Forma quatro fontes, com duas versões *script* e uma versão serifada com dois pesos. Foi selecionada para fazer parte da 9<sup>a</sup> Bienal Tipos Latinos, de 2022.

### PONTA TEXT (2023)

Família caligráfica incisa para texto. As incisas têm como base o entalhe de letras em pedra, que por sua vez tinha seu desenho

**ABEGHI**  
Alegria Bright

**Abeg**

**Abeg**

**Abeghi**  
Capellina Script

**Abeghi**  
Capellina Rough

**ABEGHI**  
Capellina Caps

**Abeg**

Este é o tipo da fundição escolhido para ser mais bem demonstrado no Apêndice B, pp. 168-169.

inspirado na caligrafia, daí a ênfase imitando a ponta da pena e dando o nome para este tipo. A Ponta Text teve como inspiração específica uma família do designer de tipos e professor holandês Gerard Unger, a Alverata (Gerard Unger, TypeTogether, 2014), também incisa. Ricardo Esteves a descobriu lendo um livro de Unger, o *Theory of Type Design [Teoria do Design de Tipos]* (2018)<sup>4</sup>, composto com ela, e se entusiasmou em criar uma família de uma categoria que ainda não havia explorado. Mesmo que as incisas sejam incomuns para texto, seu desenho aberto e fiel às tradições dos tipos serifados lhe dá alta leiturabilidade. Forma dezoito fontes, com nove pesos e estilo itálico. Possui formatos variáveis para cada estilo com eixo de peso. Foi selecionada para participar da 14<sup>a</sup> Bienal Brasileira de Design Gráfico, de 2024.

## Abeg

JANONE (2024)

Família sem serifa humanista para texto. Tem visual aberto e cantos arredondados, que Ricardo chama de “amigável”. Seu propósito é versatilidade, tendo alta legibilidade e leiturabilidade para textos longos, mas personalidade o suficiente para *display*. Forma dezoito fontes, com nove pesos e estilo itálico. Possui formatos variáveis para cada estilo com eixo de peso.



Das doze faces descritas, sete são para *display*, quatro para texto e uma ornamental. Cinco são caligráficas, quatro *sans*, uma serifada e uma superfamília (caligráfica e serifada), sem contar a ornamental. Há uma clara divisão no trabalho anterior e posterior à entrada do designer como professor universitário, em 2011: antes, a produção foi maior, com sete tipos, mas os projetos eram menores, com menos fontes; depois, mesmo sendo apenas cinco

4. Gerard Unger, *Theory of Type Design*, Rotterdam, naio10 Publishers, 2018. Ainda não publicado no Brasil.

tipos, o escopo ficou sempre muito maior – outra mudança foi a entrada na produção de tipos para texto, com apenas uma para *display* (a Capellina) desde então.

A Outras Fontes não tem venda própria e comercializa suas fontes por: 1. distribuidores, sendo eles o MyFonts, o Fontspring e o I Love Typography (ILT); e 2. assinatura, pela Adobe Fonts<sup>5</sup>. Ricardo optou por não assinar com o serviço de assinatura vinculado ao MyFonts, a Monotype Fonts. Dá destaque ao ILT, que, mesmo sendo um distribuidor bem menor, tem ótima curadoria e surgiu de um *blog* sobre tipografia que já acompanhava há anos; e à Adobe Fonts, que é o melhor contrato da fundição, em exposição e financeiramente. O mercado internacional, principalmente os Estados Unidos, continua sendo seu maior comprador – as vendas para o Brasil eram mínimas no início, mas vem cada vez mais crescendo e já são consideráveis.

Ricardo vê um mercado de tipos brasileiro amadurecido. Fundições consolidadas e com vários funcionários, profissionais especializados e demanda ativa são alguns dos sinais, muito diferente de quando começou a Outras Fontes, onde haviam poucos brasileiros no ramo. Entende como a principal diferença desde que entrou no mercado o *boom* dos tipos sob medida, cada vez mais profissionais, elaboradas e, consequentemente, de maior orçamento.

Para a Outras Fontes, o designer quer continuar por muito tempo. Como precisa conciliar com a universidade, sua estratégia é focar no projeto atual até o fim, depois partir para um outro, em vez de ficar com vários tipos na cabeça. No momento, trabalha na Ponta Display, expansão *display* da Ponta Text (2023).

5. Conferido em 15 mar. 2025.



## 7.

## *Plau*

*Com Rodrigo Saiani*



Rodrigo Saiani é designer paulista e sócio-fundador da fundição Plau, com sede na cidade do Rio de Janeiro. Nascido em São José dos Campos (SP), foi para a capital carioca aos três anos de idade. É formado em Administração de Empresas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e em Design Gráfico (*associate's degree*) pela Alan Parsons School of Design da The New School, em Nova York. Desde seu início no mercado de trabalho, trabalha na área da comunicação, do design e do *branding*. Além disso, foi professor de Tipografia e Design de Tipos na Miami Ad School Brasil, no Rio de Janeiro, de 2014 a 2021. Em 2024, foi nomeado o Profissional de Design do Ano pelo 14º Prêmio Brasileiro de Design.

Começou a trabalhar com design trabalhando com Flash, ferramenta digital de animação, e a se aprofundar na tipografia diagramando revistas no seu primeiro emprego, no estúdio de design gráfico Sellulloid<sup>1</sup>. Em 2007, ele e seu irmão Gustavo Saiani fundaram o próprio estúdio, a Niramekko Design – lá, Rodrigo começou a trabalhar com o design de tipos. O primeira

1. Plau Design, *Como Fazemos Tipografia Pop*, YouTube, 29 ago. 2023, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=toKCIQRQMGo](https://www.youtube.com/watch?v=toKCIQRQMGo). Acesso em: 8 fev. 2025

tipo foi Niramekko Ichi (2007, não comercializada), tipo sem serifa modular criado para o cartão de visitas da empresa, e, em 2009, Rodrigo desenha sua primeira fonte comercial, a Motiva, que abre a fundição Niramekko Foundry.

Em 2013, o estúdio se separa e Rodrigo cria a Plau, fundição de tipos e estúdio de design focado em marcas e identidades visuais, com sede no Rio de Janeiro. No começo, havia ele e mais um funcionário, e hoje a empresa conta com outro sócio, Carlos Mignot, designer de tipos carioca que foi aluno de Saiani na Miami Ad School e que entrou para a fundição em 2016 e se torna sócio em 2022, e mais quatro funcionários: as designers gráficas Ana Laura Ferraz e Aline Caruso; o redator Valter Costa e a calígrafa e letreiradora Mariana Navarro. Desde a época da pandemia do covid-19, a Plau funciona totalmente por trabalho remoto – os desafios dessa transição foram grandes e, em 2024, a empresa passa por um momento de reflexão sobre sua gestão, objetivos e metas, a fim de evitar erros passados e melhorar a comunicação entre a equipe.

O lema da Plau é: “nós fazemos tipografia *pop!*”, brincando com o duplo sentido da palavra *pop*, em inglês, que serve tanto de verbo, significando destacar-se, como substantivo, significando popular. Assim, um grande objetivo da fundição é popularizar a tipografia no Brasil. Se esforçam não só para apresentarem o mundo da tipografia por meio de seus conteúdos digitais, como fomentam o ensino do design de tipos, mantendo a plataforma Plau Ensino, com materiais práticos gratuitos e com uma série de cursos especializados em design de tipos, design de logomarcas, criação de identidade visual, caligrafia e letreiramento. O curso voltado para design de tipos, o FontePro, está abrindo sua terceira turma no primeiro semestre de 2025, e já teve mais de cem alunos nas duas turmas anteriores.

Na produção sob medida, a fundição já fez dezenas de projetos para empresas nacionais e internacionais. Saiani aponta como o ponto de virada para a fundição o primeiro grande

projeto sob medida, o tipo para a rede nacional de televisão Globo, em 2015<sup>2</sup>. Para mencionar apenas os que foram selecionados para participar da última Bienal Brasileira de Design, temos os tipos para: a marca de seguro laboral chilena ACHS; o canal de televisão Canal Brasil; o portal de notícias financeiras *Exame*; a empresa chilena de alimentos veganos NotCo; a marca de café Pilão; a loja de roupas Reserva; o evento cultural Rio Carnaval e a gigante multinacional estadunidense de publicidade TBWA (as duas últimas, selecionadas com destaque, e a para TBWA também premiada com Prata no 13º Prêmio Brasileiro de Design, de 2023) (Figuras 16 a 18). O diálogo entre a fundição e a empresa-cliente é a parte mais importante, e ouvir demandas de várias áreas diferentes ajuda a criar um projeto mais completo e a dar base para as decisões criativas.

Sobre os tipos para varejo, são<sup>3</sup>:

### MOTIVA SANS (2009)

Família sem serifa neogrotesca para texto. Seu baixo contraste e desenho aberto garantem alta legibilidade, e seu maior toque de personalidade está no estilo itálico, com leve inspiração caligráfica que dá fluidez nos traços. Nasceu de um projeto de marca para uma empresa de recursos humanos<sup>4</sup>, de onde Saiani percebeu que

Abeg

2. Rodrigo Saiani, “Uma Reflexão Amadora Sobre Meu 2019 Profissional e Talvez Sobre Minha Década (’09-’19) no Design”, *Plau Type & Design* (blog), 1 jan. 2020, disponível em: [www.medium.com/plaudesign/uma-reflexao-amadora-sobre-meu-2019-profissional-e-talvez-sobre-minha-decada-09-19-no-design-eb46aa2f12a8](http://www.medium.com/plaudesign/uma-reflexao-amadora-sobre-meu-2019-profissional-e-talvez-sobre-minha-decada-09-19-no-design-eb46aa2f12a8). Acesso em: 4 fev. 2025.
3. Além das informações provenientes da entrevista, também foram retiradas informações das respectivas descrições no site da fundição, disponível em: [www.plau.design](http://www.plau.design). Acesso em: 4 fev. 2025. Qualquer referência adicional será indicada por nota de rodapé no título do tipo. Exceto onde notado, todas as famílias foram desenhadas por Rodrigo Saiani.
4. DiaTipo, *DiaTipo Belém 2023 – Rodrigo Saiani*, YouTube, 12 out. 2023, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=rRZiaZWIadQ](https://www.youtube.com/watch?v=rRZiaZWIadQ). Acesso em: 9 fev. 2025.

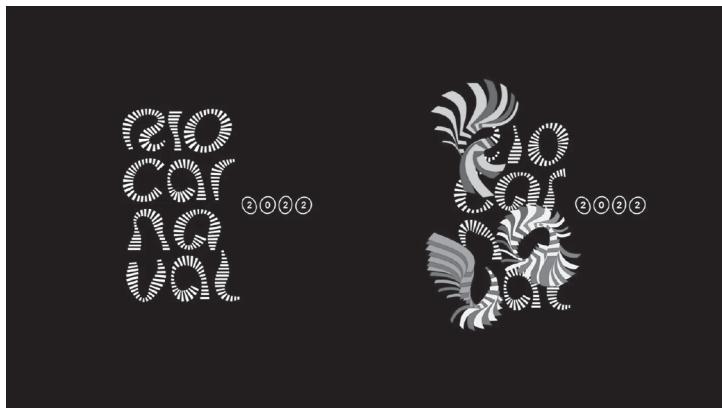


Figura 16. Logotipo do Rio Carnaval 2022 (Plau/Tátil, 2022), baseado no movimento dos porta-bandeiras. Nos anúncios, as letras se movem e por vezes se expandem nas cores das bandeiras das escolas de samba cariocas.

Fonte: Plau Design, “Rio Carnaval”, *Behance*, 28 abr. 2022,  
disponível em: [www.behance.net/gallery/142681547/Rio-Carnaval](http://www.behance.net/gallery/142681547/Rio-Carnaval). Acesso em: 7 jun. 2025.

TBWA\			
<small>TBWA Grotesk® is available in five weights, each with italics and reverse italics, ranging from regular to black. © TBWA\CHIQUITA. All rights reserved — TBWA and Disruption are registered trademarks of TBWA.</small>			
01	Backslash	Regular	<i>/italic</i>
02	Backslash	Medium	<i>/italic</i>
03	Backslash	Semibold	<i>/italic</i>
04	Backslash	Bold	<i>/italic</i>
05	Backslash	Black	<i>/italic</i>

Figura 17. TBWA Grotesk (Rodrigo Saiani & Carlos Mignot, Plau, 2023).

Destaque para o estilo oblíquo invertido, inclinado à esquerda.

Fonte: Plau Design, “TBWA Type System”, Behance, 12 jun. 2023, disponível em: [www.behance.net/gallery/167292251/TBWA-Type-System](http://www.behance.net/gallery/167292251/TBWA-Type-System). Acesso em: 7 jun. 2025.



Ahoj! Annyeonghaseyo! Bog!  
 Ciao! C'esc! DrahvdzVueeTyeh!  
 Hallo! Hej! Hello! Hola! Hujambo!  
 Kon'nichiwa! Merhaba! NiHao!  
 Olá! SahWahdDeeKhrup(Kah)!  
 Salut! Marhaba Shalom! Udvoz-  
 lom! YahSahs!

**TBWA** The Disruption® Company

© TBWA — All rights reserved — TBWA and Disruption are registered trademarks of TBWA

Figura 18. Demonstração do Gerador de Disrupção criado para a TBWA Grotesk (Rodrigo Saiani & Carlos Mignot, Plau, 2023). O programa permite aplicar efeitos pré-determinados aos vetores de qualquer glifo.

Fonte: Plau Design, “TBWA Type System”, Behance, 12 jun. 2023, disponível em: [www.behance.net/gallery/167292251/TBWA-Type-System](http://www.behance.net/gallery/167292251/TBWA-Type-System). Acesso em: 7 jun. 2025.

poderia criar uma fonte completa, e foi adicionando pesos e itálicos ao longo do tempo. É conhecida por ser o tipo usado pela Steam, a maior plataforma de jogos eletrônicos atualmente. Forma catorze fontes, com sete pesos e estilo itálico. Possui formatos variáveis para cada estilo com eixo de peso, criados posteriormente.

## Abegh

### PLAU (2011)

Família sem serifa geométrica para *display*. Tem estética inspirada na programação e no visual clássico das fontes *bitmap*, mas com um toque moderno. Suas minúsculas são bem arredondadas e tiram qualquer ênfase das extremidades, enquanto as maiúsculas têm traços retos e extremidades marcantes. Seu desenho característico é bem visível nos glifos *A* e *v*, normalmente feitas com traços diagonais, mas aqui pensadas com traços retos, ganhando uma nova quina e só aí passando a ser diagonal. Além disso, como sua antecessora, tem desenho aberto e baixo contraste, o que dá versatilidade. Acabou virando homônima da fundição, com a transição da Niramekko Foundry para a Plau em 2013. Forma doze fontes, com seis pesos e estilo itálico.

## Abeg

Guanabara Sans

### GUANABARA (2013)

Família sem serifa humanista híbrida. Seu conceito é ser um tipo de sinalização – usado para placas de trânsito, de rua ou transporte público – para a cidade do Rio de Janeiro. Assim, seu desenho é de alta legibilidade e também neutralidade, mas, mesmo assim, trazendo levemente uma personalidade carioca. Do mesmo jeito que suas duas antecessoras, tem baixo contraste e olhos abertos, mas com curvas mais leves. Sua versão Display tem largura condensada e maior altura-x, formando uma família de extrema versatilidade. Forma 25 fontes, com versão Sans em oito pesos e estilo itálico e versão Display em nove pesos. Possui formatos variáveis para cada versão e estilo com eixo de peso. Foi selecionada, com destaque, para participar da 11ª Bienal Brasileira de Design, de 2015.

## Abeghirst

Guanabara  
Display

## PRIMOT (2013)

Fonte caligráfica manual em pincel. É baseada nas fachadas de gelaterias italianas. Cursiva, tem alto contraste e traços grossos e arredondados. A família tem um desenho vertical, corroborando com sua inspiração, e é cheia de ligaturas adicionais e glifos caudais. Foi selecionada, com destaque, para participar da 11<sup>a</sup> Bienal Brasileira de Design, de 2015.

## TENEZ (2015)

Família serifada didônica para *display*. Trazendo um desenho com formas mais orgânicas e suavizadas, tem inspiração na caligrafia de bico de pena. O resultado é um tipo com traços naturais, poucas linhas retas e conexões suaves, mas que mantém o alto contraste e o caráter largo das didônicas. Seu nome vem do francês *tenez* [segure; receba], que se transformou no nome do esporte tênis, o qual Saiani pratica desde criança – além de uma homenagem, também se refere ao desafio de buscar novas habilidades e sair de sua zona de conforto, por ser a primeira família serifada do designer<sup>5</sup>. Forma oito fontes, com quatro pesos e estilo itálico. Possui formatos variáveis com eixo de peso para ambos os estilos. Foi selecionada para participar da 7<sup>a</sup> Bienal Tipos Latinos, de 2016.

## ODISSEIA (2016)

Família sem serifa geométrica para texto. É monoespacejada – as famílias clássicas dessa categoria, como a Courier (Howard Kettler, IBM, 1956), normalmente têm serifas retangulares, que ajudam a preencher a largura completa, principalmente nos estreitos *i* e *l*, sem deixar a mancha pesada. Já a Odisseia, por ser sem serifa, enfatiza a extremidade caligráfica desses dois glifos, virando o destaque da família. Além disso, foi com essa família que a Plau começou a publicar vídeos de lançamento de seus

5. *Idem*.

tipos, tradição que traz até hoje<sup>6</sup>. Forma oito fontes, com quatro pesos e estilo itálico.

## Abe

### MANTEIGA (2018)

Fonte caligráfica manual em pincel para *display*. É de forma e não tem alternação contextual. Tem baixo contraste, focando em traços grossos e arredondados. Saiani quis entender o quanto longe poderia levar uma fonte em pincel, então, além das características tradicionais desse estilo, a Manteiga tem um conjunto extenso de caracteres, diacríticos e até glifos ornamentais, como manículas, setas e um *dingbat* de uma vaca sorridente.

## Abeg

### VINILA (2019)

Família sem serifa grotesca para texto desenhada por Flora de Carvalho, designer carioca que atuou na Plau por alguns anos e atualmente é editora da revista *Recorte* e tem sua própria fundição de tipos, a Familiar Faces. Flora também participou como assistente de design da família Odisseia – desta vez, ela troca de lugar com Saiani, que é assistente de design neste tipo. A Vinila nasce a partir de um projeto para capa de um álbum brasileiro e se transformou em família própria, procurando musicalidade na sua forma versátil, com várias larguras e amplitude alta de peso. Sua característica mais forte são as *ink traps* (armadilhas de tinta) – cortes mais fundos nas quinas dos glifos para que, na hora da impressão, a tinta infiltre complete o desenho –, muito acentuadas, que aparecem mais ainda quando o tipo é usado em meios digitais. Atualmente, é o tipo de texto da identidade visual da Plau. Forma 48 fontes, com seis pesos, quatro larguras e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de peso, largura e inclinação. Foi selecionada para participar da 13ª Bienal Brasileira de Design, de 2019.

6. Cf. Plau Design, *Odisseia Monoespacada Teaser 1 – Plau*, YouTube, 11 dez. 2016, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=yh4Z5Y4vmUU](https://www.youtube.com/watch?v=yh4Z5Y4vmUU). Acesso em: 8 fev. 2025.

## SALSERO (2020)<sup>7</sup>

Fonte caligráfica manual em pincel para *display*. É de forma e inspirada especialmente na tipografia vernacular mexicana. Nasce de um projeto de Saiani de trabalhar em caligrafias baseadas em cada um dos oponentes da seleção brasileira na Copa do Mundo de Futebol de 2018, que jogou contra o México nas oitavas de final – de todos esses experimentos, a Salsero foi a única que virou fonte. Suas características definitivas são o trabalho com o contraste invertido e os miolos horizontais, que criam uma linha constante pelo centro do desenho. Mesmo que não tenha formato variável, Saiani incentiva a alteração de altura e largura nos glifos pelos próprios designers que usarem a fonte, por seu desenho aguentar bem esse tipo de mudança.

## REDONDA (2021)<sup>8</sup>

Família sem serifa humanista para texto desenhada por Carlos Mignot. Começou como um projeto interno da fundição, pensada para ser o principal tipo da sua identidade visual, mas acabou crescendo e virando um lançamento para varejo. Mignot queria um tipo simples e com muita versatilidade, mas também impactante e singular. Suas maiúsculas são fortes e afiadas, enquanto suas minúsculas são arredondadas e simpáticas. Junto disso, há todo um conjunto de caracteres em estilo geométrico, para dar outro visual à Redonda. Atualmente, é o tipo de texto para publicidade da Elo, empresa brasileira do setor de pagamentos e emissão de cartões de crédito. Forma 24 fontes, com seis pesos, três larguras e estilo itálico. Possui formato variável com eixos de peso, largura e italicização. Foi premiada com Bronze no 11º Prêmio Brasileiro de Design, de 2021.



## Abeg

7. Plau Design, *Salsero – ¡Una Fuente de Contraste!*, YouTube, 20 ago. 2020, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=IkyrGq2iWyo&](https://www.youtube.com/watch?v=IkyrGq2iWyo&). Acesso em: 9 fev. 2025.
8. DiaTipo, *Diatipo Belém – Carlos Mignot*, YouTube, 31 ago. 2024, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=fu9wXgMS6Kk](https://www.youtube.com/watch?v=fu9wXgMS6Kk). Acesso em: 9 fev. 2025.

# Abeg

Carbona

# Abeg

Carbona Mono

## CARBONA (2022)<sup>9</sup>

Família sem serifa geométrica para texto desenhada por Carlos Mignot. Pensada em tempos de pandemia, seu conceito era ser um bom tipo para interfaces digitais e para programação. Tem alta legibilidade e leitabilidade, com baixo contraste, curvas suavizadas e uma mescla de cantos arredondados com quinas estreitas. Todos os seus glifos de números são tabulares – ou seja, ocupam todos a mesma largura – para facilitar o uso em interfaces e tabelas, assim como seus símbolos monetários, que, assim como a Versos (2022), é extenso e abrange criptomoedas. Também tem versão monoespacejada, com os tradicionais *slabs* no *r*, *i* e *l*. Atualmente, é o tipo da Blip, empresa de inteligência artificial, e das publicidades da ClickBus, plataforma brasileira de venda de passagens rodoviárias. Forma 32 fontes, com duas versões, oito pesos e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de peso, inclinação e versão. Foi selecionada para fazer parte da 14<sup>a</sup> Bienal Brasileira de Design, de 2024.

# Abe

## OLIVITA (2022)

Família serifada retangular para *display*. É baseada na American Typewriter (Joel Kaden & Tony Stan, ITC, 1974), que por sua vez é uma interpretação de tipos usados em máquinas de escrever. O conceito era pegar a família e criar uma versão de peso extremo, de traços muito grossos. A sua altura-x quase rente à altura de versal dá contraste com seus extensores bem longos, e seus traços de aspecto natural e cantos arredondados dão a sensação de um tipo móvel já antigo, que foi prensado inúmeras vezes. O resultado é uma família amigável que vem até com ornamento de coração para honrar o icônico “*i ♥ NY*”, que usa seu tipo de inspiração. Saiani recomenda usá-la em corpos enormes, para se aproveitar bem a textura das letras. Forma duas fontes com estilo itálico.

9. *Idem.*

## DUPINCEL (2022)<sup>10</sup>

Família serifada garaldina para texto. Ela nasceu em uma oficina de design de tipos na conferência ATypI 2015, em São Paulo, ministrada pelo gigante do design de tipos contemporâneo Summer Stone, ex-diretor de tipografia da Adobe. Lá, Saiani estava finalizando a Tenez e queria se aventurar numa serifada de texto, que nunca tinha feito. Para isso, sua maior inspiração na verdade foi caligráfica, com a pintura de letras em pincel. A grande atenção aos detalhes desse meio o fez pesquisar sobre tamanhos ópticos na tradição do design de tipos<sup>11</sup>, que, por serem fundidas corpo por corpo individualmente, tinha espaço para dar mais detalhes nas letras maiores e mais legibilidade para as menores, por exemplo. Saiani faz um trabalho primoroso nos ajustes ópticos, que brilha ainda mais no formato variável. Além disso, é repleta de caudais, ligaturas e glifos alternativos, todos também de inspiração caligráfica. Forma 36 fontes, com seis pesos, três tamanhos ópticos e estilo itálico. Possui formatos variáveis para cada estilo com eixos de peso e tamanho óptico. Foi premiada com Bronze no 12º Prêmio Brasileiro de Design, de 2022, ganhou um Certificado de Excelência da Type Director's Club, em 2024, e foi selecionada para fazer parte da 14ª Bienal Brasileira de Design, no mesmo ano.

## JUMA (2022)

Família caligráfica manual alternativa para *display* desenhada por Cyla Costa, designer gráfica e artista de *lettering* curitibana. Foi lançada em conjunto com a Naipe Foundry, fundição

**Abeg**

Dupincel s

**Abeg**

Dupincel m

**Abeg**

Dupincel l

Este é o tipo usado para o texto desta obra.



Juma  
Monochrome

10. Plau Design, *Dupincel Lançamento*, YouTube, 21 nov. 2022, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=ZFg6rSAfcRI](http://www.youtube.com/watch?v=ZFg6rSAfcRI). Acesso em: 9 fev. 2025.
11. Rodrigo Saiani, na *live* de lançamento da Dupincel, menciona um livro específico que usou de referência para o estudo de tamanhos ópticos tradicionais: cf. Tim Ahrens, *Size-Specific Adjustments to Type Designs [Ajustes Específicos para Tamanho no Design de Tipos]*, New York, Mark Batty Publisher, 2008 [2. ed. Garching, Just Another Type Foundry, 2014].

brasileira dos designers de tipos Álvaro Franca e Felipe Casaprima. Tem traços muito finos e desenho ultradetalhado, criando formas dentro das letras preenchidas por cores vibrantes. Seu uso ideal é em corpos enormes, principalmente como capitulares. A Plau a chama de “fonte-objeto”, com seus glifos “esculturais”, cheios de personalidade. Forma duas fontes, com versão sem cores. Ganhou prêmio de Ouro no Latin American Design Awards de 2022 e também Ouro no 13º Prêmio Brasileiro de Design, de 2023, além de ser selecionada para fazer parte da 9ª Bienal Tipos Latinos, de 2022, e, com destaque, da 14ª Bienal Brasileira de Design, de 2024.

## Abeg

### COMPASSO (2023)

Este é o tipo da fundição escolhido para ser mais bem demonstrado no Apêndice B, pp. 170-171.

Família sem serifa geométrica para texto. Saiani a descreve como um grande marco de amadurecimento do seu design de tipos, com influências tanto das geométricas clássicas quanto de contemporâneas. A Compasso tem baixo contraste e alta legibilidade, e o destaque do seu desenho é a mescla de curvas suaves com quinas afiadas, dando a cada letra uma personalidade diferente, que por vezes é oposta em seu estilo itálico. Forma 36 fontes, com nove pesos, três larguras e estilo itálico. Possui formatos variáveis para cada estilo com eixos de peso e largura. Foi premiada com Bronze no 13º Prêmio Brasileiro de Design, de 2023.

## Abeg

Kimura Sans

## Abeg

Kimura Sans  
Display

### KIMURA SANS (2023)<sup>12</sup>

Família sem serifa humanista híbrida desenhada por Carlos Mignot, com assistência de Rodrigo Saiani e Gabriel Mesoma. Foi desenhada especificamente para a identidade visual do estúdio do designer gráfico Marcelo Kimura e lançada para varejo. Seu conceito principal era garantir legibilidade e leitabilidade, mas

12. Plau Design, *Lançamento da Kimura Sans / Aula de Tipografia / Plau + Kimura*, YouTube, 4 maio 2023, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=7Kpm385SzYM](https://www.youtube.com/watch?v=7Kpm385SzYM). Acesso em: 11 fev. 2025.

ainda ter personalidade. O destaque no desenho ficou nas conexões dos traços, que ganham um corte abrupto, quase como *ink traps*, formando uma quina triangular entre as curvas suaves. Esses cortes marcam presença nos pesos mais fortes e corpos maiores, ao mesmo tempo que deixam o desenho mais leve e fluido nos pesos leves e corpos menores. Além disso, tem versão para *display*, com espaçojamento condensado e contraste levemente mais forte. Forma 28 fontes, com sete pesos, duas versões e estilo itálico. Possui formato variável com eixos de peso, inclinação e espaçojamento.

### MODET (2023)<sup>13</sup>

Família sem serifa humanista para texto desenhada por Matheus Fragoso, designer gráfico carioca. Tem alta legibilidade com seu desenho aberto e baixo contraste e tem personalidade amigável por suas curvas suaves e terminais com leve inspiração caligráfica. Se destaca no cuidado com glifos alternativos, com desenhos mais característicos ou de usos práticos. Forma dez fontes em dez pesos. Possui formato variável com eixo de peso. Foi selecionada para participar da 9<sup>a</sup> Bienal Tipos Latinos, de 2022.

Abeg

### QUIZ (2023)<sup>14</sup>

Família sem serifa humanista híbrida desenhada por Lu Leitenperger, designer do Rio Grande do Sul. Começou como seu projeto de TCC da faculdade de Desenho Industrial e tem seu desenho inspirado na caligrafia em ponta chata, criando uma *sans* com visual singular. Tem traços orgânicos, mas quinas acentuadas e *ink traps* marcantes. Sua versão para texto ameniza levemente essas

Abeg

Quiz

Abeg

Quiz Text

13. Matheus Fragoso, “O Processo de Desenho da Modet”, *Entrelinha*, 3 ago. 2022, disponível em: [www.plau.design/entrelinha/processo-modet/](http://www.plau.design/entrelinha/processo-modet/). Acesso em: 11 fev. 2025.
14. DiaTipo, *DiaTipoX 2021 – Luisa [sic] Leitenperger*, YouTube, 18 ago. 2021, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=nIXO7Dzn15E](https://www.youtube.com/watch?v=nIXO7Dzn15E). Acesso em: 11 fev. 2025.

características, expande o espaçojamento e aumenta a altura-x. Forma 28 fontes, com sete pesos, duas versões e estilo itálico. Possui formato variável com eixos de peso, tamanho óptico e italização.

## Abeg

### MATRIX (2024)<sup>15</sup>

Família sem serifa grotesca para *display*. É um *revival* da Reform Grotesk (D. Stempel, c. 1924), família de uso extenso no Brasil durante todo o século XX, quando era fundida pela Funtimod baseada nas matrizes alemãs, e que já tem alguns outros *revivals*. A família original já tinha fontes variadas, mas Saiani a expandiu ainda mais com um trabalho não só de peso, mas de largura – esta que também vai alterando a proporção e a altura-x dos glifos conforme fica maior. Forma 72 fontes, com nove pesos, quatro larguras e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de peso, largura e inclinação.

## Abeg

### PADDOCK (2024)<sup>16</sup>

Família sem serifa humanista para *display* desenhada por Carlos Mignot. Traz uma mescla de curvas super arredondadas junto com quinas duras e *ink traps* proeminentes. Junto disso, tem uma variação de largura muito ampla e brinca com os miolos abertos, que faz bom par com a altura-x grande. Seu visual é inspirado no sistema tipográfico da mais recente identidade visual da *Formula 1*. Mesmo que *display*, seus pesos e larguras mais leves são de boa leitabilidade e versáteis para texto. Forma sessenta fontes, com seis pesos, cinco larguras e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de peso, largura e inclinação. Ganhou prêmio de Bronze

15. Plau Design, *Matria / Lançamento da Nova Phonte da Plau*, YouTube, 26 fev. 2024, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=m04WEYavfbs](https://www.youtube.com/watch?v=m04WEYavfbs). Acesso em: 12 fev. 2025.
16. Plau Design, *Lançamento da Paddock: Uma Fonte Criada para o Movimento!*, YouTube, 6 maio 2024, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=MTpfHis5XZc](https://www.youtube.com/watch?v=MTpfHis5XZc). Acesso em: 12 fev. 2025.

no 14º Prêmio Brasileiro de Design, de 2024, e foi selecionada para fazer parte da 14ª Bienal Brasileira de Design, do mesmo ano.

### PACAEMBU (2024)<sup>17</sup>

Família sem serifa geométrica para *display*<sup>18</sup> desenhada por Álvaro Franca e Felipe Casaprima, designers de tipos cariocas da Naipe Foundry, fundição pela qual a família é lançada em parceria. Seu desenho é do estilo *art déco* e é uma interpretação dos tipos de sinalização do complexo esportivo do estádio de futebol Paulo Machado de Carvalho, conhecido como o Pacaembu, por ser o coração do bairro homônimo da cidade de São Paulo. Começou como um projeto para o próprio complexo esportivo associado ao estádio, mas acabou se desvinculando com sua privatização. O resultado é um tipo extremamente legível sem perder a personalidade, com seu desenho suave e aberto. Para fortalecer o vínculo com o futebol, a dupla adicionou manículas com luvas de goleiro e *dingbats* de bolas, campos e troféus. Forma sete fontes com sete pesos. Possui formato variável com eixo de peso.

### FIRULA (2024)<sup>19</sup>

Família caligráfica manual em pincel para *display*. É cursiva e baseada na tipografia vernacular. Seu conceito é explorar ao máximo os ornamentos, caudais, ligaturas e alternações contextuais, mas dando espaço e controle para o usuário definir quais “firulas” quer. É inclinada, com um visual limpo e legível. Forma oito fontes com

Abeg

Abegh

Este é o tipo usado para o título deste capítulo.

17. Plau Design, *Plau + Naipe: O Processo da Fonte Pacaembu*, YouTube, 16 ago. 2024, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=ANToYw9KIq8](https://www.youtube.com/watch?v=ANToYw9KIq8). Acesso em: 12 fev. 2025.
18. Os tipos de sinalização são uma exceção curiosa nos tipos para *display*: mesmo que seja pensada para textos curtos em corpos grandes, sua prioridade máxima é a leituraabilidade – recurso normalmente característico dos tipos para texto.
19. Plau Design, *As Firulas da Firula.*, YouTube, 11 set. 2024, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=aJo6JRaWO3c](https://www.youtube.com/watch?v=aJo6JRaWO3c). Acesso em: 13 fev. 2025.

oito pesos. Possui formato variável com eixo de peso. Ganhou prêmio de Bronze no 14º Prêmio Brasileiro de Design, de 2024.

## Abeg

### MASSIMA (2024)

Família sem serifa geométrica para *display* desenhada por Carlos Mignot. É uma interpretação da clássica Futura (Paul Renner, Bauersche Gießerei, 1927), em específico do seu corte *display* para uso em fotolitos Futura Maxi (Victor Caruso, Photo-Lettering, 1960)<sup>20</sup>. Junto disso, traz outras inspirações de tipos da mesma época para criar uma personalidade própria, com curvas leves e poucas quinas, mas que fica pontuda e densa nos pesos maiores. Forma vinte fontes, com dez pesos e estilo oblíquo. Possui formato variável com eixos de peso e inclinação. Ganhou prêmio de Bronze no 14º Prêmio Brasileiro de Design, de 2024.

## Abegh

Amarta Poster

## Abeg

Amarta Text

### AMARTA (2025)<sup>21</sup>

Família serifada retangular híbrida desenhada por Diego Maldonado, designer de tipos paulistano, e lançada em conjunto com sua fundição, a notdef Type. Sua inspiração principal é a tipografia esportiva, como a usada para números e nomes dos jogadores atrás das camisas de basquete e de futebol, entre muitas outras desse universo extenso. Começou com sua versão *display*, com desenho super denso e fechado e caracteres oitavados e angulares, perfeita para impacto; e evoluiu para a versão texto, que abre muito mais o desenho e o espaçamento e garante leituraabilidade, além de ter espaçamento multiplexado entre seus pesos. Para se afastar da ideia do esporte estadunidense masculino, Maldonado decidiu batizar a família em homenagem à Marta,

20. Carlos Mignot, @carlosmignot (Instagram), 21 dez. 2022, disponível em: [www.instagram.com/carlosmignot/p/Cmcft5hO5wW/](http://www.instagram.com/carlosmignot/p/Cmcft5hO5wW/). Acesso em: 13 fev. 2025.

21. Plau Design, *Lançamento Amarta / Plau + Notdef*, YouTube, 5 fev. 2025, disponível em: [www.youtube.com/watch?v=ovoM9ojfyA](https://www.youtube.com/watch?v=ovoM9ojfyA). Acesso em: 13 fev. 2025.

brasileira recentemente eleita a maior jogadora da história do futebol feminino mundial. Forma onze fontes, com a versão Poster em três larguras e a Text em quatro pesos e estilo oblíquo. Possui formatos variáveis para cada versão com eixos de largura, para a Poster, e de peso e inclinação, para a Text.

### SPALLA (2025)

Família sem serifa geométrica para *display*. Inspirada no *art déco* italiano e em seus letreiramentos, tem traços rebuscados e terminações caligráficas, além do tradicional desenho alto e estreito das letras, que contrasta com as poucas redondas (*C*, *G*, *O* e *Q*), bem largas. Só em caixa-alta, conta com glifos alternativos clássicos (*s* inclinado e *N* de barra alta), uma série de ligaturas adicionais e ornamentos de raquetes de tênis. Forma nove fontes com nove pesos. Possui formato variável com eixo de peso.



### REALCE (2025)<sup>22</sup>

Fonte sem serifa grotesca para *display* desenhada por Carlos Mignot. Desenhada para alto impacto, com traços grossos e altura-x grande. É pensada para composições densas, com entrelinhas pequenas, e por isso tem extensores curtos e diacríticos baixos, além de largura estreita.



\* \* \*

Dos 26 tipos, treze são para *display*, nove são para texto e quatro são híbridos; dezessete são sem serifa, quatro serifadas e cinco caligráficos manuais. É notável a diferença de produção depois de 2022 na Plau: até aí, em nove anos em atividade, a fundição havia lançado dez tipos; de 2022 até 2025, ou seja, em três anos e meio, foram lançados quinze projetos. Parte dessa virada foi a

22. Plau Design, “Realce / Free Font”, *Behance*, 31 mar. 2025, disponível em: [www.behance.net/gallery/222552975/Realce-Free-Font](http://behance.net/gallery/222552975/Realce-Free-Font). Acesso em: 12 abr. 2025.

abertura para designers externos lançarem seus tipos junto com a fundição (seja de modo exclusivo ou em paralelo a lançamento próprio), iniciativa que Saiani chama de Espaço Plau<sup>23</sup>.

A comercialização é feita por: 1. venda própria, em reais; 2. distribuidores, sendo eles o Fontspring, o Font Bros, o MyFonts, o Type Network e o YouWorkForThem; e 3. assinatura, pelo Adobe Fonts e o Monotype Fonts<sup>24</sup>. A venda própria existe desde os primórdios do estúdio e faz parte da vontade de popularizar a tipografia, com preços acessíveis em relação ao mercado convencional e grandes descontos nos lançamentos das faces, além de criar o contato entre a fundição e quem compra os tipos. Na distribuição, o ponto positivo é o alcance, com exposição muito maior dos tipos que o site próprio. Dentre os distribuidores, destaca-se a Type Network. A empresa é uma agência representante de fundições, com centenas de parcerias em vários países, também representando a Plau. Assim, conectam empresas que necessitam de um projeto customizado com a fundição mais apropriada, junto disso mantendo uma plataforma de distribuição de todos os seus parceiros e gerando uma comunidade ativa entre esses designers de tipos. No modelo de assinatura, a Adobe Fonts é a principal e se mostra parte essencial da comercialização da Plau – Saiani gosta do modelo, acha que a relação é justa e que ainda não há outro serviço do mesmo tipo que se compare. Na questão de rendimento, a tipografia para varejo e a sob medida se complementam, cada uma com mais importância em momentos diferentes – no varejo, cita as licenças corporativas, que podem chegar a valores semelhantes a de um tipo sob medida.

Sobre o uso dos tipos, há maior quantidade internacionalmente, mas Rodrigo destaca a excelência dos usos no design brasileiro e se orgulha da Plau ser onde milhares de designers nacionais licenciaram seus primeiros tipos.

23. Plau Design, *Como Fazemos Tipografia Pop*, 12min.

24. Conferido em 26 mar. 2025.

Saiani enxerga o futuro do design de tipos no Brasil com muito otimismo. Entende que a cultura da tipografia está se firmando no país, e que há muitos talentos se formando no ofício junto de uma crescente demanda do mercado brasileiro por projetos tipográficos, de todos os tamanhos.



## **8.**

# **Typeóca**

**Com Gabriel Figueiredo**



Gabriel Figueiredo é um designer de tipos de Minas Gerais. É formado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG) e em Design Gráfico pela UEMG e é mestre (*laurea magistrale*) em Design Sistêmico pelo Politecnico di Torino (PoliTo), na Itália, por meio de bolsa de pesquisa da UEMG. Trabalha como designer gráfico autônomo e já desenvolveu projetos em diversas áreas, como *branding*, identidade visual, design editorial e animação, entre outros<sup>1</sup>. Junto disso, coordena por conta própria a Typeóca, fundição de tipos criada em 2014 para dar vazão às suas criações tipográficas.

Descobriu a paixão por tipografia no meio da faculdade. Começou explorando em algumas disciplinas, criando fontes experimentais e ornamentais, depois modulares, lentamente ganhando confiança para ir à fundo no design de tipos, que também começou a fazer parte do seu trabalho. A Typeóca surge quando Gabriel quer disponibilizar suas fontes para venda.

Desde o começo até hoje, a fundição ocorre paralelamente ao seu trabalho de design gráfico, e Gabriel produz as faces nas

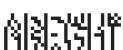
1. Cf. seu portfólio em *Gabriel Figueiredo*, disponível em [www.gabrielfigueiredo.com](http://www.gabrielfigueiredo.com). Acesso em: 8 mar. 2025.

horas vagas e nos momentos de baixa demanda de sua ocupação principal. Ele entende que os dois lados se complementam: na tipografia, pode explorar criações sem espaço em projetos comerciais, enquanto isso sempre gera conhecimento transponível para o trabalho gráfico, e vice-versa.

Atualmente, a Typeóca conta com cinco tipos, com mais um disponível em fase de desenvolvimento<sup>2</sup>:



Pixel Reto



Pixel Reto  
Shadow



Pixel Reto  
Outline



Pixel Reto  
Colour #2

### PIXEL RETO (2011)

Família *bitmap*<sup>3</sup>. É baseada na caligrafia de pixação – especificamente no estilo “pixo reto”, daí seu nome. Curiosamente, o pixo reto é um estilo com várias inspirações tipográficas<sup>4</sup>, dando a sua reinterpretação o que Emerson Eller chamou de caráter antropofágico. Gabriel tenta adaptar a expressividade do estilo para as limitações da grade de *pixels*. Toda em caixa-alta, vem em quatro versões: regular, Shadow [Sombra], Outline [Contorno] e Colour #2 [Cor #2] – este último com apenas a metade de baixo dos glifos, para ser usado em conjunto de outro estilo e fazer uma dupla de cores. Para manter a característica *pixelada*, Gabriel recomenda usar o tipo sem *anti-aliasing* (recurso gráfico digital que suaviza os cantos) e apenas em corpos múltiplos de dezesseis. Forma quatro fontes em quatro versões.

2. Além das informações provenientes da entrevista, também foram retiradas informações dos respectivos catálogos no *site* da fundição, disponível em: [www.typeoca.com](http://www.typeoca.com). Acesso em: 29 jan. 2025. Qualquer referência adicional será indicada por nota de rodapé no título do tipo.
3. *Bitmap* é o termo mais encontrado para classificar os tipos desenhados com *pixels*. Esta não é uma classificação da Vox-ATypI (mesmo depois de quase cinquenta anos da era digital do design de tipos).
4. Cf. Ana Kossoski Costa & Isabella Ribeiro Aragão, “A Pixação Enquanto Linguagem Gráfica: Aspectos Formais das Assinaturas do Estilo Pixo Reto”, *Blucher Design Proceedings*, São Paulo, Blucher, pp. 149-161, out. 2021.



## THE DADA (2015)

Fonte ornamental. É composta apenas de manículas e asteriscos. Começou como um trabalho de ilustração para Gabriel, que decidiu praticar em vários estilos diferentes. Acabou chegando em 26 manículas em dois estilos (claro e escuro) e vinte asteriscos, totalizando 72 glifos reunidos na fonte de nome jocoso.

Este é o tipo usado para ornamentar este capítulo.

## GRAÚNA (2018)<sup>5</sup>

Fonte sem serifa neogrotesca para *display*. É um revivalismo da Block (H. Berthold, 1908), especificamente em seu peso Heavy [Pesado]. Desafiado pela inconstância dos glifos e a alta quantidade de textura em seu contorno, Gabriel buscou reviver o tipo no formato digital equilibrando uma maior regularidade geral sem perder a simpatia de sua base. Dentre os vários pequenos ajustes, diz ele que o que garantiu a personalidade da fonte foi o arredondamento dos cantos. Conta com caracteres alternativos, glifos adicionais e alfabeto estendido para uso em diversas línguas. Gabriel chama a Graúna carinhosamente de “a primeira fonte séria” da Typeóca. Foi premiada com Prata no 9º Prêmio Brasileiro de Design, de 2019, e selecionada para fazer parte da 13ª Bienal Brasileira de Design, do mesmo ano.

Este é o tipo usado para o título deste capítulo.

## Abe

## MAP (2019 – EM DESENVOLVIMENTO)

## ABE

Fonte sem serifa geométrica apenas em caixa-alta para *display*. Disponível em versão em desenvolvimento, nasce de um projeto para o Museu de Arte de Pampulha (Belo Horizonte, MG) onde Gabriel cria um tipo customizado baseado no letreiro da fachada do prédio. Possui formato variável com eixo de peso (foi aqui que mexeu pela primeira vez com o recurso de variação).

5. Gabriel Figueiredo, “Graúna: Processos & Perrengues”, *Gabriel Figueiredo (blog)*, 17 maio 2021, disponível em: [www.medium.com/@gabri.fig/grau-na-perrengues-processos-8858118a349e](http://www.medium.com/@gabri.fig/grau-na-perrengues-processos-8858118a349e). Acesso em: 29 jan. 2025.

# Abegh

Este é o tipo da fundição escolhido para ser mais bem demonstrado no Apêndice B, pp. 172-173.

## FERPA (2021)<sup>6</sup>

Família serifada transicional<sup>7</sup> para *display*. Suas características principais são as linhas retas, serifas afiadas e quinas em vez de curvas. A ideia para o tipo veio de um projeto do designer para uma cervejaria artesanal, mercado que vinha utilizando muito a família Brothers (John Downer, Emigre, 1999), que serviu de inspiração primária. A própria Brothers tem como inspiração o desenho de letras em litografia, onde tradicionalmente se exploraram traços mais expressivos<sup>8</sup> – isso, junto com os trabalhos de levantamento histórico da arte litográfica da pesquisadora mineira Lotus Lobo, também serviram de inspiração para a Ferpa, assim como as serifas transicionais afiadas do tipógrafo teuto-holandês Joan Michaël Fleischman. Os glifos minúsculos também trabalham com formas triangulares e aspectos caligráficos. Tudo isso gera uma fonte de alta expressividade perfeita para *display*, que Gabriel chama de “humanista agressiva”. Também é a primeira fonte lançada pela Typeóca em formato variável, com eixo de peso. Atualmente, é a tipografia da logomarca e identidade visual da bebida Xequé Mate, coquetel alcoólico de Belo Horizonte e distribuído nacionalmente – Gabriel comenta que isso ajuda a dar legitimidade e reconhecimento à fundição. Forma dezoito fontes, com nove pesos e estilo itálico. Foi selecionada para fazer parte da 9ª Tipos Latinos, de 2022.

6. Diatipo, *DiatipoX – 9ª Tipos Latinos [Tarde 2]*, YouTube, 25 mar. 2023. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=qxELpBk-Ouo&](https://www.youtube.com/watch?v=qxELpBk-Ouo&). Acesso em 1 fev. 2025; Gabriel Figueiredo, “Ferpa: Processos & Perrengues”, *Gabriel Figueiredo (blog)*, 6 fev. 2023, disponível em: [www.medium.com/@gabri.fig/ferpa-processos-perrengue-aeb352fbecfc](https://www.medium.com/@gabri.fig/ferpa-processos-perrengue-aeb352fbecfc). Acesso em 1 fev. 2025.
7. Esta família é de particular dificuldade na classificação. Também acho que seria totalmente válido classificá-la como uma caligráfica incisa. Na realidade, este tipo é mais um dos que mostram a fragilidade do sistema de classificação Vox-ATypI, que sempre se mostra limitado na classificação de tipos que desafiam as convenções.
8. Cf. Mathieu Lommen, “*Lettering in the ‘Age of Ugliness’*”, *Querendo*, vol. 46, n. 1, pp. 20-52, 2016.

## TRIZ (2022)

Família sem serifa humanista híbrida. Monoespacejada, tem foco no jogo de contraste. Tem como inspiração a Clarendon (Fann Street, 1845) e começou como uma serifada monoespacejada, mas deixou de lado as serifas quando o designer percebeu um *boom* nos lançamentos desse tipo de fonte naquele momento. O resultado é uma família com individualidade e elegância, que se enriquece com a possibilidade de variação em tamanho óptico, podendo explorar ainda mais o contraste (ou a falta dele) nos glifos. Forma quinze fontes, com cinco pesos e três tamanhos ópticos. Possui formato variável com eixos de peso e tamanho óptico.

\* \* \*

Dos seis tipos descritos, um é ornamental, quatro são *display* e um é híbrido. Excluindo a ornamental, apenas um é serifado. É também possível ver uma diferença no escopo dos últimos dois projetos, Ferpa e Triz, muito maiores do que os anteriores, com mais glifos e fontes. Parte disso se deve à pandemia, época de baixa de trabalho para o designer, que acabou o possibilitando incrementar os projetos tipográficos.

A Typeóca comercializa seus tipos por: 1. venda própria, em reais; 2. distribuidores, sendo eles o MyFonts, o FontSpring, o Creative Market e o YouWorkForThem; e 3. assinatura, pela Monotype Fonts<sup>9</sup>. O primeiro ponto de venda foi o MyFonts, que permanece até hoje, mas Gabriel vê a plataforma piorando desde quando entrou e se questiona sobre manter a fundição lá. A venda própria começou na época em que a relação dólar-real disparou e tornou-se inviável a compra estrangeira para o mercado nacional, por isso o designer começou a venda no *site* da fundição em reais para aumentar a acessibilidade da sua produção. A fundição não está no Adobe Fonts por falta de familiaridade com

9. Conferido em 8 mar. 2025.

Abeg

Triz P

Abeg

Triz M

Abeg

Triz G

a plataforma e sua forma de curadoria – a alta visibilidade gerada para as faces é um ponto positivo para ele, mas fica receoso com a perda de controle do uso dos tipos. Mesmo com as vendas para o exterior por vezes ultrapassando as nacionais, vê o uso de suas fontes gerando muito mais reverberação quando feito aqui no Brasil.

Gabriel vê o design de tipos no Brasil crescendo rapidamente nos últimos anos e quer a Typeóca crescendo junto e se consolidando, para virar parte maior de seu trabalho e renda. Está finalizando o próximo projeto da fundição.

## 9. Resultados da Pesquisa

### Alguns Apontamentos Gerais Sobre o Design de Tipos Brasileiro Contemporâneo



Passado por todas as fundições estudadas e seus acervos de tipos para varejo, analisemos então alguns resultados da pesquisa. Algumas perguntas feitas durante as entrevistas foram pensadas nem tanto para complementarem a apresentação do trabalho de cada fundição, mas sim para serem comparados entre si e poderem servir como apontamentos (e apenas isso, pela nossa pequena amostragem) mais gerais sobre questões da atualidade do design de tipos nacional e global. Além dessas perguntas, foram coletados todos os dados sobre o acervo tipográfico estudado, que também será analisado.

Para aprofundar essa investigação, o acervo será comparado com as estatísticas sobre as últimas décadas do design de tipos brasileiro, em especial ao levantamento da Tipocracia<sup>1</sup>, e todas as questões serão, quando puderem, comparadas ao *Global Font Use & Forecasting Survey Report [Relatório de Uso Global de Fontes & Enquete de Previsões]*, disponibilizado pela gigante do mercado Monotype e feita no ano de 2024<sup>2</sup> – ou seja, com informações

1. Tipocracia, “Tipos BR”.
2. Monotype, *Global Font Use & Forecasting Survey Report: 2024, 2025*, disponível em: [www.monotype.com/global-font-use-survey-2024](http://www.monotype.com/global-font-use-survey-2024). Acesso em: 4 maio 2025.

contemporâneas –, para refletir sobre como está o design de tipos brasileiro comparado ao cenário mundial.

### ANÁLISE ESTATÍSTICA DO ACERVO TIPOGRÁFICO ESTUDADO

Os 77 tipos para varejo analisados são divididos nas categorias principais como:

- 15 serifadas (19,5%)
- 48 sem serifa (62,3%)
- 14 caligráficas (18,2%), das quais 10 são *script* ou manuais
- 2 ornamentais (2,6%)<sup>3</sup>

Entre tipos para *display* ou texto:

- 35 são para *display* (45,5%)
- 29 para texto (37,7%)
- 11 híbridas (14,2%)<sup>4</sup>

A classificação com mais produção foi a de sem serifa para texto, com 22 tipos. Isso dialoga com o relatório da Monotype, que conclui que os tipos mais procurados são os sem serifa com alta leituraabilidade<sup>5</sup>.

Trazendo de volta o dado levantado no capítulo sobre o contexto histórico, a média de fontes por tipo da produção dos anos 2020 é estarrecedora. Enquanto, como vimos, a média de fontes/tipo nacional entre 2019 e 2021 é de 8,6, a média de fontes/tipo do acervo estudado entre 2020 e a metade de 2025 é de 23,6 – quase o triplo. É claro que a comparação não é direta, já que estudamos só sete fundições e não o cenário nacional completo, mas não deixa de ser uma diferença evidente. Isso não só corrobora com a hipótese do design de tipos brasileiro estar cada vez mais amadurecido, indicado pela complexidade técnica das

3. O total é maior que 77 por causa das superfamílias que combinam categorias.

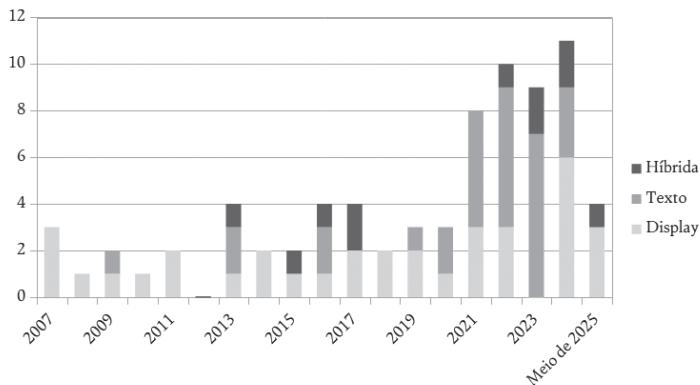
4. O total é menor que 100% por causa das fontes ornamentais, que não se encaixam nessa estatística.

5. Monotype, *Global Font Use & Forecasting Survey Report: 2024*, pp. 4-5.

faces produzidas, como também com a Monotype, que mostra que os usuários têm como segundo maior fator na procura de tipos (atrás apenas de qualidade estética geral) a quantidade e gama de pesos e variações na família tipográfica<sup>6</sup>.

O design para *display* ou para texto é equilibrado, mas é observando a produção ano a ano que percebemos o diferencial (ver Gráfico 1): os tipos para texto são poucos até os anos 2020, onde começam a aparecer com muita força, possivelmente pela já citada demanda de mercado por alta leitabilidade<sup>7</sup>.

*Gráfico 1.* Produção de tipos para *display*, texto ou híbridos ano a ano



*Fonte:* Elaborado pelo autor.

## PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Como mencionado nos Esclarecimentos Metodológicos, parte do processo seletivo dos designers de tipos a serem convidados para entrevistas era abranger a diversidade do cenário brasileiro. Enquanto os onze convites iniciais, estendidos para dezenesseis

6. *Idem*, p. 6.

7. *Idem*, p. 5.

convidados, abrangiam homens e mulheres de vários Estados do Norte ao Sul do Brasil, nossas sete entrevistas e sete entrevistados foram todos homens e concentrados na região Sudeste do Brasil, com apenas a Fabio Haag Type sendo da região Sul.

É importante frisar que isso não tira mérito algum de nenhum dos trabalhos primorosos dos designers entrevistados. Isso só significa que esta pesquisa acabou por não conseguir demonstrar a diversidade do design de tipos brasileiro contemporâneo.

Ao menos, tivemos a oportunidade de se aprofundar na produção esmerada das designers de tipos brasileiras Ana Laydner, Cyla Costa, Flora de Carvalho e Sofia Mohr, bem como a de Lu Leitenperger, pessoa não-binária.

#### **SOFTWARES UTILIZADOS NO DESIGN DE TIPOS**

Todos os designers entrevistados usam o *Glyphs*, *software* de design de tipos criado por Georg Seifert e exclusivo para Mac. Alguns comentaram que começaram a produzir com o *FontLab*, outro *software* semelhante e mais antigo que também é disponível para Windows, mas todos migraram para o *Glyphs* e fazem o processo completo de produção dentro do mesmo programa. O único que ainda tem contato com o *FontLab* é Ricardo Esteves, que ministra suas aulas de design de tipos em um laboratório de informática só com computadores Windows e por isso usa o *software* nessa situação, mesmo que use o *Glyphs* para suas produções autorais.

Emerson Eller também comenta o uso de alguns *softwares* auxiliares para a produção da Itacolomi e da Drummond. Foram de especial utilidade o pacote de programas do designer de tipos Frank E. Blokland, Para o levantamento do desenho dos glifos, destaca o *GlyphCollector* (feito por Gábor Kerekes, aluno de Blokland) e o *LetterModeller* (LeMo), e para a pós produção, o *GPOSMaster*.

#### **DESIGN PARA DISPLAY × PARA TEXTO**

Uma indagação que surgiu no início da pesquisa era se haviam diferenças no processo de design de tipos para *display* e para

texto. Todos os designers que responderam a essa pergunta disseram que não há diferença alguma.

#### **FORMATO VARIÁVEL DOS TIPOS: IMPLEMENTAÇÃO, UTILIDADE E USO**

Desde o anúncio do recurso de variabilidade nos tipos na ATypI 2016, essa função é muito destacada pelos distribuidores de tipos e pelas próprias fundições. Hoje, quase dez anos depois do lançamento, a função ainda não é universalmente implementada no âmbito digital. O relatório da Monotype também aponta que há pouca consciência e entendimento sobre a função do público geral. Dos entrevistados para o relatório, que são todos profissionais envolvidos com design gráfico, quase metade (48%) ainda não tem opinião formada sobre variabilidade ou são pessimistas sobre o formato, com 9% nem sabendo da existência da variabilidade<sup>8</sup>.

Cerca de 60% do acervo para varejo estudado possui formatos variáveis, sendo 46 dos 77 tipos (inclusive alguns lançados antes de 2016 e atualizados com variabilidade).

Sobre a implementação do formato no design de tipos, os designers que falaram sobre (Fabio Haag, Ricardo Esteves e Rodrigo Saiani) afirmam que a produção é a mesma da de tipos com fontes estáticas, o que muda é apenas o formato de exportação<sup>9</sup>. O design de tipos já era baseado na interpolação, onde, com algumas matrizes, o designer poderia criar variações intermediárias entre duas – no formato variável, em vez de gerar fontes estáticas, gera-se uma interpolação fluida entre cada matriz. Evidentemente, há uma limitação: um tipo só pode ser variável se os glifos tiverem a mesma quantidade de pontos vetoriais em todas as matrizes em que ocorre interpolação.

8. *Idem*, p. 11.

9. Respectivamente: Anexo 3, “Entrevista com Fabio Haag”, p. 213; Anexo 5, “Entrevista com Ricardo Esteves”, pp. 251-252; e Anexo 6, “Entrevista com Rodrigo Saiani”, p. 261.

Todos reconhecem a utilidade do formato. Daniel Sabino entende o formato variável como uma ferramenta mais completa que o tipo em pesos estáticos, que dá mais poder ao usuário<sup>10</sup>. Em especial, foram mencionados a implementação em ambientes *web*, pela compactação do tipo inteiro em um arquivo só, o que o deixa mais leve, em vez de estar separado em vários arquivos estáticos; e o design de animação com tipografia, pelos recursos de variabilidade poderem ser ajustados em tempo real. Emerson Eller<sup>11</sup> também comenta da utilidade para ajustes finos, quando, por exemplo, o peso de um tipo precisaria ser apenas levemente ajustado. Sobre ajustes finos, Sabino completa seu elogio ao formato com um alerta: essa possibilidade praticamente infinita de variações pode criar uma sobrecarga de decisões no usuário final frustrante e desnecessária<sup>12</sup>.

No uso, todos também estão de acordo, mas na negativa: o formato é pouco usado e pouco difundido. Eller comenta que seus alunos de design de tipos pouco sabem sobre a variabilidade<sup>13</sup>. Haag vê essa infinitude de ajustes como um recurso que na realidade agrega pouco ao usuário final<sup>14</sup>. Esteves percebeu que os formatos variáveis dos seus tipos são muito menos utilizados do que as fontes estáticas no Adobe Fonts<sup>15</sup>. Vários comentaram sobre a falta de implementação no pacote Office, da Microsoft, em especial no programa Word, o mais utilizado para arquivos de texto atualmente. Kondo tem um ponto de vista interessante sobre o formato<sup>16</sup>: há mais interesse na variabilidade pelos próprios designers de tipos, pela inovação e renovação na técnica, do que pelos usuários finais, que usam os tipos.

10. Anexo 1, “Entrevista com Daniel Sabino”, p. 188.
11. Anexo 2, “Entrevista com Emerson Eller”, pp. 201-202.
12. Anexo 1, “Entrevista com Daniel Sabino”, p. 188.
13. Anexo 2, “Entrevista com Emerson Eller”, pp. 201-202.
14. Anexo 3, “Entrevista com Fabio Haag”, p. 213.
15. Anexo 5, “Entrevista com Ricardo Esteves”, pp. 251-252.
16. Anexo 4, “Entrevista com Caio Kondo”, pp. 236-237.

## COMERCIALIZAÇÃO DE TIPOS PARA VAREJO

A comercialização de tipos para varejo das fundições estudadas é separada de tal maneira:

- 4 têm venda própria, em *site*
  - 1 faz isso exclusivamente (Fabio Haag Type)
  - 1 vende apenas em dólar (Blackletra)
  - 1 vende tanto em dólar quanto em real (Fabio Haag Type)
  - 2 vendem apenas em real (Plau e Typeóca)
- 4 vendem por distribuidores
  - 4 pelo MyFonts
  - 4 pelo Fontspring
  - 2 pelo Creative Market
  - 2 pelo YouWorkForThem
  - 1 pelo Font Bros
  - 1 pelo I Love Typography
  - 1 pelo Type Network
- 5 disponibilizam o aluguel ou assinatura dos tipos
  - 3 pelo Adobe Fonts
  - 3 pelo Monotype Fonts
  - 1 pelo Fontstand
- 1 (Inari Type) comercializa exclusivamente por venda própria de fundição parceira

A venda própria é característica das três fundições maiores, Blackletra, Fabio Haag Type e Plau. É um serviço que requer manutenção e cuidado ativos e pode simplesmente não valer a pena para fundições de pequeno porte. O caso da Typeóca é exceção e foi explicado – Figueiredo se esforçou para manter seus tipos financeiramente acessíveis no Brasil quando a relação dólar-real disparou.

Na venda por distribuidores, um assunto que permeou quase todas as entrevistas foi a Monotype e sua aquisição de grande quantidade de distribuidores digitais. Algo que mal estava em mente quando montamos os parâmetros deste trabalho se mostrou um ponto de grande controvérsia no mundo tipográfico e

merece uma pesquisa aprofundada por si só, algo que, em um breve levantamento bibliográfico, ainda foi pouco feito. A fundição, que tinha a distribuidora digital Fonts.com, foi comprada em 1992 pela empresa de investimento em capital privado Cromas Holdings e, aos poucos, foi comprando outras empresas do ramo da tipografia digital, tanto fundições quanto distribuidoras. Em 2012, compra a Bitstream, empresa que era dona da distribuidora MyFonts, e em 2014, compra a FontShop, outra enorme distribuidora. Em 2019, a Monotype é passada para outra empresa de investimento em capital privado, a HGGC, e continua comprando fundições. É em 2024 que a empresa resolve assumir a monopolização e juntar todas as três grandes distribuidoras em uma só, transformando a Fonts.com, a FontShop e a MyFonts apenas em MyFonts. Quase todos os designers que distribuem ou já distribuíram tipos pela MyFonts disseram que o serviço piorou nos últimos anos, inclusive com Gabriel Figueiredo duvidando se continuará distribuindo por lá<sup>17</sup> e a Blackletra recentemente retirando toda sua produção da plataforma<sup>18</sup>. Rodrigo Saiani, dando outro ângulo, entende que a MyFonts continua sendo o local de mais visibilidade mundial para tipos<sup>19</sup>.

Todos os entrevistados também foram perguntados sobre a plataforma Adobe Fonts e seu serviço de assinatura de acervo tipográfico. Mesmo que apenas três dos sete façam parte da plataforma, seis dos sete<sup>20</sup> têm uma boa impressão sobre essa nova maneira de comercializar tipos, e as três fundições que o fazem disseram ser o melhor parceiro de comercialização em termos financeiros. O relatório da Monotype aponta que 70%

17. Anexo 7, “Entrevista com Gabriel Figueiredo”, p. 266.

18. Anexo 1, “Entrevista com Daniel Sabino”, p. 189. Na época da entrevista, estavam retirando, mas em 2025 já não havia mais nada da Blackletra na MyFonts.

19. Anexo 6, “Entrevista com Rodrigo Saiani”, p. 261.

20. Gabriel Figueiredo ficou indeciso, por ter pouco contato com a plataforma como fundição (Anexo 7, “Entrevista com Gabriel Figueiredo”, p. 266).

dos seus entrevistados tem algum serviço de assinatura e que o maior *marketplace*, ou, em outras palavras, a plataforma que é mais usada para descoberta de tipos a serem usados, é a Adobe Fonts, com 55% dos usuários. A MyFonts ficou em terceiro, com 41% (porcentagem não exclusiva). Mesmo assim, a opinião sobre assinatura *versus* compra de licença é bem dividida, com 40% e 37% a favor, respectivamente<sup>21</sup>. Emerson Eller contrasta outro aspecto das duas plataformas: a MyFonts quase não tem curadoria no seu acervo e, por isso, tem uma variação de qualidade muito grande – a Adobe Fonts é mais rigorosa com os tipos que entram em seu acervo, assim criando uma biblioteca de patamar mais alto<sup>22</sup>. Fabio Haag dá outro ponto positivo para a Adobe Fonts<sup>23</sup>: o usuário tendo assinado o serviço, a plataforma toma conta de todo o processo de licenciamento dos tipos e o uso é quase universal. O relatório da Monotype mostra não só que o licenciamento de tipos é um problema significativo no mercado tipográfico, com 47% dos entrevistados tendo dificuldades com licenças tipográficas<sup>24</sup>, como também que poder não se preocupar com licenciamento é o terceiro ponto mais importante para o uso de serviços de assinatura de acervos tipográficos<sup>25</sup>. Ricardo Esteves, por outro lado, mesmo vendo pontos negativos, reconhece que estamos, no fim das contas, alugando parte das nossas ferramentas de trabalho em vez de termos posse completa delas – não só isso, alugando de uma empresa privada, ainda mais de uma gigante do design digital, a Adobe<sup>26</sup>.

21. Monotype, *Global Font Use & Forecasting Survey Report: 2024*, pp. 8-9.

22. Anexo 2, “Entrevista com Emerson Eller”, pp. 202-204.

23. Anexo 3, “Entrevista com Fabio Haag”, pp. 214-215.

24. Monotype, *Global Font Use & Forecasting Survey Report: 2024*, p. 7.

25. *Idem*, p. 9.

26. Anexo 5, “Entrevista com Ricardo Esteves”, pp. 252-255.

## TIPOS SOB MEDIDA E O IMPACTO NA RENDA DAS FUNDIÇÕES

São quatro das sete fundições entrevistadas as que fornecem o serviço de design de tipos sob medida como algo comum (as outras três já tiveram casos específicos, mas não é cotidiano). São as três fundições de maior porte (Blackletra, Fabio Haag Type e Plau) e a Inari Type, parceira da fundição de grande porte Pangram Pangram.

Aqui, a questão de mais interesse é como o serviço sob medida impactava o rendimento das fundições. Para todas, o aporte é substancial. A Fabio Haag Type é a única onde a renda maior vem dos tipos sob medida, com cerca de 75%<sup>27</sup>. Blackletra<sup>28</sup> e Plau<sup>29</sup> têm a renda mais ou menos dividida ao meio entre sob medida e para varejo. Inari Type tem como maior fonte de renda os tipos para varejo, muito por que são vendidos em dólar, e os projetos sob medida são pagos em real<sup>30</sup>.

## IMPACTO DA PANDEMIA DO COVID-19 NA PRODUÇÃO NACIONAL

Esse momento trágico e sombrio da nossa época foi uma das preocupações das entrevistas. No quesito de trabalho, foi marcado pelo serviço remoto e a alta digitalização do nosso cotidiano. A três fundições de maior porte acabaram vendo uma alta na produção – justamente por essa digitalização, o mercado sob medida ficou em alta<sup>31</sup>. Gabriel Figueiredo comenta que a grande quantidade de tempo livre foi importante para finalizar projetos da Typeóca<sup>32</sup>. Ricardo Esteves, por outro lado, diz

27. Anexo 3, “Entrevista com Fabio Haag”, p. 215.

28. Anexo 1, “Entrevista com Daniel Sabino”, p. 189. Sabino comenta uma leve vantagem para varejo.

29. Anexo 6, “Entrevista com Rodrigo Saiani”, p. 262.

30. Anexo 4, “Entrevista com Caio Kondo”, p. 237.

31. Anexo 1, “Entrevista com Daniel Sabino”, pp. 189-190; Anexo 3, “Entrevista com Fabio Haag”, p. 215; e Anexo 6, “Entrevista com Rodrigo Saiani”, p. 262.

32. Anexo 7, “Entrevista com Gabriel Figueiredo”, p. 266.

que o período o afetou negativamente e não conseguiu produzir para a fundição<sup>33</sup>.

#### USO DOS TIPOS: NACIONAL × INTERNACIONAL

Há mais uso de tipos no Brasil para as fundições:

- Eller Type
- Fabio Haag Type
- Typeóca

E no restante, que é a maioria, há mais uso internacionalmente. Não é possível traçar exatamente uma relação entre as três fundições citadas. Mesmo assim, o que isso pode mostrar é que o design de tipos no Brasil, mesmo já estando bem amadurecido e com excelentes trabalhos, ainda está pouco difundido no nosso país. Dito isso, todos os designers realçaram a alta qualidade do uso dos tipos por aqui.

33. Anexo 5, “Entrevista com Ricardo Esteves”, p. 255.



# Considerações Finais



Esta pesquisa tentou investigar o cenário atual do design de tipos brasileiro por meio de um aprofundamento no trabalho de sete fundições de tipos digitais brasileiras e entrevistas com os designers de tipos que as coordenam. Parte disso foi se debruçar sobre seus acervos de tipos para varejo, que juntos foram um extenso catálogo de quase oitenta faces que abrangem quase todas as classificações tipográficas do sistema referenciado, com produções para *display*, para texto e híbridas, em maioria já utilizando o formato variável, tecnologia de ponta no design de tipos.

Junto disso, relembramos um panorama histórico do design de tipos nacional, que praticamente se inicia na era digital e, até o início da década de 2010, ainda se mostrava em amadurecimento. Este trabalho corrobora com a hipótese do amadurecimento, mostrando que as produções de tipos atuais são mais abrangentes e complexas, também com uma alta demanda de produção sob medida para empresas de renome nacionais e internacionais – não só isso, vários tipos, tanto para varejo quanto sob medida, foram reconhecidos com premiações e seleções em eventos nacionais e internacionais de renome.

Como resultado, pudemos relacionar as entrevistas, as estatísticas, os dados históricos e dados internacionais atuais para

debater questões importantes do design de tipos contemporâneo de forma geral. Vimos que o cenário nacional, ao menos com as informações dos entrevistados e da produção de suas fundições, é um bom espelho da situação do design de tipos global atualmente, se provando um mercado bem consolidado, ainda que com muito espaço para crescer.

O que foi apresentado nesta monografia é apenas uma fração do design de tipos brasileiro contemporâneo. Há muito mais para ser estudado, e parte do que foi encontrado no levantamento bibliográfico foi uma grande lacuna nas publicações desse assunto nos últimos quinze anos. Além disso, o trabalho tropeçou em outros assuntos que carecem de mais pesquisas formais e poderiam ser próximos tópicos a serem investigados: a normatização da nomenclatura tipográfica brasileira, os sistemas de classificação tipográfica, a divisão de tipos entre para *display* e para texto, a monopolização da distribuição de tipos no varejo digital, a complexidade demasiada do licenciamento convencional de tipos e a falta de implementação e compreensão pelos usuários finais do recurso de variabilidade.

O design de tipos no nosso país cresce, se profissionaliza e se consolida. Todos os designers entrevistados compartilham dessa visão e se mostram otimistas perante o futuro da produção de tipos nacional. Evidentemente, não foi por falta de esforço da comunidade tipográfica brasileira, que, conforme se expande, se retroalimenta, se reforça e gera terreno fértil para o crescimento do ofício. Cruzamos durante a pesquisa com algumas dessas iniciativas, como a rede de eventos tipográficos DiaTipo, a Bienal Tipos Latinos, a plataforma de educação da Plau, o novo modelo de gestão da Fabio Haag Type, o ensino de design de tipos em meios universitários pelos professores Emerson Eller, na UFMG, e Ricardo Esteves, na Ufes – apenas para citar algumas em atividade atualmente.

Espera-se que esta pesquisa tenha cumprido seus objetivos primários. Acima de tudo, que tenha colaborado para o campo

de pesquisa tipográfico brasileiro, por menos que seja, investigando o trabalho dessas sete fundições com relevância no cenário nacional. E também, que ajude a fomentar o estudo da tipografia no meio da Editoração em nossa universidade, que está deixado de lado na grade curricular atual, com a apresentação de produções acessíveis, de importância cultural e, em uma boa quantidade de casos, pensadas justamente para uso editorial. Que este trabalho seja apenas um de muitos por vir que se debrucem sobre o design de tipos brasileiro contemporâneo e suas famílias tipográficas – nossas zebras caolhas.



# Apêndice A

## Glossário de Termos Tipográficos

**ABERTURA** Presente nos glifos *c*, *g*, *s*, “*a*”, *c* e *s*, nos quais o *miolo* não é fechado [RB/AS]. Também ver *miolo*.

**ALTERNAÇÃO CONTEXTUAL** Recurso dos tipos digitais onde um glifo (especialmente as letras) pode mudar de desenho conforme sua situação. Por exemplo, pode, ter um desenho quando está sozinha, outro quando está no meio de uma palavra, outro quando está no fim da palavra, outro quando está conectados a outra letra específica etc.

**ALTURA DE VERSAL** Distância entre a *linha de base* e a linha de versal de um alfabeto, que é a altura aproximada das letras maiúsculas [RB/AS].

**ALTURA-X** A distância entre a *linha de base* e a linha média de um alfabeto. Corresponde à altura aproximada das letras minúsculas sem extensores e do torso das letras com extensores [RB/AS].

**ARMADILHA DE TINTA** Ver *ink trap*.

**ASCENDENTE** Extensor superior. Ver *extensores*.

**BARRA** Traço horizontal de um glifo, como em *A*, *H* e *t* [PF].

**BASTARDA** Classe de desenho *blackletter*. Tem curvas arredondadas, mas conexões pontiagudas. Também conhecido como Schwabacher, seu nome em alemão.

**BICO DE PENA** Instrumento – seja propriamente uma pena de escrever, seja uma caneta com bico que a simule – com ponta de terminação muito fina, que pode ser prensada sobre o papel para formar linhas um pouco mais grossas. A simulação de sua caligrafia em formato tipográfico gera a categoria *script*.

**BITMAP** Desenho (no caso, de um tipo) constituído de uma grade de *pixels*.

**BLACKLETTER** Forma de desenho de tipos baseado na caligrafia gótica, presente na Europa Ocidental dos séculos XII ao XVI. São caracterizados por traços grossos, miolos muito fechados e largura condensada, além de conexões pontiagudas e maiúsculas muito detalhadas, mas cada uma de suas classes varia nesses conceitos. É dividida nas classes *textura*, *rotunda*, *bastarda* e *fratura*. As *blackletters* também pode ser chamada de “góticas”, mas esse termo foi evitado nesta pesquisa, pois também pode se referir a tipos *sem serifas*. Em inglês, também é chamada de *old english* (inglesa antiga, em tradução livre).

**BOJO** Formas geralmente redondas ou elípticas que definem o formato básico de letras como *c*, *g*, *o*, *b*, *c*, *e*, *o*, *p* e *d*. O bojo sempre inclui o *miolo*, mas nunca uma *haste* [RB/AS].

**CAIXA-ALTA** Letras maiúsculas, por, na tipografia em tipos móveis, ficarem na parte superior da caixa do tipo.

**CAIXA-BAIXA** Letras minúsculas, por, na tipografia em tipos móveis, ficarem na parte inferior da caixa do tipo.

**CALIGRÁFICA (CLASSIFICAÇÃO)** Para a classificação tipográfica Vox-ATypI, trata-se, em um sentido amplo, de todos os desenhos de tipos que simulam técnicas feitas à mão. É dividida nas categorias *incisa*, *script*, *manual*, *blackletter* e *gaélica*.

**CATÁLOGO** Nesta pesquisa, trata-se especificamente das amostras de tipos, seja de um acervo completo de uma fundição, seja de um tipo individual. O termo em inglês, *specimen*, também é comum, mas não é usado aqui.

**CAUDAL** Letra que se refestela em volteios de grande luxo [RB/AS]. Qualquer letra, normalmente itálica ou cursiva, que tenha traços floreados.

**CONEXÃO** Parte dos glifos em que dois traços se unem ou se tocam.

**CONTRASTE** A diferença entre os traços grossos e finos de determinada letra ou entre todas as letras ou fonte [RB/AS]. Tipos *didônicos*, por exemplo, têm contraste alto. Em tipos *sem modulação*, como os *geométricos*, o contraste é baixo ou nulo – quando não há contraste algum, o tipo é chamado de *monolinear*.

**COMPENSAÇÃO** Alteração específica de *espacejamento* entre pares de glifos, seja afastando-os ou aproximando-os, a fim de garantir melhor dinâmica no texto de forma geral. A versão do termo em inglês, *kerning*, é muito mais usual. Também é sinônimo o termo *crenagem*.

**DESCENDENTE** Extensor inferior. Ver *extensores*.

**DESIGNER DE TIPOS** Aquele que desenha famílias tipográficas. Historicamente, esse nome só aparece quando o design de tipos é separado da produção material dos tipos móveis, que antes andavam juntas.

**DIDÔNICA** Subcategoria dos tipos *serifados* na classificação Vox-ATypI.

O termo é uma junção dos nomes dos punctionistas Firmin Didot e Giambattista Bodoni, por serem os precursores desse desenho. Seus tipos têm um *eixo* totalmente vertical e *contraste* muito alto. Também tem *serifas* retangulares bem finas e *terminais* em botão.

**DINGBAT** Glifo que não é uma letra, número ou sinal de pontuação, mas um recurso tipográfico. Pode ser abstrato ou decorativo, um símbolo gráfico ou um pictograma [RB/AS]. Esta pesquisa tenta aplicar o termo *dingbat* apenas aos glifos abstratos ou pictóricos, com os símbolos gráficos sendo chamados de “ornamentos”, mas é verdade que são sinônimos.

**EIXO** Traço imaginário que passa pelas partes mais estreitas dos traços de um tipo e que determina a tendência direcional de seu contraste [PF].

**ESPACEJAMENTO** Variação de espaço entre glifos em uma fonte.

**ESPACEJAMENTO MULTIPLEXADO** *Espacejamento* que permanece constante em todas as fontes de um tipo, não importa o peso ou a largura do desenho de cada fonte.

**ESPORA** Projeção pequena saindo de uma *haste* e apontando em direção à linha de base, como na parte inferior do “b” e do “g” em alguns tipos.

**EXTENSORES** São ascendentes e descendentes, isto é, as partes da letra que se estendem abaixo da linha de base, como nas letras *p* e *q*, ou acima da linha mediana, como nas letras *b* e *d* [RB/AS].

**EXTREMIDADE** A ponta de um *traço*, no seu início ou fim, que fique exposta, ou seja, que não fique envolta por outro traço em uma *conexão*.

**FACE** Ver *tipo*.

**FAMÍLIA TIPOGRÁFICA** *Tipo* que contenha várias *fontes*, todas se assemelhando por uma mesma estrutura básica definitiva.

**FONTE** Variação específica de um *tipo* – em peso, largura ou estilo, entre outros.

**FRATURA** Classe de desenho *blackletter*. É a mais recente das classes. Faz uma combinação entre hastes retas e bojos.

**FUNDIÇÃO DE TIPOS (EMPRESA)** Empresa onde se criam *tipos*. Originalmente, era especificamente a oficina que fundia tipos móveis em metal, mas no design de tipos contemporâneo o termo foi, retrospectivamente, generalizado.

**FUNDIÇÃO DE TIPOS (TÉCNICA)** Ver *punção de tipos*.

**FUNDIDOR** Aquele que é dono de uma *fundição de tipos*. Pode ser, mas não é necessariamente, aquele que grava ou desenha os tipos.

**GAÉLICA** Forma de desenho de tipos que simula a caligrafia gaélica, presente principalmente na Irlanda e na Escócia.

**GARALDINA** Subcategoria dos tipos *serifados* na classificação Vox-ATypI. O termo é uma junção dos nomes do punctionista francês Claude Garamond e do tipógrafo italiano Aldo Manuzio, que usava tipos do punctionista Francesco Griffó. Tem poucas diferenças em relação à classificação antecessora, das *humanistas*: continua tendo *eixo* inclinado à esquerda e baixa *altura-x*. Porém, seu contraste é mais notável, suas *terminais* mais suavizadas (por vezes em gota) e seu *e* tem barra reta.

**GEOMÉTRICA** Subcategoria dos tipos *sem serifa* na classificação Vox-ATypI. Em geral, tem *contraste* nulo, sendo *monolineares*. Seu desenho é muito baseado em formas geométricas – normalmente, triângulos, quadrados e círculos. É característico seu *a* de um andar.

**GLIFO** O desenho, a corporificação, de um caractere em um tipo.

**GÓTICA** Ver *Blackletter*.

**GROTESCA** Subcategoria dos tipos *sem serifa* na classificação Vox-ATypI. São as primeiras *sans* e, por isso, acabam estabelecendo suas próprias convenções. Tem contraste mediano que por vezes varia fora da convenção *serifada* e *conexões* mais retas. Normalmente caracterizada por um *g* com *espora*, *g* de dois andares e *r* de *perna curva*.

**HASTE** Traço vertical de um glifo, como *l*, *i*, ou *b*.

**HÍBRIDA (INTENÇÃO DE USO)** Família tipográfica que tenha fontes tanto *para display* quanto *para texto*.

**HUMANISTA (SEM SERIFA)** Subcategoria dos tipos *sem serifa* na classificação Vox-ATypI. É o último estilo sem serifa e resgata algumas tradições da caligrafia em ponta chata, que deu base às *serifadas humanistas*, por isso o nome. Em particular, ganha *contraste* notável (quase nunca tão forte quanto as serifadas) e traços mais orgânicos.

**HUMANISTA (SERIFADA)** Subcategoria dos tipos *serifados* na classificação Vox-ATypI. É o primeiro estilo serifado. Foi desenvolvido durante o Renascimento (por isso, humanista) na Itália, e por isso também pode ser chamada de “veneziana”. Tem eixo inclinado à esquerda, baixa *altura-x*, traços de grossura média e bem pouco contraste, terminais de ponta chata e, especificamente, um *e* de barra inclinada.

**INCISA** Subcategoria *caligráfica* da classificação Vox-ATypI. Simula as letras entalhadas em pedra. Pode também ser chamada de “glífica”, mas evitou-se o termo para não haver confusão com *glifos*.

**INK TRAP** Entradas mais profundas do que o natural nas *conexões* dos traços em glifos que, especialmente na impressão em tipos móveis, se enchem de tinta e completam o desenho natural. Pode ser usado apenas como recurso estético nos tipos digitais. Nesta pesquisa,

manteve-se majoritariamente o termo em inglês, por a tradução literal, “armadilha de tinta”, ser pouco usada.

**INTENÇÃO DE USO** Para que situação o tipo é pensado para ser usado. Nesta pesquisa, dividiu-se a intenção de uso *para display*, *para texto* e *híbrida*.

**INTERPRETAÇÃO TIPOGRÁFICA** Tipo que faz, em seu desenho, um resgate tipográfico de várias referências – sejam vários outros tipos, estilos de desenhos, usos tipográficos etc. – e dá coerência ao projeto pela leitura pessoal do designer de tipos. Termo retirado da pesquisa de Emerson Eller (ver p. 66, n. 4). Não confundir com *revivalismo tipográfico*.

**ITALIANA (DESENHO)** Tipos de *contraste* invertido, ou seja, as *hastes* são finas e as *barras* são grossas. Termo cunhado pela fundição inglesa Caslon & Catherwood em 1821, aparentemente fazendo graça dos tipos *didônicos* do punctionista e fundidor Giambattista Bodoni. Não confundir com *italílico*.

**ITÁLICO** Estilo de glifos em um tipo com desenho inclinado à direita e algumas características cursivas (mesmo não sendo). É baseado na caligrafia itálica, desenvolvida na Itália nos séculos XIII e XIV. Inicialmente, era um estilo de desenho completamente autônomo, com tipos somente itálicos, mas conforme o tempo foi virando um estilo auxiliar, com fontes itálicas em tipos com desenho principal *redondo*. Não confundir com *oblíquo*.

**KERNING** Ver *compensação*.

**LARGURA** Especificamente, a largura dos *glifos*.

**LEGIBILIDADE** O quão rápido e precisamente o leitor consegue reconhecer um caractere, no caso da tipografia, em um tipo [BM]. Não confundir com *leiturabilidade*.

**LEITURABILIDADE** O quão fluidamente e rapidamente o leitor consegue ler uma passagem de texto composta em certo tipo [BM]. Não confundir com *legibilidade*.

**LETREIRAMENTO** Processo manual para a obtenção de letras únicas, a partir de desenhos [PF]. O termo em inglês, *lettering*, também é corriqueiro.

**LETTERING** Ver *letreiramento*.

**LIGATURA** Duas ou mais letras unidas em um único glifo. Exemplos são *fi*, *fk* e *ffl*. Também é usado o termo “ligadura”, mas optou-se por ligatura nesta pesquisa a fim de especificar o recurso tipográfico.

**LINHA DE BASE** A linha sobre a qual todos os glifos repousam. É uma das cinco linhas essenciais em uma fonte, junto com a linha de topo (até onde vão os *ascendentes*), a linha de versal (até onde vão as maiúsculas),

a linha média (até onde vão as minúsculas ou o dorso das minúsculas com *extensores*) e a linha de fundo (até onde vão os *descendentes*).

**MANCHA DE TEXTO** Parte da página ocupada pelo texto [RB/AS].

**MANÍCULA** Ornamento tipográfico na forma de uma mão, normalmente apontando para alguma direção. Também chamado de indicador ou de punho.

**MANUAL** Subcategoria *caligráfica* da classificação Vox-ATypI. Simula letras escritas em outros meios que não o em bico de pena (ver *script*), além de glifos que mais pareçam ser “desenhados” do que escritos. Para aprofundamento, esta pesquisa dividiu as manuais nas classes: *ponta chata* (ver verbete); pincel, para as que simulam esse tipo de letreiramento; e alternativo, para os mencionados glifos “desenhados”, ou que simulem algum meio de escrita diferente. Das classificações da Vox-ATypI, é uma das mais mal interpretadas: corriqueiramente se vê tipos manuais sendo chamados de *script* (ver também),

**MATRIZ** Na punção de tipos móveis, é a peça ou conjunto de peças de cobre que retêm os desenhos originais do tipo e que são usadas como moldes para fundir os tipos móveis.

**MIOLIO** Espaço em branco envolvido por uma letra, seja totalmente, quando são chamados de *olhos*, seja parcialmente, quando são chamados de *aberturas* [RB/AS].

**MODULAÇÃO** Variação de *contraste* em um tipo mais ou menos constante e previsível em todo o seu desenho e que, em geral, simula o movimento do instrumento caligráfico no qual o tipo é inspirado. Tipos que não têm modelação e, portanto, não têm contraste, são chamados de *monolineares*. Não confundir com tipos *modulares*.

**MODULAR** Tipo que é construído com módulos. A estrutura geral de um tipo é dividida em seções (hastes longas e finas, quartos de bojo etc.) e cada glifo é montado com esses módulos, juntando-os da maneira que for precisa. Não confundir com *modulação*.

**MONOESPACEJAMENTO** *Espacejamento* em que há zero variação no espaço entre glifos, ou seja, todos ocupam o mesmo espaço.

**MONOLINEAR** Que não há *contraste* nem *modulação*; tipo que tem todos os seus traços uniformes.

**NEOGROTESCA** Subcategoria dos tipos *sem serifa* na classificação Vox-ATypI. Seu desenho é mais consistente que o das *grotescas* e seu *contraste* é quase nulo. Tem *miolos* mais abertos e suas conexões mais curvas.

Normalmente tem *G* sem espora, *g* de um andar e *R* de perna reta.

**OBLÍQUO** Estilo de glifos em um tipo em que todos estão inclinados à direita, mas não há nenhuma diferença de desenho para o estilo

- redondo* dos glifos além da inclinação. Não confundir com *italico*, onde o desenho muda.
- OLHO** Espaço em branco (*miolo*) totalmente envolvido por uma letra, como no *A, B, D, a, b, g, e ou p*.
- ORELHA** Pequena *terminal* que se projeta da parte superior do dorso de uma letra, principalmente percebido no *g*.
- ORNAMENTO** Ver *dingbat*.
- PARA DISPLAY (TIPOS)** Desenhados com a intenção de serem usados em textos curtos e em corpos grandes, que podem sacrificar um pouco de sua *legibilidade* e *leiturabilidade* a favor de qualidades estéticas.
- PARA TEXTO (TIPOS)** Desenhados com a intenção de serem usados em textos longos e em corpos pequenos, que tenham a *legibilidade* e *leiturabilidade* como qualidades soberanas.
- PARA VAREJO (TIPOS)** Comercializados pela fundição e disponíveis para licenciamento por qualquer pessoa, ao contrário dos tipos *sob medida*.
- PERNA** Traços horizontais ou inclinados em direção à *linha de base* em glifos como *K, X e R*.
- PESO** O grau de grossura (ou finura) dos traços de uma fonte.
- PONTA CHATA** Instrumento – seja propriamente uma pena de escrever, seja uma caneta com bico que a simule – com ponta de terminação reta e larga, que produz traços grossos quando puxado verticalmente e finos quando puxado horizontalmente ou em inclinação. É na caligrafia em ponta chata que os primeiros tipos *serifados* são baseados (ver *redondo*). A simulação especificamente de sua caligrafia em formato tipográfico gera uma classe da subcategoria *caligráfica manual*.
- PUNÇÃO DE TIPOS** Técnica original da criação de *tipos*. Um punctionista corta a forma de um *glifo* em uma peça de metal duro (normalmente, aço carbono), chamada de punção, que será punctionada em uma peça de metal mole (normalmente, cobre), que por sua vez servirá de matriz. Cada matriz será inserida em uma molde onde será derramado uma liga metálica baseada em chumbo, assim fundindo cada um dos *tipos móveis*.
- PUNCTIONISTA** Aquele que pratica a *punção de tipos* e, de maneira geral, desenha os tipos a serem punctionados (mas há muitas exceções). Nesta pesquisa, todos os punctionistas apresentados desenharam seus tipos.
- REDONDO** Estilo de desenho regular dos tipos serifados e sem serifa. Os glifos são eretos – não têm inclinação. Foi criado na Itália no século xv em contrapartida às *blackletters* e é baseado na caligrafia em *ponta chata*. Pode também ser chamado de romano.

**RETANGULAR** Subcategoria dos tipos *serifados* na classificação Vox-ATypI. Seu *eixo* é vertical e seu *contraste* é quase nulo, com traços grossos. A característica principal são as serifas retangulares também muito grossas, chamadas de *slabs*.

**REVIVAL** Ver *revivalismo tipográfico*.

**REVIVALISMO TIPOGRÁFICO** Recriação de um tipo ou fonte antigos, mantendo a maior fidelidade possível. Não confundir com *interpretação tipográfica*.

**ROMANO** Ver *redondo*.

**ROMANO ESCOCÊS** Estilo de desenho *serifado transicional*. Criado pelo punctionista inglês Richard Austin para o fundidor William Miller, da fundição escocesa Miller & Richard. Seu desenho fundamentalmente transicional já tem alguns quesitos *didônicos*, como *terminais* em botão, serifas retangulares finas e *contraste* acentuado. Foi muito popular nos Estados Unidos e na Inglaterra durante todo o século XIX e começo do XX, e chegou no Brasil por meio do *Correio Braziliense*, jornal colonial impresso em Londres.

**ROTUNDA** Classe de desenho *blackletter*. É a mais arredondada de todas, quase não tendo quinas e com pouquíssimos traços retos nas suas minúsculas.

**SANS** Ver *sem serifa*.

**SCRIPT** Subcategoria *caligráfica* da Vox-ATypI. Simula a escrita em bico de pena, especialmente a cursiva.

**SEM SERIFA** Categoria de *tipos* que não têm *serifas*.

**SERIFA** Pequena projeção na *extremidade* de um traço, geralmente horizontais ou levemente inclinadas.

**SERIFADA** Categoria de *tipos* que têm *serifas*.

**SLAB** Serifa retangular, particularmente quando são grossas.

**SOB MEDIDA (TIPOS)** Feitos especialmente para um cliente, normalmente para uma empresa. Servirão apenas para uso próprio desse cliente e não será comercializada.

**SPECIMEN** Ver *catálogo*.

**SUPERFAMÍLIA TIPOGRÁFICA** Família tipográfica que tenha fontes com várias classificações. Por exemplo: na mesma família, fontes com serifa e sem serifa, ou fontes sem serifa geométricas e humanistas.

**TAMANHO ÓPTICO** Variação no desenho das *fontes* de um *tipo* para serem usados em diferentes *corpos*. Por exemplo, um tipo pode ter um tamanho óptico para títulos (grande), um para textos corridos (médio) e um para legendas e rodapés (pequeno). Onde ocorre mais

- VARIAÇÃO** é no *contraste*, mas pode haver outras mudanças, como na *largura*, *altura-x* ou até em certos aspectos do desenho.
- TERMINAL** *Extremidades* de traços curvos que ganham um arremate próprio. As terminais de ponta chata são precisos e acabam abruptamente; as terminais em gota são suavizadas e lembram essa forma; as terminais em botão são estilizadas e bem arredondadas.
- TEXTURA** Classe de desenho *blackletter*. O primordial, é o mais retilíneo e angular de todos, quase sem nenhum traço curvo.
- TIPO** Design para letras, números e símbolos que tem suas características regulares e pode se expandir em algumas variações, seja de estilo (como o itálico), de peso (como o negrito) ou de largura (como o condensado), entre outros. Pode também ser chamado de “face”.
- TIPO MÓVEL** Peça física de um glifo, fundido em metal ou cortado em madeira. Não confundir com *tipo*.
- TIPOGRAFIA (OFICINA)** Oficina que produz impressões – livros, documentos, jornais etc. – usando *tipos móveis*.
- TIPOGRAFIA (TÉCNICA)** Técnica que usa *tipos* para compor textos.
- TIPOGRAFIA VERNACULAR** O desenho de letras – na verdade, não feito tipograficamente e sim por *letreramento* – feito e avistado no nosso cotidiano em letreiros, cartazes, anúncios etc., que não é acadêmico e retrata traços culturais e locais de um povo.
- TIPÓGRAFO** Aquele que pratica a técnica da *tipografia* ou que é dono de uma oficina tipográfica. Ver também *tipografia (oficina)*.
- TRAÇO** Cada uma das linhas que compõem um *glifo*.
- TRANSICIONAL** Subcategoria dos tipos *serifados* na classificação Vox-ATypI. Tem muita influência da caligrafia em bico de pena cursiva, visível principalmente (mas não só) nos seus estilos *itálicos*. Seu eixo é misto, por vezes inclinado à esquerda, por outras vertical, e suas *terminais* em gota. Os primeiros tipos transicionais eram largos e tinham *miolos* abertos; os mais recentes, talvez por uma tradição de usar tipos transicionais em periódicos, são mais estreitos e fechados.
- VARIABILIDADE** Recurso digital para exportação de arquivos de tipos. Se um tipo é em formato variável, não é necessariamente separado em fontes estáticas, mas sim tem uma forma que pode ser variada através de eixos, que transformam o desenho dos glifos em tempo real.
- VERSAL** Sinônimo de letra maiúscula.
- VERSALETE** Letras que têm a mesma forma que as *versais*, mas a altura das minúsculas. No início da tipografia digital, era considerado um estilo separado das *redondas* e das *itálicas*, mas atualmente são letras que existem internamente em ambos esses estilos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alguns verbetes são citações diretas da bibliografia – foram citados em colchetes, apenas com as iniciais do autor. Essas iniciais se repetirão em cada referência para esclarecimento.

- BRINGHURST, Robert. *Elementos do Estilo Tipográfico*. Versão 4.0. São Paulo, Ubu, 2018 [RB/AS].
- BRITISH Standards Institution. “British Standards for Type Classification”. *British Standards*, vol. 2961, 1967. Disponível em: [www.luc.devroye.org/britishstandards.html](http://www.luc.devroye.org/britishstandards.html). Acesso em: 4 maio 2025.
- ELLER, Emerson. *Letras do Cotidiano: A Tipografia Vernacular na Cidade de Belo Horizonte*. Dissertação de Mestrado. Belo Horizonte, Escola de Design, Universidade Estadual de Minas Gerais, 2014.
- . *Convergências Tipográficas: Uma Análise Crítica de Impressos Luso-Brasileiros dos Séculos XVIII e XIX como um Fundamento para Práticas Contemporâneas em Design de Tipos*. Tese de Doutorado. Lisboa, Faculdade de Belas-Artes, Universidade de Lisboa, 2020.
- ESTEVES, Ricardo. *O Design Brasileiro de Tipos Digitais: A Configuração de um Campo Profissional*. São Paulo, Blucher, 2010.
- FARIAS, Priscila Lena. “Notas para uma Normatização da Nomenclatura Tipográfica”. *Estudos Sobre Tipografia: Letras, Memória Gráfica e Paisagens Tipográficas*. São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2016, Tese de Livre-Docência em Design, pp. 9-18 [PFL].
- MAAG, Bruno. “About Legibility and Readability”. *The Readability Group (blog)*, 15 mar. 2021. Disponível em: [www.medium.com/the-readability-group/about-legibility-and-readability-596fcfd432a06](https://www.medium.com/the-readability-group/about-legibility-and-readability-596fcfd432a06). Acesso em: 14 maio 2025 [BM].

## Apêndice B

### Amostra Selecionada dos Tipos Estudados

Para cada fundição entrevistada, um tipo foi escolhido para compor o título do capítulo e outro para ser amostrado mais detalhadamente, aqui neste apêndice. Com sete tipos, forma-se um “catálogo em miniatura” do acervo estudado.

A seleção, mesmo que subjetiva, manteve o cuidado de apontar tipos de mais relevância na produção das fundições, ao menos por terem sido premiados ou selecionados para bienais.

Para cada face, há uma dupla de páginas: a primeira (par) mostra uma seleta de glifos em corpo grande para evidenciar o desenho e as formas; a segunda (ímpar) mostra linhas de textos, em diferentes corpos e fontes, para mostrar o tipo em ação. Para esta última, foram utilizadas passagens de obras que houvessem alguma sintonia com o tipo, mas sempre a primeira linha sendo o pantograma que dá o nome a esta monografia.

## Ofelia (Daniel Sabino, Blackletra, 2016)

G 8 a ß

f W π ↙

a i Æ Q

3 ç ¥ g

§ ⇔ 6 y

Ofelia (Daniel Sabino, Blackletra, 2016)

Zebras caolhas de Java querem mandar fax  
para moça gigante de New York.

Text Regular  
11/14pt

**É inútil nosso pranto**

Display Extrabold  
Italic 28 pt

Meu coração

Display Thin  
48pt

*Importuna com palavras de amor*

Text Medium  
Italic 14pt

0123456789

**9876543210**

Display  
Extralight/Text  
Semibold 20 pt

Espelho do gosto e modelo dos costumes, admirado pelos admiráveis caído assim, assim destruído!

Text Light  
14/18pt

**Joelhos batendo um contra o outro,**

Display  
Extrabold 16 pt

*Meu senhor.*

Text Semibold  
Italic 40 pt

Itacolomi (Emerson Eller, Eller Type, 2021)

2 W z d

f 3 a m

Q j g R

s G l v

J k x y

## Itacolomi (Emerson Eller, Eller Type, 2021)

Zebras caolhas de Java querem mandar fax para moça  
gigante de New York.

Regular 11/14 pt

*Vence o trabalho tudo*

Italic 28 pt

# Tal epitheto

Semibold 48 pt

*Toda a authoridade de huma Bulla Pontifícia*

Light Italic  
14 pt

0123456789

*9876543210*

Regular/Italic  
20 pt

Esta rica Provincia continua a luctar com a  
Anarchia. Nada sabemos de novo das mais  
Provincias do Norte, e das do Centro.

Regular 14/18 pt

origem alheia ao nosso Pay comum.

Display  
Extrabold 16 pt

# *Typographia*

Text Semibold  
Italic 40 pt

## Seiva (Ana Laydner, Fabio Haag Type, 2021)

◊

g

u

Q

e

G

k

a

5

{}

1/4

s

W

a

4

Ω

?

f

@a

B

## Seiva (Ana Laydner, Fabio Haag Type, 2021)

Zebras caolhas de Java querem mandar fax para  
moça gigante de New York.

Regular  
11/14 pt

*como um rio profundo*

Display Thin  
Italic 28 pt

# Me levanto

Poster Medium  
48 pt

É tão bom, só a gente sozinhos na cozinha,

Display Light  
14 pt

0123456789

9876543210

Regular/Poster  
20 pt

Mas, o que sinto escrevo. Cumpro a sina.  
Inauguro linhagens, fundo reinos – dor não  
é amargura.

Thin 14/18 pt

*Aceito os subterfúgios que me cabem*

Display Medium  
Italic 16 pt

*Coisas prateadas*

Poster Italic  
40 pt

Nikkei (Caio Kondo *et al.*, Inari Type, 2024)

③

Q

g

&amp;

ſ

×

ó

a

j

S

y

↖

?

c

2

B

{

r

r

J

## Nikkei (Caio Kondo *et al.*, Inari Type, 2024)

Zebras caolhas de Java querem mandar fax  
para moça gigante de New York.

Maru Regular  
11/14 pt

*Rua Conde de Sarzedas*

Line Italic 28 pt

# Comunidade

Semibold 48 pt

*por causa de um livro polêmico, o autor foi preso*

Pacific Light  
Italic 14 pt

0123456789

**9876543210**

Journal Light/  
Pacific Ultrabold  
20 pt

Vinte horas. Quatro japoneses jogavam bilhar  
em um bar de Pinheiros. Em outra mesa, três  
tomavam café com alguns brasileiros.

Journal Light  
14/18 pt

**Os primeiros imigrantes se estabeleceram**

Line Ultrabold  
16 pt

*absoluto silêncio*

Pacific Italic  
40 pt

## Ponta Text (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2023)

M 2 ; x

g q y 5

L d f J

m E G k

z e P S

## Ponta Text (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2023)

Zebras caolhas de Java querem mandar fax  
para moça gigante de New York.

Regular  
11/14 pt

# ***Never saw any letters.***

Bold Italic 28 pt

# Ragged right

Black 48 pt

*How do readers react with their eyes and brains*

Italic 14 pt

012356789

**987653210**

Thin/Black  
Italic 20 pt

Typefaces vary enormously, and while in the animal and plant kingdoms diversity is on the decline, in type catalogues it is increasing.

Regular 14/18 pt

*Those with a fondness for types and letters*

Thin Italic  
16 pt

# ear of the letter g

Thin 40 pt

## Compasso (Rodrigo Saiani, Plau, 2023)

3/8 Q g ?

R Ø 5 a

M œ h †

G § b 1

∞ j ! €

## Compasso (Rodrigo Saiani, Plau, 2023)

Zebras caolhas de Java querem mandar fax para  
moça gigante de New York.

Regular

11/14 pt

Existe mas não tive

Thin Italic  
Extended 28 pt

# candongueiro

Black Condensed  
48 pt

*Matriz, Querosene, Salgueiro, Turano*

Semibold Italic  
Extended 14 pt

0123456789

**9876543210**

Thin Condensed/  
Black Extended  
20 pt

A porcelana e o abalastro na pele que eu  
vou beijar. O escuro atrás do astro na boca  
que me afogar.

Regular 14/18 pt

*Digo sempre que melhor que apodrecer ao lado dela*

Thin Italic  
Condensed 16 pt

# embriagando

Thin Extended  
40 pt

## Ferpa (Gabriel Figueiredo, Typeóca, 2021)

K a ↘ 7

ꝝ & W →

ꝩ S f ?

k µ @ G

ꝑ ß / 4

## Ferpa (Gabriel Figueiredo, Typeóca, 2021)

Zebras caolhas de Java querem mandar fax para  
moça gigante de New York.

Regular  
11/14 pt

*Laticínios de Sete Lagoas*

Light Italic 28 pt

FÁBRICA VIANNA

Thin 48 pt

**Macabú, Mucuri, Neusa, Realeza**

Black Italic  
14 pt

**0123456789**

9876543210

Black/Thin  
Italic 20 pt

*Em trabalhos como este há o desenvolvimento de uma relação visual entre o particular e o coletivo, entre a observação aproximada e a distante da obra.*

Regular Italic  
14/18 pt

A artista desloca as impressões pela superfície, rotacionadas.

Thin 16 pt

**BORBOLETA**

Extrabold Italic  
40 pt

## REFERÊNCIAS

- Ofelia: SHAKESPEARE, William. *Hamlet*. Trad. Millôr Fernandes. Porto Alegre, L&PM, 1997, *passim*. Licenciada via Adobe Fonts.
- Itacolomi: *Abelha do Itaculumy*, ano 1, n. 1, *passim*, 12 jan. 1824. Arquivo-teste gratuito usado para fim acadêmico.
- Seiva: PRADO, Adélia. *Passagem*. Rio de Janeiro, Record, 2003, *passim*. Arquivo-teste gratuito usado para fim acadêmico.
- Nikkei: KISHIMOTO, Koichi. *Isolados em um Território em Guerra na América do Sul*. Cotia (sp), Ateliê Editorial, 2022. Arquivo-teste gratuito usado para fim acadêmico.
- Ponta Text: UNGER, Gerard. *While You're Reading*. New York, Mark Batty Publisher, 2007, *passim*. Arquivo-teste gratuito usado para fim acadêmico.
- Compasso: BLANC, Aldir. “Nítido e Obscuro”. In: GUINGA. *Delírio Carioca*. 1993; “Tiro de Misericórdia”. In: BOSCO, João. *Tiro de Misericórdia*. 1977; “Entre o Torresmo e a Moela”. In: \_\_\_\_ & TAPAJÓS, Maurício. *Aldir Blanc & Maurício Tapajós: Volume 2*. 1984. *Passim*.
- Ferpa: GORINO, Vitor Hugo. *Litografia Artística Brasileira: Lotus Lobo e Darel Valença Lins*. Campinas, Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, 2014 (Tese de Doutorado), *passim*.

# Anexo 1

## Entrevista com Daniel Sabino<sup>1</sup>

*Por favor, escreva uma breve apresentação sobre você: nome, de onde é e um resumo da trajetória dos seus estudos e carreira profissional no design, com ênfase no estudo e trabalho com design de tipos.*

Daniel Sabino de São Paulo (SP). Sou formado em comunicação pela ESPM-SP, e tenho uma pós-graduação em Tipografia feita em Barcelona, na escola EINA. Iniciei minha carreira no começo dos anos 2000 em agências de publicidade; depois da pós, abri a Blackletra (2012).

*Como foi o surgimento da Blackletra?*

Em 2012, a cena tipográfica era muito diferente da atual. Não haviam *foundries* brasileiras em condição de oferecer emprego para um *type designer*, o mercado era ainda muito menor do que hoje, e a pirataria era muito praticada. Não havia tanta consciência sobre a importância de comprar licenças de fontes, nem muito menos uma cultura de comissionamento de projetos. Abri a *foundry* pois não havia alternativa para trabalhar na área.

*Atualmente, como é o dia-a-dia do trabalho na Blackletra? É diferente de como era no começo da fundição?*

Sim bem diferente. Além de mim, há dois outros designers trabalhando em meio período, em esquema remoto. No início era somente eu, trabalhando para criar uma biblioteca de fontes. Hoje prestamos serviços com muito mais frequência.

1. Entrevista concedida via correio eletrônico em 21 set. 2024.

*Quais são os softwares que você costuma usar para a produção de uma família tipográfica?  
Glyphs, somente.*

*A Blackletra tem fontes de display, de texto e fontes e famílias tipográficas que têm estilos com mais leitabilidade para funcionar como texto e estilos com mais singularidade para funcionar como display, combinando esses dois lados. Quais são algumas semelhanças e diferenças entre os seus processos criativos para fontes de texto, de display e as que mesclam esses aspectos? Eu diria que os processos são iguais.*

*Além das fontes para varejo, a Blackletra atua com tipografia sob medida. Como é o processo criativo nesse caso?*

Sempre iniciamos procurando conhecer bem nosso cliente, entrando em contato com seus principais atributos, identidade verbal, conceitos etc. Tudo isso é insumo para a nossa criatividade. Nesse tipo de trabalho, a capacidade de traduzir tipograficamente o DNA de uma marca é central.

*Uma das fontes sob medida que se destaca é a do Memorial de Brumadinho. Fale um pouco sobre essa família tipográfica e sobre como foi aplicar o processo de criação e de arte da tipografia para um projeto de tanto peso.*

Nesse projeto, as disciplinas de tipografia, arquitetura e design gráfico estavam totalmente interligadas. Seguimos as passadas da arquitetura, que propôs uma experiência ligada à brutalidade da tragédia, traduzida em linhas retas, secas e com ênfase em formas triangulares. Adicionamos uma camada a mais de complexidade, ao trazer as letras entalhadas em pedra como referência, conectando conceitualmente e graficamente a fonte com o Memorial. A fonte é bastante inspirada no entalhe de letras em pedras, entregando uma visualidade pouco usual.

*Algumas fontes da fundição são variáveis, recurso que vem ganhando cada vez mais espaço no mercado. Como você vê a necessidade e a funcionalidade desse recurso para designers que usam fontes variáveis?*

As variáveis são bacanas pois entregam mais poder ao usuário final. Porem, não são uma panaceia. Com uma ferramenta mais completa, o/a designer passa a ter que tomar decisões que antes não precisava (como escolher um peso intermediário entre dois pesos existentes). Isso dá trabalho e nem sempre é prático, o que faz com que elas sejam menos usadas do que imaginávamos que seriam, em 2016 quando foram lançadas.

*No varejo, a fundição oferece compra de licença por site próprio, compra de licença por distribuidores, como o MyFonts, e acesso a famílias tipográficas por assinatura no Adobe Fonts e no Fontstand. Quais são algumas das vantagens e desvantagens de cada um desses métodos?*

O Fontstand é bacana pela comunidade que gira ao seu redor. São pessoas sérias que tem respeito pelo ofício, e buscam o modelo mais justo. No entanto, o Fontstand ainda não consegue competir com a Adobe em termos de remuneração das *foundries*. Com relação ao MyFonts, estamos em um processo de sair da plataforma. Nossa principal canal, é o site próprio da Blackletra.

*Na última década, houve um crescimento enorme da Adobe Fonts, que apostou no serviço de assinatura de uma biblioteca tipográfica em vez da compra de licenças individuais. Qual a sua opinião sobre essa forma de relação comercial entre designers-distribuidores-usuários?*

Para nós, do ponto de vista da visibilidade, remuneração e escala de uso das fontes, a Adobe tem sido uma boa parceira. Em nossa trajetória, foi o único distribuidor que remunerou *royalties* de forma adequada. Para os usuários finais, às vezes o valor do Creative Suite pode ser um pouco difícil de pagar.

*A Blackletra é a única fundição brasileira que participa do Fontstand. Como é a relação de vocês com essa plataforma?*

Excelente. O Fontstand tem uma comunidade própria e promove uma conferência anual. Eles produzem conteúdo de qualidade e se esforçam para encontrar um modelo justo para todos.

*Em linhas gerais, qual é a parte mais importante do rendimento da fundição, as fontes para varejo ou sob medida?*

Hoje em dia está bem dividido entre varejo e sob medida, com pequena vantagem para varejo.

*A pandemia afetou a Blackletra? Se sim, como? E hoje, no pós-pandemia, há diferenças em relação ao pré-pandemia no quesito de compras e uso das fontes ou serviços do estúdio?*

Todos fomos afetados por esse momento tenebroso. Porém, pensando estritamente do ponto de vista de trabalho, fomos bem menos afetados do que outros setores da economia, em primeiro lugar pois já trabalhávamos remotamente, em segundo pois inexplicavelmente, 2020 foi o ano que tivemos mais trabalho sob medida. Isso deve ter algo a ver com

a pandemia, mas não sei explicar pois é contra intuitivo. Sei de colegas que tiveram bons anos em 2020/2021 também.

*Sobre o mercado nacional, como você vê o uso das suas fontes por designers brasileiros? Usam mais, menos ou tanto quanto designers do exterior?*

As fontes da Blackletra são/tem sido amplamente usadas no cenário nacional. Isso é motivo de muito orgulho, pois significa que as fontes têm qualidade, as pessoas não usam por camaradagem. Fora do Brasil, somos menos conhecidos pois a competição lá fora é muito maior, porém as vendas para fora ainda superam amplamente as vendas internas, o que mostra que o mercado brasileiro ainda tem potencial grande de crescimento.

*Por fim, como você entende o cenário do design de tipos no Brasil hoje?*

É um cenário muito mais favorável hoje, do que quando comecei. Temos uma cultura tipográfica já razoavelmente bem difundida, graças ao trabalho árduo de professores e professoras pelo país inteiro, pelas últimas duas ou três décadas. Também, é preciso creditar todas as pessoas que se esforçaram/esforçam para organizarem eventos no Brasil, que contribuem muito para essa difusão. Além disso, é preciso reconhecer o esforço de designers gráficos em geral sobretudo nos últimos dez anos, por estudarem mais e mais tipografia, e valorizarem nosso trabalho, tornando-se parceiros essenciais, sem os quais nada faria sentido.

## Anexo 2

# Entrevista com Emerson Eller<sup>1</sup>

*Faça uma breve apresentação sobre você: de onde é e um resumo da trajetória dos seus estudos e carreira profissional no design, com ênfase no estudo e trabalho com design de tipos.*

Meu nome é Emerson Eller. Sou formado em Design Gráfico na graduação. Sou de Minas Gerais. Me formei em Design Gráfico no interior de São Paulo, na cidade de Franca [Unifran], e depois da graduação eu returnei pra Belo Horizonte. Não sou de BH, mas vivi aqui. Retorno pra Belo Horizonte e fiz o meu mestrado por aqui. O mestrado é em Design também, na universidade do estado, a UEMG [Universidade Estadual de Minas Gerais]. Isso, depois de trabalhar em alguns estúdios, agências e tal, e defini que iria seguir numa carreira mais acadêmica, por isso decidi fazer o mestrado.

Mas desde a graduação eu já me interessava por tipografia, por desenho de letras. Fiz uma monografia que já era de investigação sobre *stencil art*, então era uma coisa que já indicava ali o que viria a ser meu mestrado. Meu mestrado foi uma investigação sobre os pintores de letras na cidade de Belo Horizonte. O título é Letras do Cotidiano: A Tipografia Vernacular na Cidade de Belo Horizonte [UEMG, 2014], e o que eu fiz foi mapear a cidade e essas manifestações de pintura de letra na cidade – dividir a cidade de acordo com a divisão da Prefeitura mesmo, por regiões, e fazer um levantamento fotográfico de cada região, depois tracei um panorama sobre a produção da tipografia vernacular em Belo Horizonte. Foi a partir daí que eu comecei a aprofundar um pouco mais nos estudos

1. Entrevista concedida via videoconferência em 25 out. 2024.

da tipografia. Terminei o mestrado em 2014, iniciei em 2012. Quando foi em 2014 pra 2015, apliquei pra uma bolsa de doutorado pleno em Portugal pelo CNPq, e fui aprovado com a pesquisa que se relaciona com a introdução da tipografia como técnica de impressão e o desenvolvimento da imprensa no Brasil e qual que era a relação disso com Portugal.

Comecei a fazer. Minha intenção era fazer uma análise dos materiais impressos nesse período colonial e tentar entender como foi o desenvolvimento da imprensa nesses primeiros anos no Brasil, principalmente colocando o foco naquilo que não tava dentro do discurso oficial ou relacionado com a imprensa oficial – ou seja, qualquer manifestação que tivesse correndo por fora da imprensa. Em 1808, a gente tem a instalação da Tipografia Régia na cidade do Rio de Janeiro, só que outras manifestações de tipografia supostamente tenham acontecido no Brasil. Alguma coisa aqui, em Minas Gerais, em 1820 – eu tinha um sinal de que algo em Ouro Preto tinha acontecido, então fui investigar essas coisas. A partir daí, eu fiz um estudo desse material impresso pra tentar identificar quais eram os tipos de letra utilizados, pra tentar traçar a origem dos tipos produzidos ou utilizados aqui no Brasil.

Identifiquei que, em Minas, em Ouro Preto, para os primeiros jornais de Ouro Preto, um artesão e um padre, que já tinha trabalhado como impressor, construíram uma oficina tipográfica completa e fundiram os tipos que seriam os tipos dos primeiros jornais de Minas. Fizeram toda essa empreitada e descreveram num trechinho de um dos jornais, falaram sobre esse feito. A partir daí, eu comecei a investigar e fui identificar que eles buscaram referência num tipo de letra escocês, e não buscaram referência num tipo de letra português, que circulava dentro da imprensa. A minha pesquisa foi essa, descobri uma fundição de tipos originais no Brasil, em Minas Gerais, em Ouro Preto, e como é que isso poderia servir pra produção de tipos na contemporaneidade, como é que a gente pode produzir fontes digitais a partir desse olhar pro passado. Foi essa a principal investigação da minha pesquisa, que se relaciona com o revivalismo tipográfico e com interpretação tipográfica, esses são os dois termos que utilizei.

E isso fez chegar na Itacolomi, essa fonte que foi produzida como um resultado prático da minha pesquisa, concluída em 2020. A minha tese foi concluída em 2020, eu retorno ao Brasil – fiquei de 2015 a 2020 em Portugal – e começo a trabalhar e desenvolver mais essa parte prática do projeto pra conseguir lançar essa fonte no mercado. Então, a minha tese é uma tese teórica, mas que tem essa componente prática que é o desenvolvimento dessa fonte que você conheceu e fez contato a partir dela.

Pra completar e chegar até 2024, eu decidi que eu ia seguir essa carreira acadêmica. Durante o doutorado, eu já comecei a lecionar lá em Portugal, num mestrado que tem lá. O meu orientador lá é o professor Jorge dos Reis e o co-orientador foi o Sérgio Antônio Silva, que foi o orientador do meu mestrado e se tornou co-orientador da minha tese de doutorado. O Jorge dos Reis tem um mestrado lá que chama Mestrado em Práticas Editoriais e Tipográficas Contemporâneas. Uma grade bem legal, e ele me convidou pra dar uma disciplina. Fiquei entre 2016 e 2017 lecionando uma disciplina sobre materialidade e materialidades da tipografia e do objeto editorial. Eu dava algumas disciplinas relacionadas ao desenho tipográfico e caligrafia também.

Aí, finalizado o doutorado, eu voltei pro Brasil, em 2020, um pouquinho antes do apocalipse (risos). Fiquei na cidade de Governador Valadares, que é a cidade da minha família em Minas Gerais, fiquei por lá nesse período da pandemia. Lá, tem um curso de Design, e comecei a lecionar, na universidade da cidade, a Universidade Vale do Rio Doce [Univale]. Eu lecionei nesse período e em 2023 teve um concurso público pra Universidade Federal de Minas Gerais aqui em Belo Horizonte [UFMG], aí eu apliquei nesse concurso e fui aprovado. Comecei neste ano [2024] na UFMG. Então agora estou na UFMG, na Escola de Arquitetura e Design, lecionando disciplinas que se relacionam com oficina, mas com a questão prática, principalmente na questão gráfica, no design gráfico, e em disciplinas relacionadas à tipografia, por enquanto com a Introdução à Tipografia, e, com previsão para o semestre que vem, uma específica de design de tipos.

*Conte um pouco da sua produção como pesquisador de design e da tipografia, além da sua atuação na docência em Design.*

Eu sempre continuei com a pesquisa, nunca deixei de pesquisar. Por exemplo, a de mestrado, que se relaciona com a tipografia vernacular, foi uma coisa meio que constante, eu publiquei alguns artigos e tal... Recentemente, eu, a Fátima Finizola e o Vinícius Guimarães nos reunimos pra produzir um material aqui juntos, com pesquisas de cidades diferentes, tentando fazer essas pesquisas se comunicarem [“Três Olhares Sobre a Tipografia Vernacular: Estratégias para Investigar a Gráfica Popular de Belo Horizonte, Recife e Rio de Janeiro”, em Camila Brito, Rosângela Vieira e Solange Coutinho (orgs.), Caderninho de Resumos do Livro – Transcursos Memoráveis: Experiências Brasileiras em Memória Gráfica e Estudos da Imagem, Recife, Zolu, 2023]. Então, essa área eu sempre mantive de alguma maneira, de tipografia vernacular e

esse olhar pra cidade. E que isso se relate com cultura gráfica, que é um dos meus principais interesses, a cultura gráfica, e ela se manifesta de algumas maneiras diferentes.

Tem essa parte e tem essa outra que é voltada para os impressos históricos. Essa mais recente que eu finalizei em 2020 no doutorado é uma pesquisa que eu pretendo continuar, na investigação de outros materiais produzidos no Brasil, principalmente aqui em Minas Gerais, onde eu vou me debruçar mais nesse material que foi produzido nesse período pós-colonial, de 1820 pra frente, que começaram a surgir diversas oficinas aqui no Estado.

Acho que, como você falou, essa coisa da nossa história da tipografia tem muita coisa pra ser descoberta, e eu acredito que vale a pena investir nisso. Sempre faço relação disso com a produção de design de tipos: como a gente pode contar, trazer, a narrativa do nosso país, do nosso território, a partir do design de fontes. A gente faz uso de fontes num ambiente digital que contam histórias de outros lugares. Você tem a própria Garamond, ou outras fontes, que vão contar a história do desenvolvimento da tipografia no Ocidente, mas aí é interessante pensar como é que a gente pode contar, trazer, a nossa própria narrativa a partir da nossa interpretação do passado, propondo um revivalismo tipográfico de algum material que já foi utilizado em algum outro momento. O meu interesse atual tá bem focado nessa perspectiva.

*A tradição brasileira de design de tipos ainda está em construção, e pouco falamos de revivalismo por aqui, né? Por isso que gostei tanto da Itacolomi e da Drummond, que você acabou de lançar. Mesmo que a Drummond não seja um revival de uma fonte brasileira, ela traz o nosso olhar.*

Ela traz, exatamente. É isso que eu defendo. Por mais que eu tenha me baseado numa matriz que não é nossa, uma matriz estrangeira. Por isso que eu gosto de chamar esse processo de interpretação: eu olho para aquilo e coloco a minha visão pessoal. Foi muito interessante ter colocado o nome dessa fonte de Drummond, porque remete a um período modernista no Brasil que faz parte um pouco desse meu processo, que é quase que antropofágico. Pegar aquela referência, engolir e devolver de uma outra maneira. É bem isso que eu defendo nos trabalhos de revivalismo e de interpretação tipográfica.

*Como foi o surgimento da Eller Type?*

Quando eu fui fazer o doutorado em Portugal, eu já fui com essa cabeça de que tinha que aproveitar o máximo, arrancar o máximo que eu

puder. Eu já tinha mapeado algumas oportunidades de cursos que eu faria nessa área do design de tipos, então em 2016 eu fui pra Universidade de Reading fazer um curso de verão que eles tem, de duas semanas, um curso intensivo. Fui pra lá – já tinha começado a desenhar algumas coisas e tal, já tava esboçando ali o projeto da Itacolomi, já tinha feito durante o mestrado um desenho de letra, um tipo de letra mais simples, inspirado no vernacular e tal, e me interessava essa parte da produção tipográfica, do design de tipos. Esse curso foi fundamental para ver que era possível entrar nesse mercado, desenvolver fontes e colocar essas fontes disponíveis de alguma maneira.

Aí foi quando eu finalizei o meu primeiro projeto comercial. Depois de voltar lá, eu fiz várias coisas – nesse curso, experimentei um pouco e recebi críticas sobre os meus projetos que eu levei. Fiz questão de levar a Itacolomi, que ainda nem tinha esse nome, era só um projeto, pra receber críticas do [Gerry] Leonidas e do [Gerard] Unger, principalmente. Essa foi a chance que eu tinha pra colocar os meus desenhos na mesa pra eles criticarem, e fui muito bom, muito importante.

Quando voltei, depois desse curso, eu trabalhei no meu primeiro projeto, que se chama Sagarana, o meu primeiro projeto comercial. Esse projeto foi uma fonte inspirada na terceira edição do livro do Guimarães Rosa, o *Sagarana* [1946; 3. ed. José Olympio, 1951]. Fiz uma fonte inspirada no desenho de letra que tava ali na capa, que é do Santa Rosa, e lancei essa fonte no mercado. Pra minha surpresa, foi muito bem recebida. Lancei na Monotype e na Fontshop, que ainda não era da Monotype, não tinha sido vendida ainda. A venda me surpreendeu, fiquei muito feliz. Logo de cara, ela ficou naquelas mais vendidas. Falei: “po, acho que isso aqui dá certo” (risos).

Aí eu comecei a pensar mais seriamente nisso, a fazer um site, um Instagram pra divulgar esse tipo de coisa, e foi muito legal. Depois disso, eu fiz um *specimen* impresso em tipografia da Sagarana – isso eu tava em Lisboa, em 2017, fiz isso lá. O Guimarães Rosa ainda não tinha obras publicadas em Portugal, e agora já tem, foi logo um boom. Mas quando eu lancei esse *specimen* e comecei a falar sobre isso com as pessoas que eu conhecia, as coisas foram acontecendo. Me convidaram pra fazer uma exposição nas bibliotecas municipais de Lisboa, então eu fiz uma exposição sobre a fonte. Foi um negócio legal, e contando essa coisa do sertão de Minas. É um pouco isso também, levar essa narrativa, essa coisa regional, a partir de um desenho de letra.

Aí foi, eu comecei a seguir por esse caminho, do design de tipos, estabelecendo a minha fundidora. Depois disso, eu acabei dedicando mais

à Itacolomi, fiquei muito tempo nisso e na pesquisa em si, no doutorado, então não lancei mais fontes comerciais. Quando foi em 2021, eu lancei a Itacolomi finalizada, depois fiz mais um lançamento, que é a Perva – outro projeto que também é um revivalismo. Ela se inspira em letras tipográficas de grande formato. Me inspirei em três estilos diferentes e fiz uma família com três estilos diferentes, com estilos caligráficos e estilos tipográficos variados. Aí você escolhe entre uma *slab*, um modelo mais “blackletra” assim; uma *[old] english*, um estilo inglês que é mais caligráfico; e uma outra que é um estilo italiano que chamam, uma *italian reverse*, que tem o contraste invertido. Então são três estilos diferentes numa só.

Continuo me dedicando à minha fundidora, e depois que eu decidi que eu ia seguir carreira acadêmica, como professor e tal, eu me abri para parcerias, como foi o caso com a Blackletra. Até citei o nome do estilo de letra, que na verdade é *blackletter*, o nome da fundidora que é Blackletra (risos). Aí eu conheci o Daniel [Sabinol], que me convidou pra uma palestra. Fiz a palestra e a gente trocou uma ideia. Decidi lançar assim, em parceria, então a minha fundição acaba sendo um selo pessoal, na verdade. Pra não carregar o meu próprio nome, eu assino meu sobrenome (risos). Pretendo continuar dessa forma, colaborando, lançando algumas coisas próprias, mas sempre pensando nessa colaboração, assinando com outras pessoas.

*Você matou várias perguntas que eu tinha com essa resposta (risos). Então a parceria com a Blackletra apareceu por essa palestra, onde vocês se conhecaram?*

Foi isso. Eu tinha acabado de lançar a Itacolomi, que chegou no radar do Daniel, e ele me convidou pra uma palestra numa disciplina que ele tava lecionando na Miami Ad School. Fui e apresentei o projeto da Itacolomi, com outros projetos que eu já tinha desenvolvido. Comercialmente, eu tenho essas três famílias, pela Eller Type especificamente, mas fiz outras coisas que não foram lançadas comercialmente, coisas como customização. Fiz um panorama da minha carreira de tipos na aula dele, com foco na Itacolomi. Mostrei esse primeiro trabalho que tava sendo desenvolvido na Antuérpia – é legal falar sobre isso, porque faz parte do percurso. Quando estava em Lisboa, decidi fazer um curso de especialização na Antuérpia, que é lá no Museu Plantin-Moretus [curso ministrado pelo Instituto Plantin de Tipografia]. Nessa época, o curso era presencial, então tinha que viajar todo mês pra fazer as aulas lá. Fui fazer essa loucura, fazendo doutorado e ao mesmo tempo fazendo a especialização na

Antuérpia. Por lá, decidi investigar alguns materiais que estavam fragmentados, que faltavam partes, que estavam catalogados de maneira incompleta. Fiz várias outras pesquisas, mas isso foi o que me interessou mais. Fiz fotos dessas matrizes que estavam faltando coisa, e eu olhava para aquilo e pensava como que seria aquilo completo, será que a descrição daqui tá bem apurada ou não tá, por quê que essa pessoa falou que isso aqui parece com Garamond, é um Garamond ou não é, porque parece... Comecei a levantar essas questões e comecei a trabalhar num projeto de revivalismo a partir dessas matrizes que eu encontrei lá.

Voltando pra esse momento que eu estava apresentando para a turma do Daniel, eu incluí alguns slides sobre essa fonte em que eu estava trabalhando. Aí ele comentou alguma coisa, foi interessante e tal... A gente só conversou rapidamente. Ele deve ter imaginado que eu iria lançar sozinho, e a intenção naquele momento era até essa, mesmo, dar continuidade. Não estava nem preocupado com quando eu ia lançar ou não, porque eu sempre trabalhei sem muita preocupação com prazo de lançamento, porque nunca foi a minha primeira fonte de renda, entende? Tem essa questão, eu sempre tava fazendo outras coisas, e em nenhum momento eu vi isso como uma possibilidade de ser a minha... Porque eu sempre tava fazendo outras coisas, então talvez por isso eu nunca tenha dedicado 100% nisso, e acabou seguindo assim. Enfim, saiu aquele uma *scholarship* da do pessoal da TypeTogether, que sempre faz um concurso, que recebe o nome do Gerard Unger, aí eu fui e apliquei pra isso, e o objetivo é assim, você mandasse, e lógico que eles escolhem os melhores e dão destaque e tal, mas o principal não é bem uma premiação, mas eles selecionam um trabalho que eles vão desenvolver junto com você, finalizar o trabalho junto com você e lançar na fundidora deles. Então eu fiz isso. Não fui selecionado como esse trabalho, que receberia essa ajuda deles, mas eu recebi um mérito, um destaque. Aí recebi algumas recomendações dos proprietários da fundidora, e depois disso eles fizeram uma divulgação do material, fizeram um pouco de barulho com relação a isso, e eu postei no Instagram. Passado um tempo, o Daniel veio conversar comigo e ele viu que eu tava interessado em lançar, independente, não era assim não queria lançar sozinho, uma ajuda seria muito bem-vinda. E foi o que ele propôs, essa questão de parceria pra lançar na fundidora dele. Eu achei ótimo, que abre pra outras possibilidades, ele já tem a fundidora estabelecida há mais tempo, acesso no Adobe Fonts, então é uma coisa que me interessa. Terminei o projeto, o design completo, e eles colaboraram com a parte de pós-produção, e aí foi lançada essa Drummond.

*E como é o dia-a-dia do trabalho da fundição? É diferente de como era no começo do estúdio? E como tem sido equilibrar todos os diferentes trabalhos, de pesquisador, type designer e freelancer?*

Atualmente, eu tô como dedicação exclusiva à docência. Isso, de certa forma, impede que eu passe consigo até (risos) fazer projetos comercialmente. Essa coisa da produção de fontes é uma outra questão, porque é uma produção que envolve direito de autor, não é propriamente encaixada como serviço, então eu consigo continuar levando isso, até porque os cronogramas dos projetos tipográficos sou eu que vou definindo, de acordo com o que eu posso produzir. Então o meu foco atualmente tá sendo na docência e continuo com a produção de fontes. Tem alguns projetos que estão em andamento e eu vou levando no tempo que sobra. Esse início na docência numa universidade pública federal tem demandado muito tempo, porque eu tenho que criar material pras disciplinas e tal, então tem sobrado menos tempo pra dedicação na produção das fontes. Mas eu continuo produzindo, então eu tento sempre produzir uma coisa ou outra no tempo que me sobra. Pra além disso, também tenho dedicado aos materiais relacionados às fontes que eu publiquei, então na Itacolomi, por exemplo, tenho previsão de fazer uma exposição sobre a Itacolomi, tem o material que foi pra Bienal... Tem essas coisas que vão gerando a partir de um projeto que já foi lançado. Agora, a Drummond também já recebi comentários, propostas de apresentar o trabalho. Então tem tudo isso que gira em torno, e acaba se relacionando com a docência, então você vai lá, faz a apresentação, às vezes você explica o processo, que é muito interessante, a gente ter um conhecimento maior sobre como é que foi o processo de desenvolvimento dessas fontes, que eu sei que é de grande valia, principalmente pro ensino de fontes no Brasil. Tenho me dedicado a isso, tentando sempre aliar essa parte prática com a parte do ensino, tentando produzir materiais a partir do meu conhecimento prático também pra aplicar no ensino do design de tipos. Tenho previsão de construir disciplinas de design de tipos pro ano que vem, e tem essa relação com a prática e tal. É uma coisa que tá andando meio que junto.

*A Itacolomi acabou de ser selecionada para fazer parte da Bienal Brasileira de Design. Conte um pouco mais da criação da fonte e do processo de inscrição e seleção na Bienal.*

Foi muito legal. A gente pega pelo período, 2021 ela foi lançada, e aí a gente tava num período de pandemia e tava uma seca com relação a eventos, as bienais tinham parado e tal. Foi um tempo que foi meio que

adiado. Então nesse momento, eu tinha lançado a fonte e tava na expectativa de que ela não passasse despercebida de alguma maneira, então essa escolha, dela ter sido selecionada na Bienal, foi muito importante pra marcar isso, pra trazer à tona. Eu achei a Bienal muito importante nesse ponto, porque traz à tona toda essa produção de excelência que a gente teve nesses períodos aí que a gente ficou meio que em *standby*, então pra mim foi muito feliz receber essa notícia de que tinha sido selecionada, e entre relativamente poucos projetos. São oito fontes de texto que foram selecionadas, né? Estar dentro desse grupo foi muito legal, porque a gente teve uma produção muito vasta nesse período. A Bienal aconteceu mais tarde, então, obviamente, a produção maior que elas tiveram que selecionar, então tá dentro desse grupo que foi selecionado foi muito legal. E isso acaba repercutindo mais. O seu convite, por exemplo, já é fruto disso, então isso que é interessante. Você vê que a coisa vai repercutindo depois de tanto tempo da fonte já no mercado, as coisas começaram a, convites começaram a aparecer novamente depois desse tempo, então isso é legal, isso é muito, muito bom. Estou ainda colhendo o resultado dessa seleção, que foi muito legal.

*Trabalho com edição de livros, e as fontes de texto para nós da editoração é a parte mais importante. O Brasil ainda está começando a criar fontes de texto, e quanto mais fontes lindas assim, melhor.*

E é legal, você pensar nessas possibilidades de selecionar a fonte pra um projeto e selecionar uma fonte brasileira. E pra mim é super gratificante, porque eu tiro a Itacolomi, por exemplo, ela vai lá se inspirar em impressos antigos, vem pra um ambiente digital e depois retornar pros livros novamente. Pra mim, isso é uma coisa maravilhosa.

*Isso sim é antropofágico!*

Demais (risos).

*Quais são os softwares que você costuma usar para a produção de uma família tipográfica?*

Eu uso o Glyphs, já desde 2015 eu trabalho com o Glyphs. Quando eu comecei a fazer os primeiros projetos, eu baixei o Glyphs na versão mini se não me engano, algo assim, não sei se foi a mini ou se foi a versão trial primeiro, mas eu acho que eu comprei a mini, e aí depois eu fui fazer o curso em Reading e aí vi que a galera toda usava o Glyphs lá. Então eu fui já investir mais no software, comprei a versão completa e tal. É o software que eu utilizo desde então. Aí uso alguns *plugins* dentro

do *software* relacionados ao Glyphs mesmo. Mas pra além do Glyphs, outros programas que eu utilizo ou já utilizei, pra Itacolomi por exemplo, pra fazer um pouco da pós-produção que eu fiz sozinho, eu usei o FDK, que na verdade é um conjunto de ações, vamos falar, dentro da linguagem mais de programação, que você usa pelos *prompts* mesmo do terminal e faz alguns testes com a fonte. Então foi o que eu utilizei a pós-produção dela, pelo que eu me lembre foi basicamente isso. Depois, já na Antuérpia, com esse projeto da Drummond, ela se iniciou com um esqueleto feito num programa do próprio Frank E. Blokland, que é o professor desse curso de especialização na Antuérpia e também é programador, tem alguns programas específicos, o GPO e esse outro que se chama LeMo [LetterModeller], que é um programa que tira um esqueleto a partir da caligrafia, algo mais ou menos assim, ele gera ali um padrão com a rítmica específica, com um esqueleto básico ali das letras, de acordo com o que você indica assim de altura, de ascendente e tal, ele gera um esquema. Aí eu comecei, fiz umas medições na minha matriz original, fiz uns estudos e joguei essa métrica pra esse software e ele gerou um esqueleto, aí peguei esse esqueleto e comecei a trabalhar pro Glyphs. Então voltei pro Glyphs. Esses programas da Dutch Type Library, eles tem lá uma série de programas que eu utilizei. Aí dentro do, deixa eu tentar lembrar o nome do *software*, CP alguma coisa, deixa eu ver se eu tenho ele no meu outro computador aqui. GPOSMaster, que é um programa dele também, do Frank. Eu fiz um pouco da pós-produção, iniciei nesse programa, até que chegou um ponto que, pra agilizar o processo, o Henrique Beier e o Daniel com o Lucas Gini entraram pra finalizar, mas eu comecei também a fazer nesses programas do Frank. São programas que ele criou pra eles, pra uso deles e acaba vendendo também. São programas que foram feitos a mais tempo, mas que recebem sempre uma atualização e tal, e ele apresenta esses programas durante a aula na Antuérpia. São tecnologias desenvolvidas por eles. Ah, e um outro software que eu utilizei também desde a Itacolomi que também foi feito lá, ele não foi feito pelo Frank, foi por um ex-aluno do Frank e recebeu apoio do Frank, ele chama GlyphCollector. Ele pega uma página digitalizada de um impresso, você indica qual é a letra, o glifo, enfim, que você quer que ele vasculhe ali naquela página, e o software copia aquilo ali e gera alguns samples daquela letra que você escolheu. Eu fiz isso, comecei a usar na Itacolomi, não deu muito certo porque a qualidade do material impresso que eu tava investigando era muito ruim, não tinha boa resolução. Então o software não funcionou muito bem. Mas na Drummond eu usei bastante, porque eu consegui

cópias de impressos do Garamond e do Barbé que era impressor também e editor, e são impressos com alta qualidade, então consegui de fato fazer com que o programa funcionasse bem. Mas só pra complementar, na Itacolomi eu não fiz esse processo automático, mas eu fiz ele manual, eu já tinha começado a fazer ele manual e depois que eu descobri o software. Fui lá selecionando várias letras *a* e sobrepondo no Photoshop com opacidade 15%, aí eu conseguia ter uma aparência média daquela letra. O software faz isso de uma maneira automática.

*As fontes variáveis vem ganhando cada vez mais espaço no mercado. Como você usa esse recurso nas suas produções e como vê a necessidade e a funcionalidade desse recurso para designers que usam essas fontes?*

Muito massa você perguntar isso, porque eu tive o privilégio de estar num momento, estar lá na Europa no momento que essa tecnologia tava sendo apresentada. Esse período que eu tava lá, ela tava sendo apresentada. Então eu fui pra um evento, o Tipo Berlin, acho que era algo assim, e teve lá algumas apresentações já sobre essa tecnologia. Logo que o Glyphs incorporou isso no software, teve um evento chamado Kerning na Itália, em Faenza, não lembro bem se foi 2018 ou 2017, mas foi um evento que o pessoal do Glyphs foi lá apresentar essa tecnologia com um workshop, e eu fiz esse workshop, que foi um dos primeiros, eles estavam fazendo uma série de workshops sobre fontes variáveis. Aí fiz esse workshop com eles e comecei a me interessar por essa tecnologia, tentando entender se isso de fato ia ganhar toda aquela proporção que tava sendo prometida, como uma tecnologia que causaria um impacto muito grande. De fato, abriu várias possibilidades de produção de fontes que poderiam variar não só de peso, mas de estilos. Criou grandes possibilidades. Muitos projetos no Brasil fizeram uso disso. Eu acabei incorporando isso também. Fiz alguns trabalhos, inclusive alguns projetos customizados. Ou trabalhos que não chegou a ser uma fonte proprietária, mas algo que foi customizado com base em um modelo já existente pra poder apresentar essa questão da fonte variável dentro de um projeto específico de identidade visual, então usei isso de alguma maneira. Mas ainda não tinha lançado apresentando uma fonte variável ao mercado. Isso aconteceu com a Drummond, que tem variação de peso. Eu acho, agora sobre, que é uma tecnologia que veio acrescentar, lógico, porque as fontes, vamos falar assim, tem as *masters* que a gente trabalha, a mais leve e a mais pesada, e dentro daquilo ali a gente tem as intermediárias – elas continuam presentes nas fontes, se você quiser usar uma *semibold* ela vai tá lá, se quiser usar o modelo clássico ele vai tá lá. Agora, se você quiser

usar a tecnologia pra achar um intermediário, fazer um ajuste fino, vai imprimir e achou que ficou muito clara, precisa aumentar um pouquinho só, vou pesar um pouquinho mais só, você vai conseguir fazer esse detalhe, então foi um ganho nesse sentido. Agora, ainda carece de uma maior divulgação disso aos designers gráficos, porque tem muita gente que não se apropriou ainda dessa tecnologia pra utilizar nos projetos editoriais, em projetos gráficos. Ainda não teve essa apropriação tão grande. Sempre que posso, eu lembro os meus alunos da existência dessa ferramenta e percebo que muita gente aquilo passa despercebido, tá lá mas pouca gente usa. Eu vejo que tem um uso maior que eles usam com mais frequência quando tem fontes que realmente mudam de estilos, aí parece que isso desperta um interesse que às vezes se conecta um pouco com animação né, de fazer uma fonte animada, que muda de estilo e tal. Isso acaba gerando um pouco mais de interesse. Mas nesse sentido de peso, ajuste de peso, eu vejo que ainda tá um pouco tímido, tendo em conta a minha experiência ali dentro de sala de aula e perguntando se eles conhecem a tecnologia e se eles fazem uso. Pouca gente ainda faz uso.

*Como é a sua atuação em tipografia sob medida (ou seja, fontes feitas exclusivamente para marcas)?*

Já fiz algumas. Eu fiz uma pra um artista português que tinha um projeto, ainda tem um projeto, que se relaciona com espaço público, e a fonte que ele precisava era uma fonte que pudesse fosse uma fonte mais robusta, geométrica, e que ele conseguisse usar tanto monoespaçada quanto como espaçamento normal. Aí eu fiz um projeto pra ele com base num desenho que ele já tinha, que ele já usava, fazia uns desenhos manuais e tal, e ele começou a vetorializar aquilo e eu entrei pra colaborar. Então tem esse projeto, que foi pra Portugal, e teve um outro que acabou por ficar focado mais na identidade visual, que é um projeto que eu fiz pra Milão. Eu desenhei as letras e fiz uma fonte variável que alternava de peso e tal. Isso não usou a fonte inteira, acabou ficando com foco só na palavra ali que ia compor a identidade visual. Pra além disso, eu fiz mais um projeto pessoal, que ainda não lancei, que foi uma monoespaçada que eu tô trabalhando nela ainda, e acho que foi isso. De projetos comerciais sob medida, foram dois

*No varejo, a fundição oferece compra de licença apenas por distribuidores, como o MyFonts e o Fontspring.*

O MyFonts acabou comprando todo o resto (risos). Antes era MyFonts, era FontShop, era isso, e FontSpring. Aí acabou que a FontShop foi

comprada, e agora atualmente é só na plataforma da Monotype. Então eu tenho o MyFonts e dentro do Monotype mesmo você consegue, acho que é Fonts.com agora, algo assim, mas é da Monotype, e na FontSpring. A FontSpring também foi vendida, mas para aquela Creative Market. Nem tô acompanhando, mas as minhas fontes estão divulgadas na FontSpring, mas ela recentemente foi vendida, então não sei se vai ser distribuídas em outras plataformas. Aí essa lançada com o Sabino tá disponível na Adobe e no site da Blackletra.

*E como tem sido sua relação com esses distribuidores? Há alguma razão para você escolher usar apenas esse método de venda? Além disso, na última década, houve um crescimento enorme da Adobe Fonts, que apostou no serviço de assinatura de uma biblioteca tipográfica em vez da compra de licenças individuais. Qual a sua opinião sobre essa forma de relação comercial entre designers-distribuidores-usuários?*

Na verdade, o mercado de fonte é bem cruel. Atualmente, tá concentrando principalmente na Monotype. A curadoria da Monotype não é das melhores, muita coisa entra, e que às vezes tem qualidade duvidosa. Isso acaba criando muito ruído nas vendas, tem uma disputa muito grande pra conseguir fazer o seu trabalho ser visto. Lá quando eu entrei, em 2017, era um pouquinho diferente ainda. Agora, a coisa foi cada vez aumentando mais e ganhando outra proporção. Ao mesmo tempo, foram surgindo outras distribuidoras. Eu optei porque era a mais forte naquele período de 2017, entrei e falei “ah, provavelmente deve ser a que mais vende”. Entrei com a Sagarana e vendeu realmente muito bem, e aquilo gerou uma expectativa grande pra outras. Só que a coisa mudou de lá pra cá, muita gente entrou no mercado, outras distribuidoras apareceram e tal. A própria Monotype comprou as outras – a minha intenção era distribuir nessas principais, então a Fontshop era bem interessante também. Aí outros modelos foram aparecendo, com a Fontstand e a própria Adobe, que faz uma distribuição que é sob demanda, quer dizer, é uma assinatura, a Fontstand que faz sob demanda, você pode alugar aquela fonte. Só que aí eu não fui muito atrás de como entrar nessas distribuidoras, não. Inclusive, logo após de lançar a Drummond, foi sugerido pra mim que eu apresentasse a fonte pra tentar lançar nessas plataformas, aí eu não fui muito atrás. Logo na sequência, acabou direcionando pra distribuição junto com o Daniel. Mas eu vejo esse formato da Adobe com bons olhos, eu acho que funciona bem. Por ter uma curadoria mais forte, com uma maior qualidade, ela permite que a fonte ganhe um certo destaque. Não tem tanta gente, tanta produção quanto

a MyFonts apresenta, então eu vejo que a gente precisava disso, de uma plataforma com uma curadoria maior. E a gente precisava talvez, aqui no Brasil, de uma plataforma nossa, que distribuísse fontes nossas. Isso também vejo que seria uma coisa interessante a se discutir, porque aí a gente faria uma curadoria da nossa própria produção pra apresentar isso ao mercado.

*Nossa, com certeza. Pra você ver, eu nunca nem tinha pensado nisso, mas você falando, parece lógico.*

Faz muito sentido, né?

*Sobre o mercado nacional, como você vê o uso das suas fontes por designers brasileiros? São mais ou menos usadas do que no exterior?*

Isso é legal, porque, por muito tempo, eu via mais o uso no exterior. A própria Sagarana mesmo foi bastante usada em projetos fora do Brasil, em Portugal, porque eu tava lá e circulava nesse meio, tinha visto alguns uso. E fora, em outros países da Europa, em editoras estrangeiras, como a Penguin, que também chegou a utilizar. Era mais assim, mas agora eu tô vendo mais coisas no Brasil. Tá muito legal. Depois do lançamento da Itacolomi, acabou sendo também puxando esse foco pra Sagarana, que tinha sido lançada antes, então a Sagarana também foi muito utilizada aqui também, a Itacolomi também. Tem um projeto muito bacana da Greco Design que é daqui de Belo Horizonte, que fez uso da Itacolomi num projeto sobre queijo, é muito legal isso. Um projeto muito premiado, então fiquei muito feliz, ganhou vários prêmios na área, em Bienal, em prêmios voltados pro Design. É legal isso, você ver que como o design de tipos tá produzindo um material pra ser usado por outros designers, e esse material vai eventualmente gerar um produto que vai ser premiado, não necessariamente pela fonte, mas pelo conjunto, e você faz parte disso também. Isso é muito legal.

*Como você entende o cenário do design de tipos no Brasil hoje?*

Sempre quando a gente é questionado sobre isso, geralmente tem aquele consenso que estamos o cenário ainda está em construção, que carece de uma tradição e tal. Eu vejo que aos poucos isso tá mudando, a gente já tá construindo, de fato, uma tradição mais sólida, ou tá descobrindo que na verdade a gente tem uma tradição já, entende? Eu acho que as coisas têm mudado, recentemente. Nossa produção tá ficando cada vez mais rica e mais expressiva. Acho que isso faz parte de um processo que a gente vem desenvolvendo no país, com várias pessoas que foram buscar

formação específica fora, pessoas que ficaram por aqui e também conseguiram elaborar projetos de excelência... Acho que faz parte dessa construção que já vem de longo prazo acontecendo, mas que eu já acho que não faz muito sentido você falar “ah, nós estamos buscando ainda uma tradição”... Acho que já tem força o suficiente pra se afirmar como produção de excelência. É um país que tá cada vez mais em destaque no cenário internacional de produção de fontes.

*Por fim, qual a sua expectativa para o futuro da Eller Type?*

Espero continuar produzindo fontes que tentam contar essas narrativas, eu gosto de falar isso, essas narrativas históricas e culturais do nosso território, ou regionais aqui de Minas. São projetos que me interessam e que pretendo continuar dedicando na produção e apresentar isso através da minha fundidora. Seja com projetos lançados especificamente pela fundidora, ou em parceria. O que eu espero é que ela continue como um selo, que é um selo que me representa, é uma produção na verdade pessoal. Até, na descrição do Instagram, eu trazia algo como “*type foundry*”, algo assim, e agora na verdade mudei, já há um tempo, mas coloco “práticas em design de tipos por Emerson Eller”. Acho que é isso que é a Eller Type, vai ser esse lugar onde eu concentro a minha prática em design de tipos.



# Anexo 3

## Entrevista com Fabio Haag<sup>1</sup>

*Faça uma breve apresentação sobre você: de onde é e um resumo da trajetória dos seus estudos e carreira profissional no design, com ênfase no estudo e trabalho com design de tipos.*

Claro! Poxa, pode ir longe, viu, Jorge... Mas acho que todo mundo que trabalha hoje com tipografia tem caminhos um pouco tortuosos, né. Eu me graduei em Publicidade e Propaganda aqui no Rio Grande do Sul e trabalhei em agências de publicidade, depois tive meu escritório de design gráfico generalista durante alguns anos e me encantei por essa área de tipografia e é difícil de explicar como. É uma coisa que curti, tipografia: ficava mais tempo fazendo os *letterings*... Até que descobri que isso era uma profissão, que poderia ser vivido disso, né... Uma coisa muito maluca. Acho que foi em 2002 que fiz um *workshop* com o Bruno Maag, sócio da Dalton Maag (que depois foi meu chefe), quando ele veio pro Brasil numa Bienal da ADG. Tinha vindo o David Carson também. Aquilo pra mim foi um divisor de águas assim. Eram cinco dias de *workshop* com ele só de tipografia, e aí tava o Henrique Nardi, a Priscila Farias, o Billy Bacon... Uma galera aí – o Crystian Cruz... Eu vejo que aquele momento foi bem marcante, eu saí de lá querendo trabalhar com isso, e ainda tinha meu escritório, minhas coisas...

Depois eu comecei a trabalhar num estúdio aqui de Porto Alegre de design gráfico até que veio a proposta de trabalhar com a Dalton Maag: passar um tempo aprendendo com eles lá em Londres, voltar pro Brasil e fundar a empresa aqui no Brasil. Isso era 2008. E aí eu fiquei maluco

1. Entrevista concedida via videoconferência em 16 set. 2024.

– ganhei na loteria, vezes mil! Tive um período bem legal, fui crescendo. Fiquei nove anos lá. Comecei como designer júnior, depois fui crescendo, depois a gente montou um time aqui no Brasil, contratei uma galera de São Paulo, depois do Rio – a gente tinha umas quatro, cinco pessoas. A empresa cresceu bastante nesse sentido.

O primeiro projeto grande que a gente fez pro Brasil foi uma fonte pro Boticário, depois a gente fez fontes para a Petrobrás e por fim pros Jogos Olímpicos do Rio 2016 – foi mágico. E aí por uma série de questões, tanto da empresa ter crescido quanto de eu também estar numa fase de querer... Meio que me acostumei com a rotina toda. Eu acabei virando diretor da empresa de Londres também, viajava para lá de três em três meses, fazia parte do *board*... Assumi uma parte comercial da Dalton Maag por muito tempo, fazia novos negócios (*Business Development*), viajava bastante, mas tava bem distante do design em si... Aí, comecei pessoalmente também a me envolver com fotografia, com umas coisas mais malucas, e comecei a sentir um deprê na segunda-feira, sabe? Uma coisa muito estranha. E, com o tempo, aquilo foi se acumulando, até que eu pedi pra sair. Eles inventaram um cargo novo pra mim lá, tipo o braço direito do diretor de criação global, aonde eu fiquei por um pouquinho menos de um ano, mas eu falei “não cara, tô saindo fora”. Aí, fundei o meu estúdio aqui, virtual. Começou só comigo, tanto que tem o meu nome exatamente pro cara – se ele pesquisasse “[Fabio Haag]” no Google, ele ia chegar nos meus projetos da Dalton Maag. Então, eu queria que o cara pesquisasse “fabio haag type” e chegasse nos projetos pra AT&T, pra Jogos Olímpicos [projetos próprios do Fabio]... Hoje, até que a gente é bem coletivo, nós somos em seis pessoas. Não é que eu me arrependa do nome, mas acho que o nome não faz jus. Hoje, eu não gosto do nome do estúdio ser muito focado na minha pessoa. Mas, foi como aconteceu. Então, como eu já fazia a parte comercial na Dalton Maag, acabou que eu já tinha um relacionamento muito bom com todos os estúdios aqui no Brasil e até com os de fora: a Tátil, a Interbrand, a FutureBrand, a Ana Couto – com todos eles eu já tinha trânsito. Então, quando eu saí da Dalton Maag, foi relativamente fácil conseguir novos projetos. Foi muita sorte nesse sentido. E com o tempo foi crescendo: eu chamei o Henrique e a Ana, aqui de Porto Alegre, depois o Eduilson, de Curitiba. Hoje, nós estamos também com a Sofia, que tá em Floripa, e por aí vai. Em visão geral, é isso.

*Atualmente, como é o dia a dia do trabalho no estúdio? Há diferenças de como foi seu dia-a-dia em outras fundições?*

Eu me orgulho bastante disso. Quando eu saí [da Dalton Maag], eu fiz questão de pensar em um estilo de estúdio que fosse realmente bom pra todo mundo. Porque eu estava no trabalho dos sonhos, mas estava frustrado. Pensei: “cara, como é possível isso?” É muito estranho isso, e era realmente o que acontecia. Muito da frustração vinha de uma falta de autonomia, de uma falta de flexibilidade. A empresa era meio rigorosa. Ela tinha crescido: quando eu comecei, a Dalton Maag tinha sete pessoas; quando eu saí, tinha 42. Nesse processo, eles estabeleceram rotinas, procedimentos... A maior parte do meu tempo era ficar convencendo as pessoas do que deveria ser feito. Então, quando eu comecei a trazer [pessoas para a Fabio Haag Type] (primeiro foi o Henrique; ele tinha a Harbor Type – ainda tem, tecnicamente), eu queria que as pessoas trabalhassem com autonomia e flexibilidade, que fossem realmente valorizadas... Então, eu comecei a fazer um esquema por horas trabalhadas. A pessoa podia escolher quantas horas ela queria trabalhar por dia. E ainda podia continuar com a sua empresa existente, porque, por exemplo, o Henrique tinha várias fontes na *foundry* dele, a Harbor Type, e não iria parar com aquilo pra trabalhar pra nós. E isso também era um ponto que na Dalton Maag a gente não podia fazer jamais, fazer uma fonte própria ou um outro projeto de outra coisa.

Então, eu pensei: “eu vou deixar essas pessoas livres e vou pagar um valor-hora bom”. Dou férias pagas, dou a participação nos lucros... 5% pra cada um deles: hoje, 25% do lucro da empresa é dividido entre a galera. Tudo isso com a ideia de que as pessoas viessem trabalhar aqui porque quisessem realmente trabalhar, o quanto quisessem trabalhar. Por exemplo, o Henrique por muito tempo fez a parte de engenharia pra um concorrente nosso, a Blackletra. Até pouco tempo, ele fazia todas as engenharias para eles... E tá tudo bem! A Ana começou a fazer algumas coisas, há uns dois anos já, pra Netflix. Falou: “Fabio, eu tenho uma oportunidade pra fazer um treco pra uma série da Netflix... Eles não tem muita verba, mas...”, e eu falei: “Tá, Ana, beleza, vai lá e faz! Quer trabalhar menos nessas semanas pra tu poder atender eles melhor?” Então, funciona. A gente tem uma flexibilidade grande.

E, também, a gente não trabalha mais do que cinco horas por dia. Isso, eles [os funcionários]... Eu às vezes trabalho até mais. Mas a ideia é que a gente não trabalhe só por trabalhar. A gente quer viver e ter uma vida calma. No fundo, nós somos uma empresa calma. Esse é o nosso... Não

dá pra dizer filosofia, mas os fundadores do Basecamp lançaram isso, que a gente tende a achar que não é possível, mas é possível sim.

Uma das coisas que a gente tem é muito foco. A gente não se distrai; a gente não tem Slack ou essas ferramentas de comunicação instantânea. A gente trabalha em *sprints* de foco. Por exemplo: a Sofia trabalha três horas por dia; o Henrique, cinco; o Eduilson, quatro. E cada um faz o seu horário, então cada um sabe quando rende melhor. Às vezes, pode ser algo como duas horas de manhã, depois vai pra academia no melhor horário e trabalha o restante das horas no fim do dia. Cada um tem o próprio [jeito]. É uma questão de biotipo, né? De corpo. Tem gente que rende de manhã, tem gente que não. Então, vamos deixar livre pra cada um trabalhar da forma que quiser.

E a gente tem um sistema bem robusto, que faz com que a gente divida todo o processo de desenvolver uma fonte, que são centenas de horas, num sistema em que todo mundo tem acesso [a todas as informações] e todo mundo sabe o que precisa fazer e quando. E, se começa a ficar vermelhinho, acende um alerta, você pensa: “vou ter que trabalhar um pouquinho mais”, ou pensa: “não...” [em casos que não são urgentes].

Então, o dia a dia é tranquilo, bem tranquilo. Todo mundo sabe o que que tem pra fazer, as expectativas. Ainda assim, é bem colaborativo. Cada etapa de design é revisada por outras duas pessoas; a gente tem reunião semanal; e eu tenho reuniões individuais com [os funcionários], também toda semana. De tempos em tempos, a gente se encontra presencialmente – eu diria umas três vezes por ano –, pra fazer algumas outras dinâmicas e curtir. Mas o dia a dia é bem tranquilo.

*Achei incrível esse jeito de coordenar. Acho que nas editoras acontece muito da gente ter que trabalhar as oito horas, mas tem dias que você não tem o que fazer, tem outros que tem muita coisa... Esse horário não funciona tanto assim. É, cara. Aí o cara tem que ficar matando tempo, inventando que tá trabalhando, fazendo de conta... Pra quê, né? Tem um outro ponto que é legal de falar, que entra mais na parte de gestão, mas talvez seja interessante pra tu saber também. O cara pode crescer aqui conosco de um designer júnior até sênior, e isso é avaliado só pela qualidade técnica do design. Ele não precisa fazer outras coisas, por exemplo: apresentações pra clientes, palestras... Geralmente, para o cara ser mais sênior, ele tem que começar a fazer atendimento, tem que se relacionar, fazer outras coisas além daquilo que fez a pessoa ser boa. A gente não tem isso, mas a gente tem o que a gente chama de “crescimento horizontal”. Há várias áreas em que cada um pode optar em fazer algo, e por quanto*

tempo quiser. Se alguém quiser fazer o atendimento a cliente, pode fazer; a gente combina e ela ganha 10% a mais no valor-hora. Se ela quiser dar palestra, ela ganha 20% a mais. Por exemplo, o Eduilson me ajuda nos meus vídeos. Ele faz a edição dos vídeos, as *motion graphics*, daí ele ganha um pouquinho a mais por isso. Então, coisas que muitas vezes a gente teria que terceirizar, a gente deixa com as pessoas aqui, internamente. Se elas tiverem a fim de fazer alguma coisa que é útil pra nós, elas podem fazer o quanto quiserem serem compensadas por isso.

*Quais são os softwares que vocês costumam usar para a produção de uma família tipográfica?*

A gente usa o Glyphs mesmo, tá todo mundo no Glyphs. Até posso perguntar pro Henrique quais softwares ele usa na engenharia: tem alguns softwares de validação do processo que eu nem sei dizer quais são. Mas de *software* a gente usa o Glyphs mesmo.

E até um aspecto bem importante do nosso processo é que a gente faz um *workshop* de alinhamento bem grande com o cliente no início: um *workshop* de duas horas, com várias pessoas – é normal ter vinte pessoas, já fizemos com trinta e poucas pessoas –, pra fazer uma série de dinâmicas que vão nos permitir entender o problema do cliente, ouvir as diversas áreas do cliente... É um trabalho quase de terapia que a gente faz. Então, se a gente fôr falar do processo de criar fonte, acaba começando mesmo numa dinâmica colaborativa com várias pessoas conversando.

*Isa perguntar justamente sobre a tipografia sob medida. Partindo desse workshop, como é o processo criativo de vocês?*

Exato, fazemos um *workshop* de alinhamento, daí a gente faz uma etapa que a gente chama de “Ideias”, onde exploramos várias ideias... Aliás, antes disso a gente faz o nosso “banco de cérebros” interno. São várias pessoas, todos os designers que têm horas pra criar as fontes, e a gente faz uma dinâmica pra gente trocar ideia e um colaborar com o outro. Disso, a gente apresenta algumas ideias pro cliente: cria só um peso, algumas letras... Depois, o cliente escolhe duas ideias e vamos pra etapa de “conceito”. A gente pega essas duas ideias que o cliente selecionou e faz outros pesos: *bold*, *thin*, versão *text*... Isso já pra ver se essas ideias ficam de pé, se ficam legais nos outros pesos também. Aí, o cliente aprova um dos conceitos e vamos pra o que a gente chama de “execução”. Aí é desenhar todos os glifos, fazer *spacing*, *kerning*... Depois, tem a engenharia, o *hinting*... E por aí vai.

A gente quebrou até as etapas de design: nós temos dezesseis etapas do nosso processo. Primeiro, tem o A-Z; depois, tem os algarismos; os

símbolos monetários; matemáticos; tem vários... Deixamos tudo bem documentado, o que é preciso fazer. O Henrique inclusive desenhou um *plugin* pro Glyphs em que a gente consegue fazer os documentos de teste pra cada etapa automaticamente. Então, quando terminamos os algarismos, a gente aperta um botão e ele gera um documento de teste, já da forma que a gente gosta de ver... E daí, outros dois designers vão revisar. É tudo bem redondinho. Tem que ser, porque é remoto, né? Por ser remoto, a gente também precisa muito de responsabilidade das pessoas; essa autonomia com responsabilidade, que a gente chama. Já tivemos pessoas que não deram certo nesse esquema de trabalho. Tem pessoas que preferem ter um chefe que fica lá, cobrando. A gente dá liberdade, mas a liberdade tem que ser com responsabilidade, então a gente mantém esse sistema bem azeitadinho.

*E em relação às fontes prontas para varejo, como é o processo criativo?*

O ponto de partida muda muito... Eu diria que a maioria das nossas fontes prontas vêm de fontes que eram ideias que clientes descartaram. Ideias que clientes descartaram que a gente olhou e pensou: “cara, essa aqui tá legal, vamos continuar”. Ái ela acaba entrando no mesmo processo que a gente usa sempre, só que sem nenhum prazo. A pessoa vai fazendo quando tem tempo, mas não tem muita diferença no processo, não.

A gente tem o que a gente chama de “composteira”, onde a gente vai largando todas as ideias que são rejeitadas. E, com o tempo, a gente vai fundindo, ali. Sempre tá cheia de coisa legal; a gente já tem muita coisa legal. [Fazer uma fonte] do início, ái é um processo mais criativo, mas, olha... Começar do zero uma fonte, ái eu nem lembro mais como é isso.

*Costumamos dividir as fontes entre as display e as de texto. Quais são algumas diferenças e semelhanças no processo de criação dessas duas formas?* De fato, tem fontes que são mais *display* e outras que são mais de texto. A gente tende a fazer fontes que sejam mais usáveis, mais versáteis, então a gente não tem muitas fontes que sejam muito *display*. E quando é mais *display*, a gente tem variações que são um pouquinho mais [de texto]. Por exemplo, a Seiva é uma que é bem *display*: tem uns *hairlines* bem fininhos, num estilo pôster. Mas ela tem um estilo *text*, que funciona em um texto corridão.

Querendo ou não, para a fonte pronta, a gente tende a pensar na fonte ir bem: ser usável, pagar as contas... (risos). Até é curioso: muitas fontes não pagam as suas contas. Por exemplo, a gente vai lançar seis, sete fontes – vão ter três que vão vender um monte e outras três que não vão

vender quase nada. É bem curioso. E é difícil prever isso. Essa é a dúvida que todo *type designer* tenta solucionar desde sempre, e não existe muita resposta. Mas, por conta disso, a gente tende a fazer fontes que não são tão *display* e preferir fontes que são... Bom, também não podemos dizer que fazemos fontes pra texto, porque pra texto ela também não vai vender muito – ela vai ficar numa coisa muito conservadora. A gente tende a focar em fontes pra marcas: a marca precisa ter alguma coisa diferente – um tempero, que seja um sotaque distinto –, que vai funcionar num *app*, que vai funcionar num texto corrido; não vai ser aquela coisa muito louca. A gente fica nesse meio do caminho entre um e outro.

*O recurso de fontes variáveis vem ganhando cada vez mais espaço no mercado. Como é a implantação desse recurso nas fontes do estúdio e como vocês veem a necessidade e a funcionalidade desse recurso para designers que usam essas fontes?*

Tecnicamente, a fonte variável como formato de fonte já existe há muitos anos. No nosso processo de design, não muda muito. A gente imaginando, por exemplo, uma família de pesos: a gente vai entregar os pesos isolados e pode entregar um formato variável, com mudança de peso por *slider*. Pra nós, não mudou praticamente nada no processo de desenvolvimento, mas ele oferece algumas possibilidades.

Eu sempre fico pensando... Eu sinto que a gente sempre teve uma série de coisas já disponíveis nas fontes que os designers em geral não sabem usar (risos). Desde sets de números tabulares ou proporcionais a três travessões diferentes, até aspas corretas, *alternates*... Eu sinto que, de forma geral, o usuário não aproveita tudo que tem na fonte. Eu vejo que muito do que tem sido feito com fontes variáveis na real não tem um impacto muito grande pro usuário... Porque, tá: agora ele pode escolher um peso entre *bold* e *semibold*, mas... Na prática, o que que isso vai mudar, né? Acho que é pouco.

Tem benefícios na parte de implementação na web, porque [o arquivo da] fonte fica mais leve em relação a diversos arquivos de peso separados, mas não muda muito. Tanto que, nas nossas fontes, a gente sempre coloca gratuitamente o formato *variable*, sem muito alarde.

*É, realmente, a gente vê isso muito na editoração. A gente pega muito as partes alternativas das fontes. Número tabular, antigo, proporcional... E, às vezes, na parte de design de propaganda, não se pensa tanto nisso.*

Vocês [da editoração] são bons nisso, né? [Na propaganda], nem um pouco, nem um pouco (risos). Uma que eu lembro de propaganda,

anúncio mesmo, é do cara colocar número tabular em preço estourado no anúncio. Aí tem o 1 com um monte de espaço em volta (risos).

*Pelo que entendi, no varejo, a fundição só oferece a licença das fontes por compra direta no site próprio. Quais os motivos para focar nesse método de distribuição e não oferecer a compra das licenças em redistribuidores como o MyFonts ou o uso das fontes por assinatura como no Adobe Fonts?*

Isso foi uma escolha que a gente fez há uns quatro anos já, de ter um modelo de licenciamento que fosse diferente. Não sei se o quanto tu tá ligado, mas a gente tem um modelo de licença que a gente não tem licença tipo *desktop*, *web*, *app*... A gente tem a licença individual, pro cara que é *freelancer*; a licença estúdio; e a licença cliente. Aí tem possibilidades bem diferentes... Com a licença cliente, o cara pode compartilhar com os fornecedores; tem várias vantagens. Porque, hoje, pra um cliente licenciar a fonte, ele [precisa informar] tantos usuários de *desktop*, tanto de tráfego na *web*, tanto de licença pra rede social – tem licença *out of home*. É super complexo.

Então, a gente tem licenças que são bem diferentes, e, pra gente ter licenças diferentes, a gente precisava sair de todos os fornecedores. Eu não posso ter no MyFonts um [tipo de licença] e, no meu site, outro. Aí a gente resolveu investir pesado num site, num sistema, e bancar: o cara que quer uma fonte nossa, é só no nosso site que ele vai achar. Não tem no MyFonts, não tem na Adobe, não tem em nenhum outro lugar.

E isso, hoje, até acho que é um diferencial. Eu consigo chegar no exterior e dizer: “olha, temos fontes que ninguém tá usando”; “a gente tem fontes que não estão *trending* por aí”, o que é legal, pessoalmente, porque a gente foca em marcas, né, em identidade visual. Então, o cara não quer uma fonte que tá todo mundo usando, uma fonte igual a de outros projetos.

Então, a gente tem feito isso. Foi uma aposta, e, por muito tempo, a gente deve ter perdido dinheiro – bastante, no início. Mas, agora, a gente conseguiu formar uma base legal e tá valendo a pena.

Aí a gente ganha 100% do valor da venda. Vendendo pelo MyFonts, eu ganharia um *royalty* de 30, 40%... Agora, a gente ganha cheio e conhece o cliente, tem o contato dele.

*Na última década, houve um crescimento enorme da Adobe Fonts, que apostou no serviço de assinatura de uma biblioteca tipográfica em vez da compra de licenças individuais. Qual a sua opinião sobre essa forma de relação comercial entre designers-distribuição-usuários?*

Acho que funciona muito bem, resolve muitos problemas. O usuário tá pensando na praticidade, na comodidade. É muito fácil o cara puxar ali

no menu. “Cara, não preciso me preocupar com licença? Po, isso é ouro”. Eu vejo que tá tudo certo. Tanto que esse caminho nosso é mais arriscado, é uma lógica meio de butique. Vamos vender bem menos quantidade, mas podemos cobrar mais caro e eventualmente ter [lucro]. Nós não dependemos de uma massa grande de uso. E, também, acho que sempre as empresas vão querer coisas diferentes, sabe? Sempre vão. Por melhor que seja o Adobe Fonts, eu acho que muitos designers mais maduros vão querer buscar coisas diferentes. Por isso, eu não me preocupo muito com isso.

*Em linhas gerais, qual é a fonte mais importante de rendimento para a fundição, as fontes para varejo ou sob medida?*

As sob medida. Elas são 75% do faturamento. E o nosso sonho é aumentar a receita das fontes prontas, né? Depender menos de clientes, pra gente continuar sendo uma empresa calma (risos). Os serviços, querendo ou não, exigem que a gente faça reuniões, tenha um cliente, tem toda essa... É bem legal, a gente tem uns clientes maravilhosos, mas o sonho é poder aumentar a venda de fontes prontas e ficar mais [tranquilos]. A gente não quer crescer. Por exemplo, não quero contratar mais ninguém. Não, tá ótimo assim (risos). Então, faz sentido focar na receita de fontes prontas.

*A pandemia afetou a Fabio Haag Type? Se sim, como? E hoje, no pós-pandemia, há diferenças em relação ao pré-pandemia no quesito de compras e uso das fontes ou serviços do estúdio?*

A gente sempre foi remoto assim, então isso não mudou: não teve nenhuma diferença quanto à nossa forma de trabalhar. E até lembro que, no começo – acho que foi 2020 a pandemia, é... 2020, foi –, 2020 e 2021 foram anos bons – inclusive, foram anos bem-bons. 2022 que a gente teve prejuízo, o primeiro prejuízo na história da empresa. A gente tem sete anos (agora, mês que vem [outubro de 2024]), a gente vai fazer oito anos), e a gente foi: cresceu, cresceu, cresceu, e aí 2022 foi um ano em que caiu. Mas foi curioso, porque na pandemia teve muito [trabalho] – foram anos bem-bons, inclusive. Não sei se tem a ver com a digitalização de vários negócios, mas é, foi isso. Mas nossa forma de trabalhar não mudou nada, todo mundo continuava de casa. Foi bom poder estar assim, né?

*Você já pôde atuar no mercado internacional de design de tipos, na fundição Dalton Maag. Na sua opinião, qual ou quais são as principais diferenças entre criar tipos no exterior e criar tipos no Brasil?*

Não, cara, eu vejo que a gente tem inclusive uma certa... Uma criatividade maior. A gente consegue quebrar regras de forma mais fácil do

que eles, pelo menos na Europa. E esse era um *feedback* que, inclusive, o Bruno Maag tinha me dado quando eu tava começando a trabalhar lá [na Dalton Maag]. Ele disse que eu conseguia fazer umas coisas que eles não pensavam, que eram consideradas erradas... Eu disse: "Cara, pra nós aqui, sul-americanos, a gente não tá nem aí pra regras" (risos). E isso acabava virando uma vantagem competitiva: a gente consegue fazer umas coisas que eles nem pensariam, porque são muito dentro dum quadradinho. Então, eu acho que a gente tem uma coisa bem de "latino-américa", essa coisa mais quente, mais colorida, mais criativa, acho que tem um quê aí. Cada pessoa é muito diferente, não dá pra generalizar muito, mas acho que esse é um traço. A gente tem uma facilidade para quebrar as regras maior do que eles.

*Sobre o mercado nacional, como você vê o uso das suas fontes por designers brasileiros? Usam mais, menos ou tanto quanto designers do exterior?*

Certamente tem mais no Brasil. A gente já vendeu mais pro Brasil do que pro exterior. Mas a gente tem vários clientes no exterior – inclusive, a gente criou um novo perfil que chama Fonts for Branding, que é nosso perfil focado em conteúdo para o exterior. Então tem Instagram e LinkedIn desse Fonts for Branding, e lá a gente tá consolidando para tentar aumentar a venda no exterior, especificamente. No Brasil, o pessoal já nos conhece bastante. Não sei te dizer números exatos, teria que puxar isso, mas, que a gente tem, por exemplo, é indicadores de downloads de fontes de teste. Dá pra dizer que, deixa eu pegar aqui... Nesse ano, em média, a gente tem 173 pessoas [brasileiras] baixando as nossas fontes todos os meses para testar, e – ah! Do exterior, 203 esse ano, todos os meses. No ano passado, eram 68 por mês no exterior e 131 no Brasil. É, tem dado certo esse [ano]... Mas é isso, a gente tenta focar no exterior porque, também, o mundo é muito maior, e o fato da gente ser uma empresa pequena, a gente tem um espaço pra crescer bastante e os caras nos descobrirem aos poucos. Então, estamos investindo bastante nisso. E eu também não gosto de ficar competindo aqui com os meus concorrentes, né? Pô, adoro o Rodrigo Saiani [da Plau], tipo assim, cara, é tão chato ter que ficar [competindo]... O mercado é pequeno, então vamos ir pro outro lado, tem o mundo inteiro aí. Tento pensar nisso também.

*Por fim, como você entende o cenário do design de tipos no Brasil hoje?*

Cresceu muito, cresceu muito. E é um fenômeno que a gente tem visto no mundo inteiro, inclusive: um conhecimento que antes era restrito, era bem difícil, até os softwares eram bem mais burocráticos, pro cara

aprender fonte, era complicado... E isso foi se popularizando, a gente começou a ter livros em português sobre design de fontes, de tipografia, [foi] ficando mais acessível... E eu acho que tudo isso foi tornando mais fácil assim o conhecimento de design tipográfico, embora exista um... Deve ter quem compita conosco. Por exemplo, por esses clientes grandes, são umas três: é a Plau e a Blackletra, praticamente. Não tem outro *player*. A gente não vê, por exemplo, em questão de um, dois anos... Até porque ninguém aprende a fazer fonte em um, dois anos: é uma jornada de muito tempo pra chegar ali. Então, eu vejo que a gente tem uma galera nova em ebullição, incrível, ali, que tá se organizando, fazendo umas coisas meio malucas às vezes e tal, que vai, daqui a alguns anos, amadurecer e também mostrar um trabalho de grande qualidade. Mas não é rápido isso. Eu acho que até uma coisa intrínseca a essa profissão nossa, que é difícil porque não tem um curso que o cara vai fazer e vai aprender a desenhar. Não é um livro, nem... Sabe? É um ato de praticar e testar, e fazer, e ir errando, e refinando, depois fazendo uma próxima, e olha outra, e já volta, e corrige... É uma questão que leva tempo mesmo. Mas está bem melhor, e ainda bem (risos).



# Anexo 4

## Entrevista com Caio Kondo<sup>1</sup>

[A entrevista começou com uma conversa sobre a inspiração para o TCC e o cenário de design de tipos brasileiro atualmente.]

*Pouca gente fala ou pesquisa sobre o design brasileiro de tipos, não é?*

Nossa, sim. Acho que como tem poucos cursos de tipografia no Brasil, se eu não me engano agora o do Senac fechou, faz alguns anos na verdade. A pós-graduação do Senac em Tipografia acabou porque não fechava turma. Ou tem pouco interesse em desenvolver fontes. Quem normalmente gosta de tipografia vai pra caligrafia, ou pro *lettering*, e acaba não entrando tão a fundo na fonte em si. Porque realmente, *typeface*, pra poder fazer uma fonte dá um certo trabalho, tem que ter muito conhecimento, tem que ter muito tempo de tela, tentando fazer as coisas. Eu acho que é muito difícil você engrenar nesse meio, porque é muito escasso a informação. Eu tive que procurar por meus próprios meios. Pela internet, você até encontra, mas é muito mais difícil você ficar pesquisando e não receber essa informação diretamente da universidade. Eu não sei se outras universidades agora começam a oferecer matérias específicas de *typeface* design. Eu comecei a minha faculdade em 2014 na UFG e eu tive um professor que ele era muito entusiasta de tipografia, daí naquela época, 2014, tinha um programa que era o FontLab 5. Ele era muito, muito feio. A interface toda zoada (risos). Parecia Microsoft 98, sabe? Daí ele pediu pra fazer um exercício que era pegar uma fonte já conhecida e desenvolver uma letra que não era

1. Entrevista concedida via videoconferência em 7 out. 2024.

conhecida. Era um grafismo, você nem sabia o fonema daquilo, era inventar um grafismo pra ele encaixar naquele sistema. E esse grafismo tinha que ser visualmente parecido e coerente com o restante, sabe? Só que eu tive uma facilidade, que era a Helvetica (risos). Puxei uma reta ali, outra aqui (risos). Daí ele aprofundou mais ainda e pediu pra gente desenhar uma fonte. No projeto final dessa aí tipo assim eu desenvolvi uma fonte muito parecida com a Helvetica, meio copiando até, meio “ah, vou fazer como que o designer fez no original”. Peguei mais ou menos que uma cópia. Mas eu comecei a pegar gosto pela coisa, sabe? Quando eu exportei e pude usar meu próprio arquivo... Pô, achei animal, sabe? E era uma coisa que impressionava bastante também, você tava fazendo uma coisa que ninguém fazia. Daí eu fui correndo atrás dessas coisas, pra poder entender melhor a tipografia. Só que realmente, daí parou por ali, não tinha conhecimento, ou talvez as pessoas não tinham interesse de ingressar com isso, porque po, só eu numa turma de quarenta pessoas ficou interessado.

*A tese da Luísa Falcão Soares Cunha levantou que só há nove disciplinas de criação tipográfica nas universidades públicas brasileiras.*

É muito pouco, muito pouco mesmo. Porque o aluno que entra no Design Gráfico tem interesse muito em ilustração, *branding*, que são as coisas mais chamativas. E que talvez são mais rápidas de serem feitas e também são as que tem mais demanda. Os cursos que eu tava pensando em fazer um curso agora, porque eu sou completamente autodidata, as coisas que eu aprendi de tipografia foi vendo curso fazendo curso ou pegando na internet mesmo. E normalmente são em idiomas que não é o português, então é uma coisa mais escassa ainda. Principalmente não é uma coisa tão popular, por causa disso. E eu tô penando muito pra aprender tipografia japonesa, sabe?

*Que é algo que eu quero conversar com você sobre, inclusive.*

Opa. E eu só fui falando, você deve ter um monte de pergunta (risos).

*Imagina! Tenho perguntas sim, mas fique tranquilo, vamos conversando normalmente. Faça uma breve apresentação sobre você: de onde é e um resumo da trajetória dos seus estudos e carreira profissional no design, com ênfase no estudo e trabalho com design de tipos.*

Eu entrei na universidade em 2014 e como eu tava falando, fiz essa matéria de tipografia que foi encabeçada pelo professor Wagner Bandeira. Ele tinha já uma fundagem muito grande de tipografia porque ele fez

faculdade de desenho industrial na UFRJ, se eu não me engano, e ele tinha um professor que ensinou bastante coisa de tipografia para ele. Eu não lembro o nome do professor, mas acho que ele chegou a ser um *type designer*. Então isso foi uma base legal, e ele passou esse conhecimento pra gente, o que foi muito legal. A minha sala, somente eu, até no curso inteiro, somente eu comecei a trabalhar com tipografia de verdade, porque é realmente muito difícil se inserir nesse mercado, porque antigamente, 2014, não tinha tanto conhecimento das *foundries* que tinham no Brasil, e já existiam *foundries* no Brasil. Realmente, o *type designer* trabalhava vendendo fontes pra varejo. Então ele fazia uma fonte aqui e ele lançava no MyFonts, que é uma plataforma muito mais antiga. Então não tinha demandas comerciais pro mercado brasileiro em si. Foi surgir com o Fabio Haag, a Plau, eles começaram a popularizar a tipografia, e as pessoas começaram a pensar “ah, interessante, a gente pode começar a agregar tipografia na nossa empresa, a gente pode deixar de pagar uma licença que a gente paga agora, que é cara pra caramba, pra uma empresa gringa que não tem nada a ver com a nossa cara...” eles começaram a popularizar bastante. e eu comecei a ver esse conteúdo da Plau também, e isso me animou bastante. Tinha uns nomes bem relevantes na época que eu lembro. O dooType [Eduilson Coan], que agora tá trabalhando na Fabio Haag também. Nossa, tanta gente trabalhando na Fabio Haag agora que me dá até branco (risos). Mas Eu comecei a ver esse conteúdo e pensei “vou começar a pesquisar mais sobre tipografia”, e comecei a pegar ali uns livros da Estereográfica, que era o conteúdo que eu tinha mais perto de mim naquela época, que são uns caras de Brasília que fazem as traduções de alguns livros gringos, e me abriu muito a cabeça, sabe? Tem um livro clássico deles que é o *Do Esboço à Tela*. Esse livro é fundamental pra qualquer pessoa que quer começar a desenhar tipos. E também *Elementos do Estilo Tipográfico*. Esse talvez seja não tão específico pra type design, mas ele é muito fundamental também. E, se eu não me engano, acho que foi naquela época que começaram a falar do *Designing Type* da Karen Cheng. Aí eu precisava desse livro, mas no eBay tava 500 pila, sabe? 500 pila naquela época era grana, hein. Daí eu demorei um tempão pra adquirir o livro. Mas acho que em 2019 eu consegui comprar, e foi aí que eu comecei a desenhar realmente, a entender realmente como que funcionava as curvas, como que tem que ser feita cada letra, a proporção, e nisso em 2019 mesmo eu entrei no estúdio de design lá de Goiânia, que é a Br/bauen. Daí eu comecei, eu tinha muita cara de pau, falava “nossa, eu faço fontes”... Mas foi algo que fiz só pro meu TCC, que eu fiz com um amigo meu uma fonte pra um livro que ele escreveu, o

livro ficou super animal, mas tinha muitos erros de tipografia, e eu tentava meio que mascarar. Tinha um *n* que faltava e eu fiz uma super gambiarra pra mascarar. O FontLab tinha um pau que dava, eu acho que era por causa do meu FontLab, que era pirateado na época (risos). Daí ele faltava um *n* no sistema, e eu tentava meio que mascarar. Aí eu fiz uma outra letra e ia trocando manualmente todos os *n* pra ficar no lugar (risos). Uma parada absurda. Daí eu falei “não, eu desenho fontes!” e eu comecei a ver que não tinha só o FontLab, mas tinha o Glyphs. O Glyphs é um software muito legal, e os desenvolvedores tem uma preocupação gigantesca com ensino de tipografia também, então tem muito tutorial que eles mostram como que utiliza o programa, como que você pode aprimorar o conhecimento que você tem em tipografia e fazer aquilo lá no programa acontecer. daí tem sistema de *alternates*, você vai começando a ver vários recursos bem legais que dá pra acrescentar na fonte, não é desenhar os caracteres básicos. Tem muitas outras coisas que você consegue fazer no sistema. Então a fonte se torna uma fonte rica de letras. E eu comecei a usar o Glyphs, e nesse primeiro projeto que eu sugeri que o estúdio fizesse uma fonte, eu utilizei esse programa e nesse programa mesmo tinha um recurso muito legal que você fazia uma combinação de letras, fazia com que a palavra trocasse pelo próprio logo do cliente. O cara achou um máximo, um absurdo. Só pelo fato de ter uma fonte com o nome da empresa do cliente, o cliente se amarrou bastante. Depois disso, eu fui meio que tendo confiança também, pq eu inscrevi essa fonte em algumas premiações e foi selecionada. Isso deu um ânimo bastante pra continuar. Acabou que o estúdio começou a pegar essas demandas de tipografia, só que eu ainda fazia trabalhos de editorial, fazia *branding*... Não era só tipografia que surgia, então eu tinha que mexer com essas coisas. E comecei a ficar de saco cheio, queria tipografia mesmo, era apaixonado. Só queria mexer com *type* naquele momento. E eu já tava naquele momento, em 2019, com a ideia de começar a estudar tipografia japonesa, porque eu tenho ascendência japonesa, e eu tava fazendo aula de japonês, e é absurdo a quantidade de estilos legais que os japoneses fazem. É um outro tipo de universo, é uma construção diferente... São outros recursos que você tem que conhecer também, que vão deixando as coisas mais complexas. E realmente, tipografia japonesa é muito mais complexo. O sistema de escrita deles é bem caótico, sabe? Não é somente você às vezes pegar um teclado e escrever uma palavra. Tem muitas maneiras de você acessar os *kanjis*, *hiraganas*, *katakanas*. Eu tava começando a ver isso e fiquei encantado, queria muito fazer isso. Então eu acabei saindo do estúdio, por causa desse motivo, queria focar em

tipografia, e tentar a vida como tipógrafo. Daí eu saí de Goiânia e fui pra Campinas, porque Campinas era mais barato do que São Paulo e tava bem próximo, se eu quisesse fazer algum curso, e minha irmã também morava lá naquele momento. Dai eu comecei a tentar a vida como tipógrafo e fiz a Inari Type, que é uma *foundry* que é super pequena ainda, somente eu. Eu sou a pessoa responsável pela contabilidade, inclusive eu tenho que fechar o mês agora (risos). E pelo *marketing*, por tudo. A *foundry* de um homem só. E isso é meio foda, eu gostaria de ampliar mais a *foundry* pra ter mais pessoas comigo, mas eu comecei bem pequeno mesmo, e no primeiro momento eu fiz duas tipografias, que eu coloquei no meu site, começaram a vender, só que é muito difícil realmente você depender de poucas fontes no começo, porque você não é conhecido, você tem poucas fontes pra ofertar, e você é uma pessoa só e ainda tem que fazer tudo. Eu tenho a sorte de conhecer algumas pessoas que trabalham com Design aqui em São Paulo, de algumas agências e estúdios, daí eles começaram a passar trabalho pra mim. Alguns não rolavam, né, eu não tinha o cacoete de mercado na época, eu não era conhecido. As pessoas me viam mais como um garoto entusiasta do que realmente um profissional, porque o que eu tinha era muito pouco. Então esse começo é bem desafiador, você tem que criar um portfólio. Mas o bom da tipografia é que você autocomeçar um projeto e deixar ele rentável. Eu vejo muito as pessoas fazerem projetos de *branding* que são mais *concept*, só que eles não são aplicáveis, não podem ser vendidos, mas a tipografia permite isso. Você pode autoiniciar uma tipografia e tentar vender. Se você vai conseguir grana com isso, são outros quinhentos, mas é interessante que a fonte é bem modular, você consegue tirar vários proveitos dela, pode vender pra um cliente ou pode vender pra uma cé pode autoiniciar um projeto e deixar ele rentável. Eu vejo muitas pessoas fazendo projetos de outra *type foundry*, ou pode vender numa plataforma *x, y*. E eu comecei a entender isso e me juntei a uma outra *type foundry* que é maior do que eu. A Pangram hoje é uma das maiores na internet, que não seja da Monotype, que monopolizou todo o mercado. Então eu tive o privilégio de fazer parte do time da Pangram, e isso me deixou confortável pra poder desenhar hoje. Hoje, eu passo três a oito meses trabalhando num projeto e vou me sustentando ainda com o que já vai vendendo, dos royalties que eu vou ganhando das vendas das fontes passadas. Mas pra começar e engrenar de verdade, demora um tempo. Surgiram também fontes comerciais, eu comecei a fazer fontes focadas mais no Brasil, porque realmente o mercado brasileiro ainda carece um pouco. Eu acho que tem muitas *foundries* que podem ofertar isso, mas eles atendem mais grandes

clientes no geral, tipo a Fabio Haag vai trabalhar com o Bradesco, vai trabalhar com empresas gigantescas, e tem empresas menores que podem me procurar que eu vou fazer uma tipografia também, sabe? às vezes até projetos menos engessados, porque eu gosto muito de fazer uma fonte *display* que seja legal, que tenha um visual bacana e que seja completamente diferente, que permita adicionar recursos diferentes. Como eu sou uma pessoa que comecei a trabalhar com também a desenhar fontes japonesas, eu vi que tem aplicações dos sistema japonês que pode ser utilizado em fontes latinas. Muitos caracteres japoneses podem ser aplicados, como os números circulados, são umas coisas são alguns caracteres que já são amplamente utilizados no latim que são os japoneses, na verdade é essa. Tem outros caracteres que tão começando a surgir, como pro latim que antes não eram. Tantas pessoas utilizaram esses caracteres legais pelas próprias fontes, e isso começou a padronizar, e o mercado agora tá usando caracteres de outras línguas, isso eu acho uma coisa muito legal. Como as pessoas utilizam isso na prática é mais complicado, você não tem nenhum atalho no teclado, pelo menos a gente do Ocidente, o nosso teclado não permite acessar esses caracteres mais diferentes, mas tem um mapa de caracteres do *software* né, do Adobe pelo menos, Illustrator, você consegue acessar aquilo. Não sei se no Figma tem um mapa de caracteres, mas acho que provavelmente tenha. Então eu acho que tá meio que globalizando também a produção de fontes. Você consegue ver como uma pessoa da Ásia tá fazendo, e isso é uma coisa legal também, eu sigo alguns perfis de pessoas que produzem tipografia japonesa que eles às vezes fazem aqueles *posts* educacionais, tipo como fazer, sabe? Isso é bem interessante. Tem também a facilidade de você ver também as palestras da ATypI, que rolou em Tóquio. É muito maneiro. Que às vezes tem tradução, né? Eu não sou fluente em japonês, eu até parei minhas aulas, pretendo continuar, mas eu gosto bastante de japonês, mas eu não consigo ainda entender o que as pessoas falam, porque são coisas, muito complexas, uma linguagem muito complexa, e principalmente escrever. Se você vai escrever qualquer coisa em japonês, você usa os caracteres, se no começo você usa os caracteres silábicos, que é o *hiragana* e o *katakana*, mas você não consegue ler *kanjis*, e esses livros japoneses, tem a Morisawa, que é uma *type foundry* japonesa muito grande lá no Japão, e eles tem alguns livros publicados e eu tenho esses livros, só que não consigo entender nada (risos). Só tem *kanji* naquilo, e quando você tem um nível de escolaridade muito básico, você não consegue. Até consegue uns *kanjis* básicos, mas o nível que você precisa pra ler um livro japonês é muito difícil. Tem que ter anos e anos de japonês. Acho que

você tem que morar até no Japão pra tentar (risos). Enfim, eu tenho esses livros, acaba que eu vejo alguma consulta com o tradutor do celular, ou alguém publica num blog, tem uma francesa também, esqueci o nome dela, sou muito rui de lembrar nome, mas ela faz tradução, ela sabe japonês, e ela é focada em tipografia japonesa e dá pra ver muita coisa no blog dela. Ou seja, tá começando, mas tá começando a se popularizar. Tá surgiendo “Plaus” de tipografia japonesa por aí (risos).

*A fundição, por enquanto, tem quatro fontes lançadas. Conte um pouco do processo criativo de cada uma delas e o que guia a sua criação tipográfica de maneira geral.*

A fonte que eu comecei foi a Mori que a Inari Type fez, depois eu tirei do meu catálogo, mas a Mori é uma fonte que eu comecei a pensar muito sobre ela comercialmente, em como que eu poderia comercializar uma fonte. A Mori tem uma referência muito clara com as neogrotescas mais famosas, então eu queria estabelecer uma tipografia que fosse comercialmente viável e que eu pudesse adicionar alguma personalidade. Ela tem uns acentos muitos grandes, esse é o diferencial dela. E eu pensei no público que utiliza esses acentos. Em inglês é limitadíssimo em relação a acentos, se eu não me engano não tem nenhum. Então as pessoas que compram realmente fontes são mais pessoas que são dos Estados Unidos, mas tem também o público europeu, que tem vários acentos diferentes, e eu pensei muito nesse público, pra tentar fazer uma coisa diferente pra essa galera, e que pudesse ser uma referência clara a uma coisa mais neutra comercial ao mesmo tempo. Pra que ela fosse um pau pra toda obra. Que a pessoa utilize tanto pra um projeto mega com uma personalidade muito grande, até pra quando precisa de uma fonte invisível. Do processo dela, basicamente é isso.

A Eiko é a fonte que eu mais trabalhei em questão de pensar no processo, em como ela poderia ser visualmente, e ela tem uma referência muito clara a tipografia japonesa, eu tava pesquisando muito um estilo chamado *minsho*, que é um estilo japonês clássico. Mas quando eu comecei a desenhar a Eiko, ela sempre começa como um desenho aleatório no rascunho. Abro o Glyphs, começo desenhando qualquer coisa, e aquilo que sai eu vou tentando remodelar. A Eiko surgiu como uma coisa quando eu tava indo pra outra coisa diferente e no final é isso que surgiu, que tá aí agora. Mas no começo ela era completamente diferente e era muito mais cursiva. Daí eu tentei estudar, pegar o alfabeto japonês e fazer com que o alfabeto japonês ficasse no estilo dela. Daí ficou uma coisa meio cursiva, e eu achava muito elegante, até eu conversar com um japonês nativo.

Mostrei esse primeiro rascunho da Eiko pra ele e ele falou “poxa, cara, isso aqui tá parecendo coisa muito retrô”. Porque lembrava os hiraganas mais antigos, de fachadas comerciais. Daí, eu falei: “putz, não é isso que eu quero”. Eu quero fazer uma coisa meio chique, não uma coisa retrô, meio zoada. Então eu vou ter que estudar a fundo os estilos, e surgiu o minsho, que realmente é um estilo muito legal de fonte japonesa, só que eu precisava fazer a tradução visual pro latim. Aí eu primeiro desenhei a fonte japonesa, pra ter certeza que é essa a personalidade que eu quero passar, aí tentar fazer o latim visualmente depois, pra tentar agradar tanto os japoneses quanto aqui no Ocidente. Daí eu comecei a realmente perceber que você precisa construir uma ponte entre esses dois sistemas. Essa ponte pode ser meio capenga, ou você pode construir uma ponte sólida pra esses dois públicos. Os públicos precisam ver a mesma fonte, sentir o mesmo *feeling*, a mesma personalidade dos dois sistemas. E isso foi um baita estudo pra mim. Teve fontes que eu fiz um japonês bem legal, mas não ficava agradável pro japonês, aí acabei tirando da minha lista. Ou fontes que eu achava que o japonês era fraco e eles falavam “nossa, é muito legal isso”. Então é muito na base da consulta e também do próprio empirismo, fazer coisas, às vezes a gente tem um olhar tipo “nossa, esses caracteres japoneses aqui, todo trabalhado no pincel, muito legal”, mas pra eles é um porre isso pra eles já (risos). É muito chato. Daí fui entender mais conversando com outras pessoas. Falei “não, então não quero fazer nada que possa parecer chato demais”, sabe. Enfim, eu não tinha prática da caligrafia japonesa, quando você começa a ver muito uma coisa, você começa a entender as nuances daquilo. Tem muita variação de estilo, pequenos detalhes, como tem as serifas do latim, você tem as serifas old style, ou as mais quadradas, as egípcias, tem serifa de qualquer jeito hoje. Acontece a mesma coisa no japonês, daí eu precisei entender. Se eu fizer um estilo aqui e colocar uma serifa desse jeito, ou até uma terminal que não combine com essa serifa, aí pode ficar estranho, do mesmo jeito que pode ficar estranho no latim também. Agora, se eu simplesmente jogar só no japonês e não jogar no latim, fica bizaríssimo (risos). É muito complexo por causa disso. Além de atender o seu próprio sistema, você tem que atender o sistema de uma língua que você não é nativo. Isso pode ser contornado se você vir a ver muita coisa, ter um repertório visual muito grande, e eu tentei buscar o máximo de literatura, o máximo de referências visuais também, não somente ficar na parte teórica, mas também desenhar e mandar pras outras pessoas, buscar entender realmente o que que pode ser legal ou feio ou chato... Entender os conceitos básicos e qual que é a sensação que aquilo passa pra todo mundo, sabe? E não

somente fazer uma tipografia japonesa porque eu acho maneiro. Que é o que mais pessoas eu vejo muita pessoa utilizando a Noto japonesa (risos) só porque tá lá acessível, e acabam utilizando em qualquer coisa (risos). De fato, as fontes japonesas são muito inacessíveis, isso é verdade. Você não consegue ter uma acessar uma fonte às vezes muitas delas tem o nome em japonês, tem uma maneira de você fazer com que a tradução do nome fique em japonês e em inglês, por exemplo, mas muitas pessoas não conhecem esse recurso e só exportam elas em japonês, daí você nunca vai encontrar ela na sua vida. Ou elas só estão acessíveis nas plataformas da Morisawa, que não tem em inglês, ou você não pode comprar, ou às vezes você nem entende nada e precisa colocar o tradutor forçado do navegador pra tentar entender ali alguma coisa. Mas uma coisa legal é que tem fontes abertas japonesas que você pode estudar o recurso delas, pode tentar entender, eu fiz muito isso quando eu tava desenhando a Eiko, eu abri realmente a fonte, fiz uma engenharia reversa daquilo que eles estavam fazendo, entender como que funcionava a verticalização da escrita, que eles também tem a verticalização da escrita. Tá se perdendo muito por causa do que o celular você não precisa fazer isso, era mais em jornal que acontecia a verticalização, mas pra tentar fazer esse recurso eu penei bastante. Deu muita dor de cabeça fazer *kerning* vertical, é terrível. *Kerning* horizontal já é ruim, imagina vertical. E não tem uma maneira de você exportar o *kerning* e passar tudo aquilo pro vertical, você tem que fazer *kerning* por *kerning* de novo, é um trabalho infernal. Eu acho que eu nunca mais faço uma fonte tão extensa como eu fiz a Eiko, que no final deu 1600 caracteres. Multiplica isso por três pesos diferentes, o Thin, Medium e o mais Bold, e também vezes dois, por causa do itálico. Então é muita coisa que tem que ser feita. E naquele momento, eu não tinha vendido nenhuma fonte pra Pangram. Era uma época pós-pandemia, todo mundo vivendo naquela incerteza desgraçada, empresas fechando, mas aconteceu que também as empresas viram que aquele momento poderia ser bom pra mudar a marca. Então surgiram alguns projetos customizados pra mim naquela época, e eu tentava levar a Eiko sem ganhar nada naquele momento.

*Já no alfabeto latino, há vários glifos de outras línguas, como o islandês e o finlandês, que já não conhecemos por não aparecerem no português. Se no nosso próprio alfabeto já temos essa diferença, desenhar tipos de outros alfabetos deve ser mais complexo ainda.*

É muito riquíssimo você tentar entender como funciona um sistema diferente – um sistema que você nem entende, mas quer desenhar. Eu

encorajo as pessoas a desenharem sistemas que elas não entendem, porque você começa de baixo, né? É uma coisa que você só consegue fazer com tempo de tela. O latim mesmo, você entende mas você tem que desenhar, né? E você só vai melhorar se você conseguir desenhar muito. Você tem que ter anos e anos de desenho pra começar a entender e pensar: “nossa, o que eu tava fazendo era feio”, ou “o que eu tava fazendo era bonito”. É pura prática. Seu olho tem que estar viciado em encontrar erros. Eu acho que quando você faz tipografia, você faz erros, o tempo todo. Agora, ser bom tipógrafo é quando você consegue ver esses erros e melhorar. A cada fonte que eu faço, eu odeio cada uma (risos). Porque depois eu vejo que errei muita coisa ali, sabe? Aí você fica naquela angústia... Pensa: “pô, a pessoa tinha que usar essa ordenação de palavras? Tem um *kerning* horrível...” (risos). Criação que você vê preto no branco, que é aquilo, é a forma mais pura possível, não tem como melhorar, que você vai ver num fundo branco e achar bonito... Aí é muito difícil, não tem distração, não tem cor (risos).

*Falamos da Mori e da Eiko. Rapidamente, pode falar da Air e da Nikkei?*  
A Air foi uma demanda que o Mat Desjardins, o dono da Pangram, me passou, que ele já tinha um desenho básico já feito e só queria que eu expandisse a fonte. Eu tenho uma boa relação com ele, daí às vezes ele me passa algum trabalho pra eu fazer, algo que ele mesmo desenha e eu vou expandir. Esse trabalho me deu uma dor de cabeça gigantesca porque eu não sabia alguns *plugins* que hoje eu sei. Tinha uma versão que era mono que eu tinha que fazer e que deu muita dor de cabeça. Por incrível que pareça, a mono também dá muito trabalho. Não é somente fazer uma versão dela sem *kerning* ou sem *tracking*, sem nada, limitar os espaços... É você mudar ela para encaixar num espaço que pode ser muito pequeno ou muito grande, e fazer com que essas letras conversem, que nenhuma sobressaia mais do que a outra, ou que quando sobressair você entender que aquele é o comportamento natural daquela letra, que ela realmente vai sobressair. Você entender isso também é difícil. às vezes você tenta lutar contra isso, deixar a letra o mais fino possível pra ela não saltar tanto, mas que ela acaba sumindo quando você coloca ela num *display*, num tamanho muito grande. Então, você tem que fazer uma compensação de peso absurda, é trabalhar seu olho de uma maneira surreal. Assim como o japonês, que nesse sentido é surreal também. Nem comentei, mas tem uma hierarquia de peso, o latim é mais pesado do que as fontes japonesas e vai descendo conforme o *hiragana*, *katakana* e depois *kanji*. É no *kanji* que é complicadíssimo. Daí *kanji* tem n

formas, até as mais escuras até as mais claras. Enfim, a Air foi esse projeto, que teve essa demanda.

A Nikkei já é a fonte que eu tenho bastante carinho, uma fonte que desenhei em conjunto com a Satsuki Arakaki e também com a Laís Ikoma, do Estúdio Polar. Não sei se você conhece, é um estúdio super legal aqui de São Paulo. Foram meses trabalhando numa pesquisa legal, num levantamento histórico da imigração japonesa pro Brasil, tanto as duas ondas de imigração, e a imigração para outros países latinos, outros países da América do Sul, quer dizer, como a Argentina e Peru. Daí eu desenhei alguns caracteres bem diferentes, só que eu não desenhei o japonês, porque o foco mesmo tava na escrita para descendentes de japoneses. Muito da fala mesmo foi se perdendo, sabe? E o japonês naquele momento seria bem complicado de fazer (risos). Eu tô tendo vontade, mas poxa, é muito trabalho, não tenho tanto ânimo quanto eu tenho mais com a Eiko, hoje em dia (risos). Esses tempos eu tô finalizando uma fonte que vai ter japonês, mas eu não vou fazer *kanji* dessa vez, só o *hiragana* e *katakana*, porque são alfabetos mais fáceis. Daí no projeto da Nikkei eu fiquei responsável por desenvolver a tipografia, ver aquele estudo e traduzir aquilo pra formas. Nossas referências foram bastantes fotos de época, fotos tiradas dos japoneses que vieram pra cá. Tem muito arquivo disso graças a um fotógrafo que registrou todos esses navios, o cara tirava foto de tudo. Acabou que a gente tem bastante material a partir disso. A gente notou que tinha uma combinação específica, que era uma fonte grotesca combinada com um estilo mais antigo de japonês, daí ficou interessante, que essa fonte parece rudimentar, foi feita sendo pintada em um navio mesmo, sabe, de rolinho. E tem uma variação de contraste também leve, contraste invertido. Até fiz uma variação da tipografia a partir disso. Hoje a Nikkei tem quatro famílias diferentes, a Nikkei Maru... Porque a gente foi pegando muita referência, muitas fotos de época, e tem muita coisa que dá pra ser utilizada. A Nikkei Maru é uma referência mais clara a uma coisa mais tocada no estilo mais atual, já era pra retratar mais o *nikkei* hoje. Nikkei Pacific é referência às fontes desse trânsito intercontinental, que daí pegava referência de um navio, assim como a Nikkei Line, que era outra variação de navios que tinha, que também tinha um estilo diferente, com contraste invertido, e a Nikkei... Qual que era a outra mesmo? Pera aí (risos). Journal! Dos jornais dos imigrantes, que daí quando eles chegaram, daí eles tinham os próprios jornais que passavam notícias do que tava acontecendo no Japão, que aí tem um caráter mais de vamos ver o que tinha num jornal nessa época. Daí tinha aqueles cortes verticais, uma

pegada mais de jornal. É uma fonte que rendeu muita coisa pra gente. Até hoje, eu recebo muita mensagem da comunidade asiática, bastante *nikkei* vem falar comigo, que utilizou a fonte em alguns projetos que são mais focados em cultura japonesa aqui no Brasil. Teve um retorno significativo com a comunidade. Algumas pessoas até de fora, até Estados Unidos falaram; “nossa, eu também sou *nikkei*, baixei sua fonte...” Cara, é muito massa isso. Ver que as pessoas se identificam com o seu trabalho, você não fez apenas mais uma fonte pro mundo, fez uma coisa legal, diferente. E nisso, a Nikkei é incrível, sabe? Teve vários usos, eu ainda nem publiquei, pretendo publicar no Instagram, mas mando muito mal no Instagram (risos). Queria ter uma rotina de publicação maior, mas eu tenho muita preguiça. Quando você começa a estudar bastante, focar alguma coisa, trabalhar, Instagram começa a atrapalhar demais, né? Daí é o seu trabalho, eu faço fonte, não consigo ficar mexendo no Instagram. Vou ficar o dia inteiro lá, aquele negócio é viciante (risos). Ainda mais que tem muita fonte legal, as *type foundries* começaram a ver o Instagram como o portfólio delas, então, meu Deus do céu... Se eu abrir agora, vai ter muita coisa legal, então prefiro nem abrir (risos). Mas eu pretendo mostrar o que gerou, essa repercussão toda. Eu fiz algumas entrevistas também, o Diatipo também me convidou uma vez, mas acabou não rolando... Então eu tenho uma certa vontade de fazer mais coisas nesse sentido. Comercialmente, isso talvez não seja grande coisa. às vezes você fazer uma fonte que seja mais neutra, que seja mais tendência, seja legal... Mas é mediar, equilibrar as coisas. Talvez fazer uma coisa mais comercial pra vender mais, pra me sustentar, né, que eu também tenho que me manter... E também fazer trabalhos que sejam revival de uma coisa legal, sabe? Tem um projeto que eu estou pensando em lançar: um *revival* do Mercado Municipal da Lapa, que foi reformado agora, aí a fachada mudou completamente. Eu tô tentando ver se algum estúdio me ajuda a fazer isso, pra fazer os *specimens*, fazer toda a publicação disso e eu desenhar a fonte apenas, não cuidar do comercial da parada. Mas eu acho importante, às vezes nós como designers, a gente tem um certo papel de resgate de coisas legais, de coisas que vão se perdendo com o surgimento de novas tecnologias. às vezes, tem muita fonte brasileira que se perde, apenas porque trocam uma fachada inteira ou vão demolir algum prédio histórico... Muito disso acaba se perdendo, porque a gente sempre fala de tipografias europeias, americanas... Tem muito aquilo, de: “Nossa, aquela fonte é tão americana”, “aquela fonte é tão francesa”... Mas com certeza tem muita coisa brasileira também, tipografia vernacular que a gente passa despercebido. Tem pouquíssimos

trabalhos a respeito disso, somente uma fonte, do que eu consigo lembrar, de tipografia vernacular, que foi feita. Tem também fontes de píxo. Mas ainda é bem incipiente, parece que é muito pouca coisa sendo feita. Mas é interessante também novos *type designers* brasileiros fazendo coisas diferentes. Gosto muito do que a Plau faz. Talvez seja um estilo diferente do que eu faço, mas você propor uma fonte original, sendo brasileira, é uma coisa histórica, é um marco histórico, porque a gente sempre consumiu muita coisa de fora. Design gráfico em geral sempre foram referências vindas de fora, agora que tá começando a criar um mercado próprio, uma identidade própria. Tanto é que até a Argentina eu vejo mais forte nesse sentido, tendo uma identidade própria, eles tem muita tipograficamente eles tem muita coisa legal, deles mesmo. Então acho que a gente pode construir um caminho que seja interessante, um caminho novo, com fontes brasileiras e você utilizando a fonte brasileira em algum livro, sabe? Acho que as pessoas tão bastante saturadas de fonte, as pessoas falam: “nossa, tem tanta fonte”, mas será que tem mesmo? Quando eu trabalho com forma, nossa, tem muita coisa que pode ser feita. Forma é infinita, ilimitada. A gente pode inventar um estilo novo. A tipografia é muito, as tipografias que resistem ainda são as tipografias que foram feitas no século xv, saca? E a gente tá nesse caminho, nesse processo de criar uma tradição brasileira. Agora fechou o curso do Senac, mas acho que talvez esteja aumentando a quantidade de matérias de tipografias nas escolas, nas universidades... Acho que antigamente era muito menos, agora já fala de algumas universidades, que eu me lembre, de Santa Catarina, em Curitiba tem, em Pernambuco tem, Espírito Santo... E como surge essas tipografias pela internet, as pessoas vão se inspirando bastante também, então acho que é só o começo só.

*Como é sua atuação na tipografia sob medida (ou seja, fontes feitas exclusivamente para marcas)?*

Eu sou mais o negociador. Quando eu tô fazendo fontes comerciais, eu tenho que negociar a coisa que eu faço pro estúdio que me contrata muitas vezes o estúdio faz o redesign de alguma empresa, daí surge a oportunidade de fazer uma fonte, aí eles já tem um estilo em mente, mas muitas vezes o estúdio quer exatamente aquilo, e tenho que falar “Não, isso aí pode ser plágio, você copiar”... (risos). Digo “não, vamos tentar fazer uma coisa nova, completamente diferente”. Fico negociando novos estilos que possam ser interessantes, abrir realmente a cabeça pra outros estilos. Ou às vezes algum desenho que algum estúdio já tem que é bem legal e que eu topo fazer. Já surgiram algumas fontes *display* a

partir disso. Então é muito quando o assunto se trata de fontes customizadas, é muito mais o processo se torna muito mais diferente. Pode ter uma gama de processos diferentes, às vezes o estúdio é muito rígido com aquilo, querem fazer de tal jeito e eu só faço mais uma expansão do estilo que ele me traz. Ou às vezes eu acabo construindo com o estúdio, ou às vezes até o cliente, a empresa que já tem um estúdio interno, uma equipe de *marketing*, uma equipe de design de produto, design gráfico, me procura e já cria uma outra demanda, talvez demandas mais funcionais que aquela fonte que eles utilizavam antes não considerava. Daí eu tenho que pensar num estilo que seja parecido e que resolva os problemas funcionais que existem naquilo, né. Ou seja, isso difere completamente das fontes de varejo que eu faço, que são autoiniciadas, que o que dá na telha eu faço, que eu procuro o mais interessante naquele momento que eu tô estudando uma ideia que eu tenha... Então é muito mais fechadinho, mais quadradinho, mas tem seus desafios. Você fazer uma fonte com várias limitações e tentar fazer uma coisa legal é um baita desafio, e é legal também. E tá crescendo bastante isso no mercado brasileiro. Tem surgido muitas pessoas me procurando, desses estúdios maiores, tipo Interbranding ou até tem a Polar mesmo, a Tag, estúdios menores também... Então, tá se popularizando cada vez mais. Isso acaba financiando a tipografia no Brasil, sabe? A *type foundry* da Plau e da Fabio Haag já conseguem viver 100% de mercado brasileiro, né? Isso é muito legal, é uma coisa bem interessante. Acho que ainda tem uma faixa de mercado que ainda dá pra explorar bastante, talvez empresas médias e pequenas, então eu vejo que vão surgir mais pra frente novos *type designers*. Acho que tem *type designer* já surgindo, como a Flora [de Carvalho], que também oferta esse serviço de customização, ela que fez trabalhos recentes. Tem muita variação durante o processo. Tem estúdio que é muito fechadinho, tem estúdio que só fala “cara, cria uma coisa aqui pra mim” (risos). É bom pra esses estúdios que eles diferem bastante em premiações. Estúdios de design, eles gostam bastante de premiação, então qualquer projeto que tem uma fonte normalmente é selecionado, entendeu? (risos)

*Pelo que entendi, as fontes para varejo são todas colaborações com a Pan-gram Pangram Foundry. Como é essa colaboração e de onde ela surgiu?*

Teve uma premiação da Latin Design Awards que aconteceu em 2021, acho, foi a Laís Ikoma quando a gente tava desenhando a Nikkei, que inscreveu a Nikkei nessa competição. Daí eu já tava procurando alguma *type foundry* que eu pudesse vender, uma *type foundry* maior que a

minha que eu pudesse vender a Eiko, que já tava desenhada. Daí eu procurei a Pangram, e eu não sabia, mas o Mat Desjardins tava no júri do Latin Design Awards, ele foi júri daquele ano. E pra não dizer que foi marmelada (risos), ele primeiro já tinha julgado a Nikkei, daí a Nikkei ganhou ouro na premiação de tipografia, eu fiquei super feliz, depois eu nem sabia que ele tava fazendo parte do júri e eu mandei, e eu não sabia que eu tava sendo selecionado, daí eu mandei a Eiko e ele curtiu bastante, daí a gente começou essa relação que dura até hoje. E foi uma virada de chave pra mim, porque antes eu penava muito pra tentar me manter. Eu já tinha trabalhado com outras *type foundries* só que não foi nada legal, tem um lado muito ruim desse mercado também, tipo quado você trabalha pra outras pessoas, que eu tive experiências muito ruins com pessoas de fora, que como você é visto como uma mão de obra mais barata, você acaba sendo desvalorizado muito. Tinha projeto que a pessoa exigia fonte japonesa, me cobrava de um dia pro outro, de querer que eu fizesse tudo, uma relação muito terrível, um contrato leonino. Absurdo. E já aconteceu duas vezes. Eu acho que é frequente também, pessoas que veem a gente de fora e pensam “ah, a moeda dos caras é ruim, então vamos tentar explorar ao máximo”. Daí acaba vendendo o projeto por uma puta grana, você faz uma coisa mega específica e acaba recebendo nada, praticamente. Isso tava muito me desgastando na época, tava até meio que tentando fazer outra coisa, tentar entrar em um outro estúdio, começar a fazer design gráfico novamente... Retroceder, sabe? Naquilo que eu não queria, pra tentar me sustentar. Daí foi quando eu conheci o Mat Desjardins, ele é um cara muito foda. Todo o conhecimento que eu tenho sobre tipografia a gente conversa bastante sobre tipografia, todo o conhecimento comercial também, eu me inspiro bastante nele. Um cara bem visionário. E ele fez as escolhas certas, mas também porque ele tinha um *feeling* pra coisa, sabe? Hoje ele desenha também, ele sabe como é o ofício. Eu acho que ele seria muito ruim se ele fosse somente um empresário lá, que ficasse gerenciando a parada e não pegasse pra poder fazer, porque ele realmente entende os desafios por trás disso. E ele dá muita liberdade, eu fico seis meses trabalhando e não é todo estúdio que deixa fazer isso. Teve fonte minha que já demorou mais de um ano e meio sendo feitas, mas ele super valoriza isso, por mais que essa fonte nem estourou de vender. Mas ele se organiza tanto pra deixar os designers mais confortáveis, ele vai organizando a fila de lançamentos no final das contas. E isso foi um ponto fora da curva, porque trabalhar com tipografia você precisa de tempo pra fazer uma coisa boa, e você precisa tornar isso rentável pra continuar fazendo, sabe?

*As fontes da Pangram, incluindo as suas, estão disponíveis apenas por venda direta no site da fundição. Como funciona isso para vocês?*

Isso faz parte do acordo nosso, ele detém os direitos de uso, direitos de tudo. Se algum cliente quiser procurar ele pra fazer alguma modificação, ele escolhe se passa ou se passa pra outra pessoa, mas normalmente me passa essas customizações que vão rolar na fonte. Tem outras pessoas que são como eu, como *type designer* apenas, que fica trabalhando, fazendo fonte e vendendo, e por isso que ele consegue tanta fonte assim, pra poder comercializar, ser relevante, ter tanta frequência de lançamentos de fonte. E ele construiu um bom time, um time que apenas trabalha com ele, que é uma pessoa muito agradável de conversar, de se relacionar, é uma pessoa que entendeu bastante como tratar o profissional. Tanto é que acontece uma coisa muito frequente, isso já é uma coisa meio estranha que acontece, que é quando você mostra uma fonte alguém meio que falar que é plágio. Não somente comigo, mas com outras pessoas, você faz um estilo e esse estilo já é comumente utilizado. Aí chega uma pessoa falando que você não pode lançar isso porque isso é plágio. Assim, tem uma tendência, existe essa tendência, daí as pessoas fazem fontes parecidas por causa dessa tendência, depois tem o “dono” do estilo, aparece uma pessoa falando “esse estilo é meu e você não pode usar nunca mais”... Nossa, isso me irrita muito, muito, e já aconteceu algumas vezes comigo, pessoas querendo que eu tirasse minhas fontes do ar. Mas isso somente porque eu tô na Pangram, né. Acontece muito isso. E eu nem pego referências nem nada, eu tento fazer sozinho, sem às vezes olhar nenhuma referência, as fontes autoiniciadas eu desenho e vou modificando aquilo até se tornar alguma coisa. Isso é uma coisa chata que acontece. Obviamente tem o pirateamento, que é um problema que acontece realmente, você faz uma fonte e você não consegue monetizar, porque essa fonte já tá no mercado, já tá sendo distribuída em n plataformas que são meio estranhas... E tem pessoas também de má índole que vão lá, pegam a fonte, modificam um pouquinho aquele arquivo e vendem. Existe isso, mas também tem que ter um certo bom-senso, né? Às vezes o estilo é muito comum e ele vai ser desenhado por outra pessoa. E eu já fiz uma fonte, a Inari Typeface, que é completamente *display*, redondinha, tem as ligações entre as bolinhas, e começou a surgir muito disso, muito muito disso. Em nenhum momento eu falei cara, tão pirateando aqui, tão copiando. Obviamente, é uma referência de uma tendência de algo que eles acharam legal e falaram vamos fazer. E quem sou eu pra me tornar o dono daquele estilo? (Risos) Que dor de cabeça que dá isso. Daí tudo isso pra falar que o Mat dá uma segurança

jurídica também, entendeu? Ele fala assim não cara, relaxa, não liga pra isso, faz seu trabalho aí de boa que se acontecer alguma coisa eu dou o parecer aqui, eu cuido das coisas jurídicas se precisar. Porque é necessário também, você ter segurança jurídica pra tudo que você possa fazer. Ter um advogado é importante numa *type foundry*. E eu nem sou contra o pirateamento, porque... Né? Também não me acho importante desse jeito (risos). Nunca penso “ah, ninguém pode usar o meu trabalho...” Dane-se (risos). Se um amigo quer usar o meu trabalho, eu dou os arquivos. Só ficaria bravo se uma Coca-Cola utilizasse, mas pra uma empresa pequena... Também são pessoas que só querem utilizar pra um projeto pessoal, tem muitas pessoas que fazem coleção também, de fontes, que é uma coisa que eu não entendo (risos). Tipo “ah, vai que eu possa usar num projeto”. Tem um amigo meu que tem uma biblioteca gigantesca, gigantesca. Pra quê tudo isso? (Risos).

*A Pangram Pangram e a Inari não atuam no Adobe Fonts, que apostou no serviço de assinatura de uma biblioteca tipográfica em vez da compra de licenças individuais. Qual a sua opinião sobre essa forma de relação comercial entre designers-distribuidores-usuários?*

Eu acho uma sacada incrível deles. A Adobe é um, queira ou não ela quer monopolizar tudo também, quer a parte da grana dela também. Então eu vejo isso muito como uma oportunidade de se tornar uma coisa gigantesca, mas que também acabe predando *type foundries* no futuro... Se você não faz parte desse ecossistema, você meio que pode ser, ainda que o Instagram tá muito forte, você consegue encontrar *type foundries* que não são tão do mercado, como que eu posso dizer, são mainstream, que não atendam o mainstream, *type foundries* alternativas, que são mais independentes, que fazem um trabalho muito mais diferente às vezes, que tem uma estética própria... Acaba criando uma relação de marca legal com as pessoas e as pessoas começam a consumir essas fontes, e elas procuram essas fontes no Instagram. Mas fontes que são comerciais que estão no Instagram podem ser facilmente predadas pela Adobe. Se você não tá nesse meio, muitas vezes você nem existe. É o que acontecia com o MyFonts. Não existia a força que o Instagram tem, o Behance, pra você divulgar fontes, e acabava que o MyFonts tinha, sei lá, se não 100% do mercado, tinha 99%. Entende? Eu acho que é mais uma grande corporação que quer a sua fatia de mercado. No final é isso. Pode ser bom pra *type foundries*, quando você tem uma plataforma que você é procurado, que você não precisa se expor tanto, você diminui a quantidade de pessoas que trabalham pra você, você não precisa mais terceirizar um

designer que vá publicar todo dia no Instagram, ou um redator que faça um texto legal pra você, ou uma pessoa que pensa alguma coisa diferente... Você só joga simplesmente a fonte nessa plataforma e você tem a sua grana. Você se manter com isso, beleza, também faz parte. Mas tem outras pessoas que fazem tentam correr por fora, e que não são que às vezes não querem também estar nesses meios. Eu acho que o MyFonts e a Adobe muitas vezes não oferece uma exclusividade tão grande. Pode ser também uma estratégia, você não fazer parte disso e ficar muito mais tendo uma *type foundry* alternativa, e tem público pra isso também. Como acontece com todos os mercados, tem o *mainstream*, tem também as pessoas que fazem isso de uma maneira independente que também tem o seu público. Que nem na indústria da música, você pode fazer parte de uma grande gravadora, ter pouco trabalho, ter um empresário por trás de você que faça o seu trabalho, ou você ser um artista independente que vai ter sua base ali, as pessoas que te curtem, que ouvem o seu som e que acham a coisa mais fantástica do mundo e diferente do Planeta Terra (risos) e que querem continuar com aquilo. Acho que com fonte não é diferente, é a mesma coisa.

*As fontes variáveis vem ganhando cada vez mais espaço no mercado. Como você usa esse recurso nas suas produções e como vê a necessidade e a funcionalidade desse recurso para designers que usam essas fontes?*

Ah, se for fácil é a coisa mais incrível do mundo. Se você agora eu trabalho somente eu faço também fontes variáveis porque é exigido, a Pangram me exige que eu exporte esse arquivo e tipo eu não faço nenhuma fonte sem ela, mas também tem outras fontes, que são as instâncias já separadas, os pesos separados, que também são vendidos e que são necessários também, por uma forma de cardápio mesmo, sabe? Às vezes a pessoa que vai comprar não tem grana pra comprar a fonte variável porque é mais caro, então vai comprar apenas o peso que ele precisa. Às vezes a fonte inteira é descartável e só precisa de uma regular ali, que vá cumprir aquela função específica... Tem todo o tipo de uso, tem fonte pra tudo. As instâncias não vão ser substituídas pela fonte varável por completo por causa disso, uma questão comercial mesmo, mas eu acho as fontes variáveis muito incríveis, isso quando dá pra utilizar nos softwares. Não sei se os consumidores no geral conseguem utilizar as fontes variáveis em pacotes Microsoft, por exemplo, então as instâncias precisam ser utilizadas ainda. às vexes você tem uma empresa gigantesca, não é somente a equipe de design que vai utilizar, mas também sua equipe jurídica que vai utilizar, e explicar agora como que funciona uma

fonte variável e as cagadas que isso pode gerar... (Risos). Problemas, ou um uso esquisito num material mais corporativo... Entende? Tem todas as fontes podem ser legais assim, dependendo o uso, obviamente. E no mercado tá cada vez mais popular, os designers provavelmente estão exigindo cada vez mais fontes variáveis, e pra utilizar também é muito fácil, é muito simples. Ver peso por peso, fica muito mais fácil, você só arrasta um negócio. As pessoas estão procurando facilidade o tempo todo. E você baixar só um arquivo em vez de múltiplos também é uma diferença gigante. É mais difícil pro desenvolvedor de fontes fazer isso, às vezes, por que muitas vezes você tem que relacionar famílias que são diferentes, e você fazer isso de uma maneira que todo o arquivo se conversa... Tem que ter a mesma quantidade de pontos, a mesma quantidade de nós, o começo do vetor tem que ser o mesmo... É uma complicação a mais pra no geral seu trabalho seu projeto de fonte durar mais meses ainda (risos), mas é uma coisa interessante. Você quando tá fazendo isso você quer também, você se desafia a fazer, porque é uma coisa incrível quando você vê funcionar. Todo *type designer* gosta de um desafio. É como o programador, por exemplo. Às vezes, ele quer fazer uma coisa nova, o designer pede uma coisa e ele tenta dar o máximo pra que aquilo rode liso, que funcione. É mais ou menos isso. Eu acho que eu vejo o ímpeto de fazer mais fontes variáveis surgiu mais dos *type designers* do que os próprios consumidores no geral, porque eu acho que honestamente daria pra a pessoa utilizar a instância normalmente (risos). Cada pesinho ali, você baixa e tá tranquilo, compre a sua função (risos).

*Em linhas gerais, qual é a fonte mais importante de rendimento para a fundição, as fontes para varejo ou sob medida?*

Hoje, a minha fonte maior de renda são as fontes de varejo, por causa da Pangram. Como a nossa moeda tá muito desvalorizada, é muito melhor receber em dólar do que em real. É muito mais viável receber em dólar do que em real. Mas tem surgido muito trabalho de customização que pagam mais pelo fato de eu começar a ser mais conhecido e ter mais grandes empresas vindo até mim. Eu tô no processo de deixar pequenas empresas pra médias. Daí isso é uma coisa boa. Ou do nada às vezes surge uma grande empresa que quer fazer um trabalho, mas essa empresa obviamente procura outros estúdios, daí fica aquela lista do que agrada. É uma concorrência, queira ou não. São poucas pessoas ofertando isso, e vai ter uma lista com o que elas vão fazer de orçamento. Daí eu posso ganhar, como eu não posso. Mas, no geral, as fontes de varejo são melhores pra mim ainda.

*Sobre o mercado nacional, como você vê o uso das suas fontes por designers brasileiros? É maior ou menor do que o uso no exterior?*

Como eu tenho algumas pessoas que gostam do meu trabalho aqui no Brasil, muitas delas me procuram perguntando sobre meu trabalho, às vezes querem versão trial, e acabam sendo mais pessoas aqui do Brasil pedindo essas coisas. Ou perguntam como que funciona a licença, tem dúvidas ainda de como que a parada funciona e se você consegue customizar... Isso acaba sendo mais de pessoas do Brasil. Mas eu acho que compras no geral é de fora.

*Como você entende o cenário do design de tipos no Brasil hoje?*

Eu acho que o designer o *type designer* brasileiro ele vem melhorando cada vez mais. Eu acho que a produção que tínhamos alguns anos atrás, já começaram a evoluir bastante, em questão de complexidade, de variações, mesmo. Eu posso estar falando besteira também, eu também não abri o arquivo dos caras (risos). Mas eu acho que o mercado cada vez tá sendo mais competitivo porque tão surgindo mais *type foundries*, isso é fato. Ou seja, com maior concorrência, você tem que ofertar um melhor trabalho, buscar também saber quais são as tendências de mercado. Eu acho que não tem mais tanto aquilo da pessoa ser o artista independente que faz sozinho as coisas e que não olha pra nada, sabe? Eu quando falo que faço uma fonte autoiniciada, eu tenho obviamente a ideia de se aquilo vai ser rentável ou não. Eu tenho várias fontes guardadas que acho que nunca vão sair porque acho que talvez não são fontes que são legais pra serem vendidas. Acho que antigamente tinha muito, acho que também um tipo de bureau, sabe? Um lugar que você podia ir lá, ver tipografia na sua essência, construir aquilo com suas próprias mãos, fazer uma coisa completamente diferente, mas eu acho que isso vem meio que se perdendo um pouco talvez, não sei. Tenho a sensação que a necessidade que o mercado tá gerando consome essas pessoas. Mas tecnicamente, isso tá melhorando cada vez mais.

*Por fim, qual a sua expectativa para o futuro da Inari Type?*

Vish, só Deus sabe (risos). Tenho um pouco de medo da inteligência artificial, de tomar espaço nesse meio, e eu não sei se isso tá muito distante, mas eu realmente tenho algum receio, mas eu sei que cada vez mais vão surgindo empresas maiores e maiores e maiores, e um Instagram vai consumir empresas menores, ou não sei se vai ser rentável pra elas... Eu mesmo não consigo me sustentar sozinho, tenho que pertencer a outra empresa maior do que eu. Eu acho que as pessoas que vão surgir vão

talvez fazer parte, vão ser designers de fontes de *type foundries* que já existem. Mas eu acho que vão aumentar a quantidade de pessoas fazendo isso, com certeza, porque tem muito mais conhecimento disponível, e talvez se surgir algum curso no Brasil, ótimo, acho que agora tendo talvez necessidade do mercado, mas eu já vejo pessoas aqui do Brasil viajando pra fora e tentando fazer alguma coisa. Acho que vão cada vez surgir mais *type* designers por aí, mas eu acho que vai ser mais difícil de surgir *type foundries* diferentes.



# Anexo 5

## Entrevista com Ricardo Esteves<sup>1</sup>

*Faça uma breve apresentação sobre você: de onde é e um resumo da trajetória dos seus estudos e carreira profissional no design, com ênfase no estudo e trabalho com design de tipos.*

Meu nome é Ricardo Esteves e atualmente sou professor da Ufes [Universidade Federal do Espírito Santo]. Estou trabalhando como professor da Ufes desde 2011 – estou lá faz treze anos. Na verdade, comecei antes, dando aula como substituto alguns anos antes, mas, como professor efetivo, já tô há treze anos. Então hoje minha carreira mesmo é de docente na Universidade. Paralelamente a isso, eu tenho uma produção mais ou menos regular de fontes, numa *foundry* que eu chamei de Outras Fontes, que é um projeto onde vou publicando no mercado as fontes que faço desde 2006, 2007. Acho que a primeira fonte é de 2007, mas comecei a trabalhar de fato em 2006, então já faz um tempinho. Minha formação é em Design, na Ufes. Me formei no final de 2005 e logo depois comecei a trabalhar com design de tipos. Também comecei a dar aula mais ou menos ao mesmo tempo – as coisas sempre andaram muito juntas pra mim. Quando foi em 2008, fui fazer um Mestrado na Esdi-Uerj [Escola Superior de Design Industrial da Universidade Estadual do Rio de Janeiro], e lá foi onde eu desenvolvi a pesquisa que gerou o livro *Design Brasileiro de Tipos Digitais*: o mestrado terminou em 2009 e o livro foi publicado em 2010. Em 2010, fiz o concurso e tô na Ufes desde então. Ainda não fiz o doutorado, mas tô nesse caminho, indo nesse sentido.

1. Entrevista concedida via videoconferência em 4 out. 2024.

*Conte um pouco da sua pesquisa e consequente livro, O Design Brasileiro de Tipos Digitais. Como foi o processo de pesquisa e de edição?*

O mestrado foi orientado pelo Washington Lessa na Esdi-Uerj e foi basicamente uma investigação sobre a produção do design de tipos no Brasil – ou melhor, por brasileiros –, com foco na questão da tipografia digital. O recorte que eu fiz foi: a partir dos formatos digitais, quais foram os principais eventos, quem foram as principais pessoas que fizeram fontes, começando no final da década de 1980 até o ano da conclusão da pesquisa, em 2009; pro livro, ainda coloquei mais algumas coisas de 2010. Então é importante entender que o livro, no fim das contas, é uma transcrição da pesquisa em si, da dissertação. A gente fez algumas edições, tiramos algumas notas de rodapé, umas coisas que estavam ruins pra leitura de um livro, mas o conteúdo é essencialmente o mesmo, com alguns acréscimos de 2010.

O livro aconteceu a convite da Priscila Farias (que acho que você conhece), que tava na época sendo uma das organizadoras de uma coleção da editora Blucher chamada “Pensando o Design”. Essa coleção reuniu alguns trabalhos acadêmicos de mestrado e doutorado de temas variados do design, e ela me convidou para fazer essa publicação. Rolou, então foi publicado pela Blucher em 2010. Mas é importante fazer esse recorte no tempo, é uma pesquisa que fala sobre o design de tipos brasileiros digitais, mas dentro desse recorte temporal: do início da tipografia digital até esse marco de 2010. Se formos olhar de lá pra cá, muita coisa já aconteceu. Muita coisa muito boa aconteceu depois de 2010 até 2024, então é importante fazer esses parênteses.

Uma coisa que pode ser uma dica, que eu percebi na minha pesquisa, é que eu dividi em algumas fases: uma fase inicial, de experimentação e de democratização da tecnologia – porque, até então, fazer fontes era uma coisa de outro mundo, né. Só quem trabalhava na grande indústria, nas poucas empresas, principalmente na Europa e nos Estados Unidos, que tinham acesso; e pouquíssimas pessoas, porque são especialistas. Com a coisa do computador pessoal, que começa no final dos anos 1980, isso torna a [produção de tipos] muito mais democrática. No Brasil, demorou um pouquinho em relação aos outros países, porque a gente tinha a questão de que produtos de informática eram taxados; então, tem um pouquinho de atraso em relação aos EUA e à Europa, mas, a partir dos anos 1990, a gente começa a ver esse movimento de experimentação, que simplesmente era possível fazer tipos, porque tinha muita gente que tava ainda nessa coisa da novidade. Do mesmo jeito que hoje o povo tá empolgado com a Inteligência Artificial, antes era que dava para

fazer várias coisas no computador, inclusive fontes. Então foi um período de democratização, onde você começa a ter uma quantidade muito maior de gente experimentando e fazendo.

Depois, você tem uma coisa de amadurecimento da produção. Várias pessoas vão se especializar de fato e tal. Agora, isso já pós período da pesquisa, eu vejo um pouco a volta pro mundo do especialista. Primeiro, por um mercado que tá mais complexo, mas também por uma questão da tecnologia. Por exemplo, existem programas pra fazer fontes no Windows, no Mac e tal, mas o programa que os profissionais usam é o Glyphs, que só tem pra Mac. Isso já cria uma elitização – você tem que ter um Mac pra usar esse programa, pra começar você tem que ter um Mac. Mas, não só isso: tem a questão primeiro de custo do trabalho, mas eu acho que tem uma coisa do mercado ficar cada vez mais especializado. Hoje tem uma quantidade muito maior de gente fazendo [tipos] do que antes na tipografia digital, mas eu vejo um pouco um caminho de volta, do mundo dos super especialistas, que eu não acho tão legal, mas é uma coisa que está acontecendo. É uma investigação pra fazer. E vejo muito também, por outro lado, uma coisa que acho positiva: um amadurecimento do mercado, principalmente da tipografia customizada, da tipografia feita pra marcas, do universo do *branding* e tal. São poucas empresas, mas a gente vê algumas fazendo muita coisa, e uma quantidade de projetos muito maior do que quando eu tava fazendo minha pesquisa. Então, tem um amadurecimento nesse sentido, também, da demanda das empresas pra fontes customizadas, principalmente das *foundries* maiores.

*Você continua atuando como pesquisador? Como é sua produção na área de tipografia?*

Eu tenho na universidade me envolvido com muitas coisas diferentes, principalmente na extensão, mas em termos de pesquisa uma coisa que tá me envolvendo muito agora é na tipografia para línguas indígenas, que é inclusive o tema da pesquisa de doutorado do Rafael Dietzsch [*A Tipografia das Línguas Indígenas Brasileiras*, Brasília, UnB, 2021], não sei se você conhece, uma super pesquisa de levantamento de como fazer fontes para, a problemática das línguas indígenas brasileiras, e comecei a entrar nesse campo, tô entrando em contato agora com dois povos aqui do Espírito Santo, os Guarani e os Tupiniquim, trabalhando com eles e fazendo fontes pensando principalmente no design editorial pra essas línguas né, e na tipografia dentro do design editorial nessas línguas né, então e uma coisa que tem me interessado e eu tenho me

envolvido mais em termos de pesquisa ultimamente. Tem muita letra acentuada diferente, muito diferente de outras, então é uma coisa de set de caracteres pra pensar, enfim. E é isso, e aí vendo o uso na língua tem muitos problemas acontecem por as vezes não ter fontes que tenham um suporte adequando, então é uma necessidade mesmo. No Brasil, acho que catalogadas dá mais de duzentas línguas indígenas diferentes, claro que são variações às vezes do mesmo tronco, mas e é um assunto que tem me interessado, porque principalmente que eu tô na universidade pública eu tenho a oportunidade de poder fazer isso. Como qualquer pessoa que atue fazendo fontes pro mercado internacional, a gente tem um set de caracteres que abarcam uma série de línguas que geralmente são as línguas europeias basicamente, então você tem, às vezes, coisas curiosas. Às vezes, eu tenho que fazer caracteres para o islandês, por exemplo. Aí você vê quantas pessoas que falam islandês, é uma população pequenininha. E a população dos povos indígenas é muito maiores, e não tem fontes pra grande parte das línguas, então por uma questão mercadológica, elas acabam não sendo prioridade, muitas vezes. Estando na universidade pública, eu tenho essa oportunidade de olhar pra isso que talvez se fosse olhar pro mercado não seira feito. Então tô achando interessante por isso também, olhar para uma necessidade que não tá sendo contemplada no mercado internacional, e que é nossa, aqui do Brasil. E tem várias questões envolvidas, a questão das fontes, a questão do layout de teclado, pra você acionar os acentos, tem toda uma infraestrutura, tô trabalhando muito com isso, fazendo tutorial de como instalar as coisas e tal, tem funcionado assim.

#### *Como foi o surgimento da Outras Fontes?*

Ela começou de uma primeira fonte que eu fiz que na verdade começou no meu TCC lá em 2005, aí eu fiquei mais um ano e meio mais ou menos trabalhando nela, 2006 até o início de 2007, e aí 2007 eu lancei, e eu não tinha muita foi a primeira fonte mais já tinha feito outras coisas mais experimentais antes mas foi a primeira que eu fiz a sério digamos. já tinha tido um trabalhão pra fazer e quis publicar, ver no que dá, sem muita pretensão. a *foundry* começou desse projeto, aí publiquei na época no MyFonts, que na época era bem receptivo, ainda não era da Monotype, e era bem legal de trabalhar com eles, receptivos do meu primeiro projeto, e aí era meio sem grandes pretensões assim, e pra minha surpresa ela foi muito bem, em vendas e tal. claro que isso vai estimulando, se foi bem, vou continuar fazendo né. aí fui fazendo outros projetos, lançando também, alguns com sucesso, e aí quando chegou um ano, dois anos que

eu tava fazendo isso, pensei é realmente é uma coisa que eu quero fazer pra vida. foi por isso que as coisas foram andando, e de lá pra cá foram muitos projetos. no começo, eu tava mais ativo e teve um tempo que os projetos ficaram mais espaçados, mas voltei a publicar coisas em 2019, 2023, 2024. A primeira fonte se chama Maryam. e aí depois fui publicando outras e aí tem uma lista de umas dez, onze famílias.

*Como é o dia a dia do trabalho da fundição? É diferente de como era no começo do estúdio?*

No começo eu tava mais focando mais tempo na produção de fontes nos primeiros anos. Durante o mestrado também, fui meio que compartilhado o tempo. Depois que eu entrei na Ufes como professor efetivo eu comecei a ter menos tempo pra dedicar à fundição, então se você pegar os anos de publicação, a partir de 2011 começou a ficar mais espaçado. Eu não sou muito disciplinado. Não necessariamente eu tô trabalhando num projeto o tempo o todo, eu trabalho muito de pegar um projeto e falo vou trabalhar nesse projeto até terminar, as vezes não é bem assim, o projeto para no meio, tem um intervalo grande de tempo, eu volto nele pra terminar, então não é muito linear a coisa. Quando eu pego a meta de produzir até terminar, aí rola uma disciplina pra conseguir concluir. Então isso tem sido feito nuns horários à noite, fim de semana, o horário que eu não estou envolvido nas atividades da universidade. às vezes eu pego em turnos, às vezes pego um período de recesso e penso vou trabalhar num projeto, bastante concentrado naquele período de tempo. Tem acontecido assim, não tem um turno de trabalho todo dia, mas dependendo, Agora, por exemplo, eu tô experimentando outras coisas, sem projeto específico, quero ver qual vai ser a próxima coisa. Mas quando eu consigo entender que aquilo vai dar uma fonte, que aquilo vale a pena ser produzido e virar uma família, aí às vezes eu fico um tempo maior concentrado, porque não é uma coisa rápida de fazer, né? Mas às vezes não é linear, por exemplo, a Ponta Text que saiu agora na Bienal da ADG, eu comecei ela em 2019 e devo ter trabalhado nela um mês ou dois e consegui fazer o peso regular e o itálico. Aí deu um intervalo, tinha outras demandas, um intervalo grande, teve pandemia... Eu só fui retomar o projeto em 2023, então ficou três, quatro anos na gaveta e aí eu retomei pra completar a família, e aí eu devo ter trabalhado mais uns três ou quatro meses, acho que quatro meses na produção de fato da família, interpolação dos pesos, nos romanos e nos itálicos, e o lançamento. Então é isso, às vezes tem umas quebras no meio, mas quando eu pego pra produzir é um tempo concentrado grande.

A Ponta Text acabou de ser selecionada para fazer parte da Bienal Brasileira de Design. Conte um pouco mais da criação da fonte e do processo de inscrição e seleção na Bienal.

Ela começou muito a ideia dela veio quando eu tava lendo um livro do Gerard Unger chamado *Theory of Type Design* [2018], acho que é o último livro dele publicado vivo ainda. Estava lendo esse livro, me inspirando muito o texto do livro, mas também a fonte usada no livro, que acho que era a Alverata [Gerard Unger, TypeTogether, 2014], se não me engano. Se você pegar pra comparar os desenhos eles não tem muito a ver um com o outro, mas o que me inspirou foi o estilo de desenho dela, que era uma fonte pra texto, pra livro, da categoria das incisas, que você tem uma “semiserifa”, não chega a ser uma serif completa, só um *flare*, um final que insinua uma serif. Fiquei muito entusiasmado nesse tipo de estilo. Eu me estimulo muito por coisas que eu ainda não fiz. Penso “pô, ainda não fiz uma fonte assim”. Isso às vezes é bom e às vezes é ruim. Por exemplo, algumas pessoas podem ver assim: “ah, o mercado atualmente tá vendendo muito tal estilo. Então eu vou fazer um monte de coisa daquele estilo porque eu sei que vai vender e vai funcionar”. Eu, infelizmente, não funciona assim. Talvez, se eu funcionasse, eu ia ganhar mais dinheiro (risos). Mas não consigo ficar fazendo a mesma coisa, muitos projetos que vejo que é meio repetição. Isso é só uma característica, não é bom nem ruim. Mas eu pensei “pô, eu ainda não fiz nada parecido com isso”, e eu tinha poucas fontes de texto, o começo da minha produção era muito de fonte *display*, mais pra título, que chamassem mais atenção. Depois, em 2013 eu publiquei a Directa Serif, que foi minha primeira fonte de texto, depois a Progressiva, que também é pra texto, depois teve outras *display* mas eu tinha essas duas só de texto. Então era um negócio que pra mim vale a pena investir energia vital, sabe? Aí eu comecei a fazer uns desenhos mesmo num *sketchbook*, num caderninho, mas não fui muito, tem gente que desenha assim aquela letra igual vai vетorizar assim, maravilhosa, sabe? Eu invejo um pouco essas pessoas (risos). O desenho, para mim, funciona muito para tirar a ideia da cabeça e materializar ele de uma maneira mais fácil do que o desenhando direto no computador de primeira. Tem coisas que eu vou no computador direto, mas geralmente não, geralmente eu desenho um pouco ante. Mas não é um desenho pra literalmente depois ser vetORIZADO, é mais pra eu entender a dinâmica do traço, do contraste, dos detalhes mais proeminentes que eu quero dar pra um desenho. Então eu fiz algumas letras, não foi nem um conjunto inteiro, minúsculas, duas letras pra ver como era o itálico, e falei: “tá bom, já entendi”. Aí, comecei

a trabalhar os vetores. Fiz a romana, gostei muito do resultado; fiz o itálico, e eu realmente gostei desse projeto, sabe? Em relação as coisas que eu tinha feito antes, fiquei surpreso com o que saiu. Aí foi 2019, e outras coisas acontecem na vida, teve pandemia no meio também, e aí dei uma parada, na pandemia tive muita dificuldade de ser produtivo, sabe? Tem gente que aproveitou pra fazer um monte de coisa, eu infelizmente não (risos). E aí ficou um tempo na gaveta e em 2023 eu resolvi retomar, falei: “não, esse projeto tem que ser publicado, não pode ficar na gaveta”. Mas ainda tem um trabalho pela frente, que é produzir os pesos. Aí eu trabalho com as fontes mestres, que é você pensar de onde até onde você vai interpolar os pesos. Eu tinha o regular e o itálico, então eu vou precisar crescer pra mais pesada e crescer pra mais leve. Tem gente que já faz a mais leve e a mais pesada direto e já interpola pra chegar no meio. É mais eficiente, mas eu geralmente começo pela regular. Então, eu tive que trabalhar na romana, a mestre principal, a regular. Fiz uma mestre mais pesada, a *black*, e a mais leve, que chama de *thin*. E aí essas do meio ocorrem por interpolação, e você tem um trabalho dos nós ficarem todos compatíveis, um trabalho meio engenharia que aí é só o desenho, a forma, mas como que esse desenho tá organizado, em termo de nós, em termos de alças, enfim... Todas as letras têm que estar os nós compatíveis, se o a de uma instância tem que estar compatível com o a de outra instância, pra conseguir interpolar as instâncias do meio. Aí fiz isso e tive que fazer a mesma coisa com o itálico, já tinha o itálico peso regular, fiz o itálico fino, o itálico *black* e interpolei os do meio. Isso leva um tempo. A gente não desenha todas as fontes, desenhei no caso seis fontes né, mas a família tem dezoito, talvez – não me lembro bem... Mas grande parte é interpolação. Foi esse o processo, uns três ou quatro meses, peguei um tempo de férias também para dar um gás maior e aí a coisa sai. Aí publiquei no I Love Typography, publiquei no MyFonts também, agora FontSpring também, que estou distribuindo por lá, e teve uma receptividade legal, principalmente no ILT, que é um distribuidor novo que eu tô confiando bastante. ainda não tá na adobe, só porque eles ainda não quiseram, mas a adobe ela é a distribuidora mais rigorosa assim, eu não sei qual é o critério deles, mas eles não pegam todas as fontes. Essa, essa e essa aqui me interessam. Então a Ponta ainda não foi pra lá. E agora eu tô trabalhando aí eu tive eu quase que emendei direto mas eu não tive gás pra isso aí fiz um outro projeto que era a Janone que tava na gaveta também e terminei, mas eu tô agora trabalhando na essa família e a Ponta Text, para texto, e eu tô trabalhando agora, não sei quando vai sair, mas estou trabalhando na Ponta Display, que é uma outra versão

do desenho com mais contraste, um pouquinho mais condensada, pra uso em títulos. Então também vou fazer uma outra família da Ponta em *display*, e depois a ideia é que as coisas interpolem e tal, possa virar fonte variável. Mas é bastante trabalho pela frente.

*A fundição tem fontes de display, como a Capellina e a Hachura; fontes de texto, como a Scrivano e a Ponta e fontes com funcionalidades para os dois aspectos, como a Janone. Quais são algumas diferenças e semelhanças entre a criação de fontes display e de texto? E, se quiser, se estenda mais sobre seu processo criativo de maneira geral.*

Olha, te falar que o processo em si não vejo muita diferença, sabe? A diferença é mais o objetivo de uso mesmo. É claro que fontes *display* elas vão dar mais quando é pensada que é chamar mais atenção pra si, com esse objetivo da letra de chamar atenção pra si com o desejo que se seja lida né, e também nesse sentido de não ser usado como leitura de imersão, ser pra textos mais curtos, geralmente você tem mais liberdade de criativa e formal pra explorar formas diferentes, né. Então às vezes quando eu tô com uma ideia formal muito fora do padrão de texto, naturalmente isso vai ser uma fonte *display*. às vezes acontece, de uma fonte sair simplesmente de uma ideia. Pensar: “ah, vou fazer uma fonte desse tipo aqui que eu ainda não explorei e quero tentar fazer uma primeira”. O que difere é que fontes pra texto um pouco, claro, a aplicação que você vai olhar, em fontes pra texto você tem que ver mais como que ela reduz, fazer mais testes de botar numa massa de texto. Mas frequentemente a gente quer que uma fonte que tenha alguma personalidade também, então essas coisas se misturam um pouco. O que eu acho que acontece em fontes pra texto é que geralmente as pessoas esperam mais uma família mais extensa, com diferença de peso, com itálico... Tem uma série de pré-requisitos pras pessoas usarem, escolherem uma fonte de texto num projeto gráfico editorial, por exemplo, que acho que tem mais exigências de requisitos do que uma fonte *display*. Você vai olhar para mais coisas. Se reduz o tamanho bem, se dá uma boa leitura, se tem itálico, se eu tenho um livro que se pode precisar de versalete, por exemplo, enfim... Tem mais coisa pra ver, os conjuntos estilísticos de numerais, por exemplo, coisa que quem mexe com conjunto diferente. Então, ela dá um pouco mais de trabalho nessa extensão da família. Fontes *display* ela pode ser uma fonte só. Apesar de que é mais difícil comercialmente conseguir ter um bom resultado com uma fonte só, então, geralmente, quando eu penso um *display*, eu tento pensar pelo menos um pequeno conjunto de fontes que andam bem juntas. Uma fonte principal, pode

ser outra que anda junto com ela e tal. É mais uma questão comercial, mas poderia ser uma fonte só. Então tem essa diferença de escala do projeto. Às vezes, uma fonte para texto acaba sendo um projeto mais extenso e que consome mais tempo consequentemente, por que você está pensando numa família, você está pensando em interpolação, vai pensar em mais coisa mesmo, *sets* de caracteres mais extensos, então ela dá um pouco mais de trabalho nesse sentido mais operacional, da produção e tal. Mas o processo de design de letra, de espaçojamento, de *kerning*, é igual. Você vai olhar para as mesmas questões. Mas, no caso da fonte *display*, com um pouco mais de liberdade para coisas mais exóticas e tal. E também isso que eu falei, o fato de poder ser menos fontes na família, ter uma fonte só. Acho que isso faz diferença.

*Quais são os softwares que você costuma usar para a produção de uma família tipográfica?*

Hoje eu uso o Glyphs, mas eu fiquei muito tempo usando o FontLab. É até uma vida dupla que eu tenho, porque eu dou uma disciplina de design de tipos na Ufes, e lá não tem um laboratório com Macs. Então, a gente acaba tendo que usar o FontLab. Eu fico meio assim, às vezes eu vou ajudar alguém e não sei, porque no Glyphs é outro atalho, outro menu (risos). Não abandonei o FontLab totalmente por conta das aulas, mas se pudesse eu abandonaria (risos). O Glyphs é realmente melhor. Para a parte inicial de desenho, o vetorial, não tem muita diferença, mas quando você chega na parte de produção mesmo da fonte, da família, aí o Glyphs tem várias coisinhas que tornam o processo realmente mais eficiente, mais rápido. Isso eu percebi durante a primeira fonte que eu fiz nele, pensei: “nossa, tá saindo mais rápido”. São pequenas coisinhas da interface que são mais rápidas de fazer. Então acho que tô usando o Glyphs desde 2019, não tem muito tempo -- tem muito tempo sim, né: cinco anos. Assim, comparando com quando eu comecei a fazer fontes, em 2006, fiquei muito mais tempo usando o Font Lab do que o Glyphs. Mas hoje é a ferramenta que eu uso para tudo, inclusive para essa parte de engenharia, interpolação e tudo mais. Fora isso, às vezes tem algumas outras ferramentas de produção que são testadoras, quando eu preciso validar para ver se tá tudo certo, aí tem algumas outras ferramentas *on-line* que a gente usa também, mas o *software* de produção que eu uso mesmo é o Glyphs. Até demorei para migrar, por que você fica muito tempo acostumado com uma interface e fica com preguiça de mudar, né? Aí eu demorei, por que o Glyphs acho que surgiu em 2012 e eu só fui usar em 2019. Mas foi uma boa troca.

Você atua com tipografia sob medida (ou seja, fontes feitas exclusivamente para marcas)?

Já tive experiências com isso, mas atualmente não tenho pego projetos. Recentemente, eu tenho recebido uns pedidos de orçamento, mas como eu sou nem o Fabio Haag nem o Saiani, que tem contato com os bancos, geralmente quem me procura não é banco, entendeu? (risos) Às vezes, é, mas coisa ligada ao mercado financeira, não necessariamente um banco. Aí, às vezes, as pessoas honestamente chegam, veem tudo isso e pensam: “nossa, vi que a Globo fez uma fonte customizada, o Itaú fez não sei o quê e, pô, vou dar essa ideia para a gestão de fazer uma fonte”. Mas as pessoas não tem muita noção do custo disso, porque qual é o cálculo que eu faço e eu acho que isso tá mais ou menos em linha com o que eu vejo as empresas fazendo. Eu não sou empresa, mas enfim. O que é que eu vejo qual o cálculo que eu faço – como eu já estou há algum tempo, por que as fontes, a partir do momento que foram publicadas, estão sendo usadas, estão ganhando *royalties*. Tem alguns modelos que dependem das vendas e outros modelos que dependem do uso, tipo a Adobe, com a sincronização. Mas ela vira um ativo, né? No sentido financeiro, mesmo. Eu fiz um projeto, publiquei um projeto hoje, mas não vou receber só no lançamento, eu vou continuar recebendo ao longo da vida, toda vez que alguém licenciar a fonte, são alguns dólares. Então, como eu já estou há muito tempo nisso e com diferentes distribuidores, eu já consegui meio que calcular quanto que uma fonte vale ao longo do tempo. Uma média, né. E quando alguém me pede uma fonte customizada, o que é que eu penso: “bom, é o mesmo trabalho fazer uma fonte pra um banco é igual a fazer uma fonte de mercado de varejo, é o mesmo trabalho”. Quanto que eu ganharia nesse projeto em 10 anos? e trago isso pro valor presente. Aí as pessoas não tem orçamento, entendeu? pra pagar isso. É o que acontece muito, eu recebo muitos pedidos de orçamento, mas poucos fecham. Eu fiz alguns trabalhos, mas já faz muito tempo. 2010 ou 2009 eu fiz uma fonte a pedido da Ana Couto, lá do escritório do Rio onde eu morava na época, pra um produto da Coca-Cola, que era a Coca Light Plus. Aí fizemos uma fonte pro produto, pra ir pra embalagem, uma fonte *script*, que virou exclusiva. Fiz algumas outras customizações menores, umas subcontratações, por exemplo, teve uma época que eu tava muito em contato com o Fabio Haag, que ainda estava na Dalton Maag, e tinha alguns projetos que eles estavam muito não tinha gente suficiente, precisava terceirizar, peguei um trabalho da Dalton Maag pra fazer pequenas customizações, enfim, coisinhas pequenas assim. Às vezes, eu pego ajuste de logotipo, que são coisas menores... Mas

são mais ou menos essas as minhas experiências com customizações. eu tenho preferido pegar coisas menores, até por uma questão de tempo.

*As fontes variáveis vem ganhando cada vez mais espaço no mercado. Como você usa esse recurso nas suas produções e como vê a necessidade e a funcionalidade desse recurso para designers que usam essas fontes?*

Essa história das fontes variáveis é uma tecnologia que ela vai ser surgir em 2015 ou 2016 num congresso da ATypI, e foi meio que um acordo da indústria de softwares, da Adobe, Microsoft, Google e alguma outra que eu estou esquecendo, em torno dessa tecnologia. e ela é uma derivação de tecnologias que já existiam antes. A Adobe já tinha uma experiência com um formato chamado Multiple Masters, que é um formato que não deu certo, mas a Apple também tinha um formato de variação, mas o que ela faz basicamente é trazer pra interface do usuário o que os *type* designers já faziam nos programas de produção, que é a interpolação. Então em termos de produção da fonte, ela é que como é que a gente sempre fez pra produzir uma família, você tem que ter fontes mestre pra interpolar as instâncias do meio, só que quando você exporta uma fonte estática você tem que escolher que o valor tal é a fonte tal, o outro é a fonte tal, aí você vai dando nomes fantasia né. mas são vários arquivinhos de fontes separados. a fonte variável, em vez de gerar arquivos em separado, ela pega as mestres e a fonte é gerada assim, aí a interpolação, em vez de acontecer no programa de fonte, ela acontece na interface do software do usuário final. então a vantagem é que o arquivo fica menor, porque você tem menos vetores pra guardar, mas também dá possibilidade de criar mais eixos, criar mais coisas sem tem que gerar um zilhão de fontes. então você pode ter quantos eixos de variação for necessário. Eu ainda não consegui explorar muitos eixos diferentes, tenho explorado mais eixo de peso que é o que eu já fazia basicamente antes. É uma tecnologia que tá sendo experimentada. Pra web ela faz muito sentido, pra animação ela faz muito sentido, pra pessoa conseguir animar ali a letra. Algumas coisas de dica editorial, por exemplo, tem um eixo chamado eixo óptico, que você consegue dizer que dependendo do tamanho ele altere o desenho, que é uma coisa que se fazia na tipografia pré-digital, então tem umas coisas interessantes assim. e tem muita gente explorando coisas interessantes com essas variações. mas eu só fui fazer isso mesmo a partir de 2022, tem pouquíssimo tempo. E foi o seguinte, o pessola da Adobe entrou em contato comigo e falou “então, a gente tá publicando fontes variáveis, o que é que você tem aí pra publicar?” e eu não tinha ainda, mas falei “então, tem um projeto

que eu tô fazendo aqui..." E eu vi o que é que eu já tenho que possam virar fonte variável, claro que eu tive que fazer ajustes, né. Eu tinha a Directa Serif, que era a coisa mais completa de texto que eu tinha. E falei "Beleza, estou trabalhando nesse projeto e em breve mando pra vocês". Daí peguei a Directa Serif, que foi originalmente feita em 2013, e 2022 eu retomei ela pra fazer a versão variável, pensando nessa publicação da Adobe. Claro que eu também coloquei em outros distribuidores. Mas foi isso. Aí depois, com o processo de fazer a fonte, produzir uma família, a fonte variável é essencialmente a mesma, a partir dali todas as fontes que eu fui fazendo eu fui gerando as versões estáticas, mas também a versão variável. A Ponta também tem versão variável, a Janone também. Outra fonte que não é da *foundry*, mas a fonte Ufes Sans também tem versão variável, porque é o mesmo trabalho de produção. A diferença é o formato exportado, basicamente. Então desde 2022 todo projeto que tem interpolação eu dou a opção pro usuário de ter as fontes estáticas e a variável, e geralmente boto no mesmo pacote, quem comprou a família leva os dois e escolhe o que quer usar. Infelizmente, o número de usos e de sincronizações na Adobe foi bem aquém das outras fontes, das estáticas, então acho que eles ainda estão ajustando, vendo se as pessoas vão realmente comprar essa coisa do formato.

*No varejo, a fundição oferece compra de licença por distribuidores, como o MyFonts, e algumas fontes para ativação no Adobe Fonts. Quais são algumas das vantagens e desvantagens desses dois métodos?*

Meu primeiro distribuidor foi o MyFonts, na época que não era da Monotype, era da Bitstream. E eu fui fazendo outros contratos de distribuição com outras empresas, com a Linotype, com o antigo Fonts.com (que era da Monotype), com uma chamada Center Fonts, eu tinha vários contratinhos assim. E a Monotype foi comprando todas as empresas, então virou um contrato único com a Monotype de distribuição. O mercado mudou muito, a Monotype também mudou muito, agora eles estão investindo e tentando implementar o serviço de aluguel de fontes deles, tipo o Adobe Fonts, querendo concorrer com a Adobe (mas eu não assinei esse contrato). Mas eu percebi que teve uma mudança do MyFonts, provavelmente depois que virou da Monotype. Mas as fontes já estavam lá, continuei publicando lá e tal. E sempre pinga alguma coisa lá. O meu contrato com a I Love Typography eu fiz basicamente porque a ILT antes era um blog, na época que as pessoas viam blog (risos), de tipografia que eu gostava muito, tinha muita qualidade. Aí quando eles viraram distribuidor de fontes eu falei "po, tem que tá lá!". E o que eu gosto neles é que eles não são um

grande balao que nem o MyFonts, eles realmente selecionam as coisas, as *foundries* com quem eles vão trabalhar... Então eu via muitas coisas boas lá, e falei “eu quero estar nesse lugar”. Então tô achando ótimo trabalhar com eles. Claro que é um distribuidor pequeno, não é a Monotype, então em termos de vendas, não é lá essas coisas, mas tem melhorado. Recentemente, eu fiz o contrato com o Fontspring, mas é muito recente, então não sei dizer muita coisa. E o contrato com a Adobe, que eu acho que é o meu melhor contrato. É outro modelo né, todos os outros que eu falei são venda de licença de uso né, de *Desktop* ou pra *Web*. Tem outros usos também, mas ninguém compra (risos)... *ePub*, *App*, nunca vendi. E a Adobe foi o seguinte, a Adobe é outro modelo, o modelo de sincronização, e eles remuneram pelo número de sincronizações, a quantidade de pessoas que tem a fonte ativada lá. Não necessariamente usam a fonte, mas tem a fonte ativada, porque é o que eles conseguem emdir. Esse contrato começou antes da Adobe. Em 2009, tinha uma empresa chamada Typekit. E que que tava acontecendo em 2009: os *browsers*, navegadores *web*, eles começaram a dar suporte pra carregar arquivos .TTF, arquivos .OTF, que antes não dava. Na *web*, você tinha que usar fontes que estão instaladas no sistema do usuário, aí fica muito limitado né, Georgia [Matthew Carter, Microsoft, 1996], Verdana [Matthew Carter, Microsoft, 1996] e tal... Isso até 2009. 2009 passou a ser possível você carregar diretamente uma fonte do servidor *web*. Aí o mercado ficou pensando em como a gente vai aproveitar esse negócio, aí surgiu um novo formato, que é o formato .WOFF, tentando criar um formato adequado pra esse ambiente, que é diferente do *desktop*, e começa a surgir esses serviços em que você não precisa hospedar a fonte lá no seu servidor, a gente tem aqui um catálogo de fontes que a gente hospeda pra você e você só bota o código no site e seu site funciona com aquela fonte. Tipo como o pessoal usa muito hoje o Google Fonts, que faz isso, você consegue fazer o site usando uma fonte do Google Fonts e tal... E o Typekit era um desses serviços. Era de uma *startup* na Califórnia e eu vi que tinha um potencial nisso e queria estar lá. Aí fiz contrato com eles, coloquei algumas fontes lá, minhas primeiras fontes foram pra lá, e beleza. E não era grande coisa não, era legal, tinha umas licenças *web* e tal, mas não dava grana. Só que aí depois a Adobe comprou a Typekit, entendeu? E ficou um tempo como Typekit, mas depois fizeram um *rebranding* pra Adobe Fonts. Mas quando comprou, virou um novo contrato com a Adobe. E era fontes pra *web* ainda. Depois, eles criaram essa história de sincronização pros programas também, de *desktop*. Aí a coisa mudou. A quantidade de uso passou a ser muito maior e começou a dar muito mais dólares também. Então,

hoje é o meu melhor contrato de longe, o da Adobe. Eles pagam a cada três meses dependendo das sincronizações e é isso.

*Na última década, houve um crescimento enorme da Adobe Fonts, que apostou no serviço de assinatura de uma biblioteca tipográfica em vez da compra de licenças individuais. Qual a sua opinião sobre essa forma de relação comercial entre designers-distribuidores-usuários? Há algum tipo de escolha para quais fontes suas entram nessa plataforma?*

É bem isso. A diferença de comprar a licença é que você baixa o arquivo e você tem lá no seu computador, e se você precisar instalar em outro computador você instala, e você paga uma vez só. O Adobe Fonts é uma assinatura, então se você cancela a assinatura você não tem mais acesso às fontes. Pros designers, acaba que a Adobe virou o maior ponto de luz (risos). Uma coisa necessária, assim. Mas tem essa coisa de pagamento mensal, então tem essa diferença. O arquivo fica mais escondido lá, você não acessa diretamente (tem um jeito de acessar, mas...), você faz a sincronização dentro do programa, e é um modelo diferente mesmo, porque você não licencia a fonte, você compra um serviço de um monte de coisa inclusive um monte de fontes, acesso a um monte de programas e um catálogo de fontes, né? Então, é meio que a questão da fonte como serviço, que é uma coisa que a gente já está acostumado com vários outros coisas né, de pagar assinatura, só que a diferença é que a gente paga um monte de assinatura de coisas de entretenimento, né, Spotify, Netflix e tal. Adobe é trabalho, né? Então você paga a assinatura de uma ferramenta de trabalho. Mas eu acho que tem funcionado, e é um modelo diferente mesmo. Por isso que eu falei, você compra um serviço que tem as fontes lá no meio. E eu acho que outras empresas tão olhando pra isso, acho que a própria Monotype criando seu serviço,, estão tentando concorrer com a Adobe, só que é difícil. A Adobe não vende só as fontes, vende as ferramentas todas no pacote. É muito difícil de concorrer. Então a Adobe virou uma espécie de, não um monopólio porque tem outras grandes, mas é quase um oligopólio porque domina realmente o mercado. Então tem pontos positivos e negativos, assim. O positivo é que para o designer de tipos tem acesso a uma quantidade muito maior de pessoas usando e sendo remunerado por isso, acho que isso é muito bom. O negativo é que é uma empresa, né? Você fica muito dependente daquele modelo daquela empresa. Eu adoraria se tivessem outras, amais e mais empresas concorrendo com o modelo da Adobe. Queria vender para todas (risos). Acho que o Canva faz um pouco isso também, apesar de ser uma ferramenta menos voltada pro mercado profissional, acho

que muita gente tem usado. Tem também a mesma coisa, você acessa o programa e tem uma biblioteca de fontes. Não sei o que que eles vão fazer agora, eles compraram o Affinity, né? Que tinham programas parecidos com o InDesign, Illustrator, Photoshop... Não sei o que eles vão fazer, mas é a coisa principal possível concorrente da Adobe. Então acho que tem essas diferenças e a gente vai se adaptando a elas.

*A pandemia afetou a fundição? Se sim, como? E hoje, no pós-pandemia, há diferenças em relação ao pré-pandemia no quesito de compras e uso das fontes ou serviços do estúdio?*

Eu vi durante a pandemia muita gente produzindo muita coisa, assim. “Agora vou ficar em casa e vou ficar fazendo fontes como se não houvesse amanhã”. Eu não tive essa habilidade mental, eu fiquei muito afetado com as coisas de tudo que tava acontecendo durante a pandemia, então eu não conseguia produzir muito. Então afetou negativamente para mim. Porque o pessoal comentou muito na época: “ah, o type designer já tá acostumado a trabalhar em casa, né?”, mas é diferente, né? Quando você tá em casa e pode sair, ir na praia, e quando você tem que ficar em casa. Então me afetou muito esse período. E eu só fui voltar a produzir pra valer mesmo depois que acabou a pandemia, então afetou um pouco negativamente a *foundry*. Mas depois as coisas retomaram e foi seguindo do seu ritmo.

*Sobre o mercado nacional, como você vê o uso das suas fontes por designers brasileiros? São mais ou menos usadas do que no exterior?*

Antigamente, no MyFonts, eles tinham um relatório que era bem útil, porque eles diziam o nome da pessoa e o país dela, cada venda tinha esse dado. Depois quando mudou a interface, eles esconderam esse dado. Então hoje eu sei o país, mas não sei pra quem eu tô vendendo. Incrível, né? Não saber pra quem estou vendendo, mas ainda dá pra ver o país. O que eu percebi ao longo dos anos, eu acho que mudou bastante de quando eu comecei pra agora. Quando eu comecei lá atrás, tinha muito pouco, quase nenhuma venda pro Brasil. Era muito focado em Estados Unidos e Europa. Europa, assim, Inglaterra, Alemanha. Mas os Estados Unidos tinha uma participação muito grande. Com o tempo, eu vi que aumentou a quantidade de vendas para o Brasil. Eu comecei a ver mais aplicações no Brasil, também. Hoje, eu não tenho muito essa medida. Eu acabo tendo mais contato com gente que aplicou no Brasil, acho que não é porque tem mais gente que estão usando no Brasil, mas são as pessoas que eu tenho contato (risos). Pessoas que me mandam

falando “ah, usei!”, ou “publicaram tal coisa”, ou “usei sua fonte pra tal coisa”. Então eu acabo tendo mais *feedback* de pessoas no Brasil, por isso talvez eu tenha essa impressão que tenha mais uso aqui. Mas acho que continua sendo pequeno em relação a outros países, mas melhorou em relação aos últimos anos. Eu tenho muita coisa de portfólio de coisa aplicada que tem no Brasil. Então acho que tem aumentado, sim, mas, pra mim, pelo menos, ainda o mercado internacional é mais importante.

*Como você entende o cenário do design de tipos no Brasil hoje? Quais são algumas diferenças marcantes entre o mercado atual e de quando você produziu sua pesquisa?*

Acho que mudou bastante. Foi mudando, né. Teve vários processos de mudança. Teve aquela coisa dos anos 1990, anos 2000, uma coisa muito da empolgação, da inovação, descobrindo a tecnologia e tal. Tinha muita gente experimentando. Dessas pessoas, algumas continuaram trabalhando com isso e outras não. Outras pessoas surgiram depois, e eu acho que a partir do final da década de 2000 pro início da de 2010, você começa a ter uma mudança de tipos de projeto, você começa a ter mais fontes pra texto, que antes era muito pouca coisa. Começa a ter um amadurecimento também. Empresas consolidando, empresas brasileiras de design de tipos, que era uma coisa que não existia antes. Não existia, quero dizer, claro que tinha lá a pessoa que tinha o CNPJ e tal, mas empresa que eu quero dizer assim, Haag Type, Plau, que realmente pegam projetos grandes, sabe? Acho que nesse escopo, nessa amplitude de clientes, não existia antes. Aí eu acho que a partir da década de 2010, de 2020 pra cá, o que eu vejo é cada vez mais essa fonte sob medida. Dá pra ver muito claramente que a quantidade de coisas sendo feitas, a velocidade das pessoas que fazem, é impressionante. Acho que é isso. Acho que tem amadurecido, porque quando você pega no início das coisas, anos 1990 ou anos 2000, era essa coisa, uma pessoa trabalhando, ou às vezes uma dupla, ou às vezes um grupo pequeno, mas ainda bem amador, e hoje você tem empresas com funcionários. Uma coisa que tá em outro nível, e em outros níveis de orçamento. Antes, tinha muito foco na coisa do varejo, e hoje continua tendo, inclusive essas empresas continuam lançando pro varejo, mas você tem essa outra linha de trabalho aí, da customização. Acho que isso aumentou muito e mostra um amadurecimento do mercado em relação a esse tipo de produto, que são as fontes, principalmente no campo corporativo. E isso que eu falei, cada vez mais uma coisa especializada, com pessoas dedicadas. É um número maior do que tinha antes, mas continua não sendo um número tão grande assim de pessoas.

*Por fim, qual a sua expectativa para o futuro da Outras Fontes?*

Cara, eu não tento prever muita coisa (risos). Vejo sempre assim, qual o próximo projeto. Aí quando tá acabando o projeto, qual o próximo projeto. Eu pretendo continuar produzindo, no meu ritmo, conciliando com o trabalho na universidade, mas eu pretendo continuar por bastante tempo. Estou tentando procurar coisas que me motivam, que faz sentido colocar no mundo de alguma maneira, e falei dessa Ponta Display que tô trabalhando agora... Tem outros projetinhos que estão em esboço vatorial, mas ainda embrionários, mas tô nisso. E tento mesclar um pouco, porque projetos muito longos cansam muito (risos), então eu tento, depois de um ou dois projetos muito longos, fazer um mais curtinho. Fazer uma fonte *display* só porque é mais fácil de fazer, sabe? Tento fazer essas coisas.



# Anexo 6

## Entrevista com Rodrigo Saiani<sup>1</sup>

*Por favor, escrevam uma breve apresentação sobre vocês: nome, de onde são e um resumo da trajetória dos seus estudos e carreira profissional no design, com ênfase no estudo e trabalho com design de tipos.*

Rodrigo Saiani, fundador da Plau, diretamente de São José dos Campos vivendo no RJ desde os três anos de idade. Administrador de empresas pela PUC-Rio e designer gráfico pela Parsons School of Design. Apaixonado por tipografia desde 2000 e desenhando fontes desde 2004.

*Como foi o surgimento da Plau (Rodrigo Saiani) e como foi ingressar na função (Carlos Mignot)?*

A Plau é o segundo ato de ter meu próprio negócio, que começou em 2007 com a Niramekko, um estúdio fundado com meu irmão Gustavo Saiani. Na encruzilhada das nossas vidas, ele se tornou programador, eu dobrei a aposta no branding e incluí tipografia – algo que já vinha fazendo no meu tempo livre e dentro do trabalho da Niramekko – como uma entrega do novo estúdio, Plau.

Cacá [Carlos Mignot] foi meu aluno na Miami Ad School, foi meu orientando na etapa final de formação de portfólio. Demonstrou interesse e habilidade para desenhar letras e fontes, o que chamou minha atenção, além de uma capacidade de jogar em diversas posições no design gráfico. Se desenvolveu como *type* designer, educador e designer gráfico até que não havia outro caminho senão trazê-lo como sócio da Plau.

1. Entrevista concedida via correio eletrônico em 17 set. 2024.

*Atualmente, como é o dia a dia do trabalho na Plau? É diferente de como era no começo do estúdio?*

Neste momento estamos revendo muitas coisas no estúdio, incluindo um olhar mais atento para a gestão, determinação de objetivos e metas. No começo o estúdio era presencial e antes mesmo da pandemia foi se tornando remoto, por conta da Ana Laura Ferraz, designer que vive na Alemanha. E durante a pandemia optamos pelo trabalho 100% remoto. É um desafio grande e que até hoje tem impactos que influenciam nosso jeito de trabalhar. Por isso seguimos tentando melhorar nossas práticas para evitar erros do passado, melhorar a comunicação e integração da equipe.

*Quais são os softwares que vocês costumam usar para a produção de uma família tipográfica?*

Glyphs é o software que usamos.

*A Plau tem fontes de texto, como a Dupincel e a Motiva, e fontes de display, como a Manteiga e a própria Firula, o mais recente lançamento. Não só isso, há várias fontes que têm estilos com mais leituraabilidade para funcionar como texto e estilos com mais singularidade para funcionar como display, combinando esses dois lados do design de tipos. Quais são algumas semelhanças e diferenças entre os processos criativos para fontes de texto, de display e famílias que mesclam esses aspectos?*

Desenhar fontes display e de texto seguem caminhos muito similares no que diz respeito à construção. A diferença é onde essas fontes vão ser usadas, o grau de preocupação com massa de texto *versus* palavras soltas e/ou linhas curtas. Mas em essência precisamos sempre planejar a família, pesos e estilo; desenvolver os caracteres-chave; expandir os glifos incluindo acentos, símbolos; cuidar do espaçojamento antes de tratar o *kerning* (pares de letras que apresentam dificuldades específicas de consistência); controle de qualidade; *marketing* e divulgação.

*Além das fontes para varejo, a Plau atua com tipos sob medida. Como é o processo criativo nesse caso?*

Muito semelhante a projetos de *branding*, onde recebemos um *briefing* mais ou menos específico dependendo do projeto. Dali fazemos as perguntas para esclarecer que tipo de problemas práticos e estratégicos aquela fonte vai precisar solucionar. Conversas entre equipes multidisciplinares em geral são necessárias para que todos se sintam atendidos em relação ao projeto e alguma navegação política buscando a aprovação de conceitos que muitas vezes questionam o que se espera de um projeto dessa natureza.

*Em sua maioria, as fontes do estúdio são variáveis, recurso que vem ganhando cada vez mais espaço no mercado. Como vocês veem a necessidade e a funcionalidade desse recurso para designers que usam fontes variáveis?*

Fontes variáveis são construídas de forma exatamente igual às não variáveis. O formato não só é mais econômico como simplifica a gestão de recursos dentro das empresas. Ainda é pouco conhecido do grande público e softwares usados pela grande maioria dos setores corporativos (MS Office) ainda não oferecem um suporte decente para esse formato. Mas uma vez que isso se resolva, será o formato mais comum no futuro. Em termos funcionais ele oferece um ótimo recurso para quem se interessa por animação, melhora desempenho na web e é mais simples de usar nos demais casos.

*No varejo, a fundição oferece compra de licença por site próprio, compra de licença por distribuidores, como o MyFonts, e acesso a algumas famílias tipográficas por assinatura do Adobe Fonts. Quais são algumas das vantagens e desvantagens de cada um desses métodos?*

MyFonts é uma plataforma que coloca nosso trabalho diante de muitas pessoas. Adobe Fonts é a forma mais simples que temos de dizer para um designer usar nossas fontes e nos traz uma receita recorrente muito atraente. A venda direta é incrível porque nos coloca próximos dos consumidores, de agências e grandes empresas.

*Na última década, houve um crescimento enorme da Adobe Fonts, que apostou no serviço de assinatura de uma biblioteca tipográfica em vez da compra de licenças individuais. Qual a opinião de vocês sobre essa forma de relação comercial entre designers-distribuidores-usuários?*

A Adobe faz isso de uma forma muito justa. Somos muito fãs desse modelo e o entendemos como essencial para nosso negócio hoje em dia. Outras plataformas de assinatura ainda não se provaram tão boas quanto a Adobe.

*Pelo que entendi, o licenciamento de fontes da Plau é representado pela Type Network. Como funciona essa representação e como ela ajuda na distribuição de vocês?*

Também representado pela Type Network. Eles atuam como um outro distribuidor, bem como agentes em projetos *custom* para clientes que chegam por eles. É vantajoso para nós porque nos coloca diante de clientes internacionais que dificilmente chegaríamos por conta própria, além de aprendermos metodologias de controle de qualidade das

pessoas que inventaram o controle de qualidade na tipografia mundial. Nos coloca junto de designers que admiramos profundamente.

*Em linhas gerais, o que gera mais rendimento para a fundição, as fontes para varejo ou sob medida?*

Cada uma gera uma receita importante em momentos diferentes. O tíquete médio de uma fonte *custom* é muito mais alto do que uma venda de varejo, mas a biblioteca de varejo leva potencialmente às vendas de varejo corporativas que podem chegar a valores semelhantes a projetos *custom*. As duas devem andar juntas sempre que possível.

*A pandemia afetou a Plau? Se sim, como? E hoje, no pós-pandemia, há diferenças em relação ao pré-pandemia no quesito de compras e uso das fontes ou serviços do estúdio?*

Não vejo grandes diferenças no pré ao pós. Fomos salvos na pandemia por projetos de fontes *custom*. Mercado na época estava super aquecido e com os custos controlados pela decisão de trabalhar de forma remota, tivemos muita sorte nesse período. Mas não vejo grandes diferenças entre os dois períodos.

*Sobre o mercado nacional, como vocês veem o uso das suas fontes por designers brasileiros? Usam mais, menos ou tanto quanto designers do exterior?* Excelentes usos. Ainda falta um caminho para que eles licenciem tanto quanto os clientes internacionais e entendam a importância. Dito isto, nos orgulhamos de dizer que milhares de designers licenciaram suas primeiras fontes com a gente e estamos impactando positivamente essa cultura.

*Por fim, como vocês entendem o cenário do design de tipos no Brasil hoje?* Promissor, com novos grandes talentos surgindo, mercado brasileiro repleto de oportunidades de todos os tamanhos para projetos interessantes. Cultura tipográfica e valorização da nossa cultura cada vez mais forte também. Enxergamos com muito otimismo os próximos anos para o mercado brasileiro.

# Anexo 7

## Entrevista com Gabriel Figueiredo<sup>1</sup>

*Por favor, escreva uma breve apresentação sobre você: de onde é e um resumo da trajetória dos seus estudos e carreira profissional no design, com ênfase no estudo e trabalho com design de tipos.*

Entrei na faculdade de Comunicação (PUC-MG) e Design (UEMG) ao mesmo tempo, e já no começo dos cursos sabia que queria atuar no design – mas ao mesmo tempo muito grato pelo pensamento mais amplo que a faculdade de comunicação oferecia.

Descobri a tipografia no começo da faculdade de design, e fui me aprofundando aos poucos nesse universo. Primeiro com algumas fontes experimentais e *dingbats* em uma optativa da UEMG, depois com algumas fontes modulares, até começar a ter conhecimento técnico e teórico para começar a enfrentar fontes “de verdade”.

No meio das duas faculdades arrumei uma terceira, de design sistêmico (PoliTo – Turim, Itália), que consegui cursar devido a uma bolsa de estudos concedida através de um programa de pesquisa que participava na UEMG.

Já nessa época usava a tipografia como *playground* para diferentes experimentações gráficas em meio aos estudos, e, quando me formei, mantive essa prática na minha vida de designer gráfico *freelancer*.

*Como foi o surgimento da Typeóca?*

A Typeóca surgiu meio por acaso. Tinha feito umas fontes (a Pixel Reto) e queria disponibilizar elas para download, o que me levou ao MyFonts.

1. Entrevista concedida via correio eletrônico em 3 out. 2024.

Para poder cadastrar a fonte na plataforma precisava de uma *foundry* (e um nome) e foi aí que a Typeóca começou.

Com o tempo, fui desenvolvendo mais projetos, e com isso a *foundry* foi ganhando corpo: Instagram, site próprio, EULA etc.

*Como é o dia a dia do trabalho da fundição? É diferente de como era no começo do estúdio?*

A Typeóca, tanto no começo quanto hoje em dia, ainda é uma prática que ocorre de forma paralela à minha atuação principal, como designer gráfico *freelancer*. Nesse sentido, não há muito bem estabelecido um “dia a dia” de trabalho, é mais uma prática que foi se estabelecendo de projeto em projeto, e que vai sendo realizada nos períodos de “maré baixa” da vida de *freelancer*.

*Pelo que entendi, junto da fundição, você também continua sua carreira de designer gráfico. Como tem sido equilibrar esses dois trabalhos?*

Sou designer gráfico *freelancer* em primeiro lugar – é o que ocupa a maioria das minhas horas de trabalho, e é o que paga a grande maioria dos meus boletos. A *foundry* vem em segundo lugar, como “projeto paralelo” que faço entre um “freela” e outro, mas que com o tempo e com o trabalho, vem ganhando corpo, ainda que lentamente.

A *foundry* acaba funcionando como um “laboratório” onde posso testar e experimentar várias coisas que um projeto comercial não permitiria – e, ao mesmo tempo, o conhecimento adquirido na *foundry* acaba sendo muito facilmente transponível para a atuação como *freelancer* (e vice-versa).

*Quais são os softwares que você costuma usar para a produção de uma família tipográfica?*

Usava o FontLab 5 até a Graúna, depois, com o dinheiro das vendas da Graúna, comprei uma licença do Glyphs e venho usando ele desde então.

*A fundição, por enquanto, tem cinco fontes lançadas. Fale brevemente do processo criativo de cada uma delas e o que guia a sua criação tipográfica de maneira geral.*

Pixel Reto – começou como um experimento no Fontstruct (plataforma web de criação de fontes modulares), que depois finalizei no Fontlab. A ideia era de adaptar a expressividade do Pixo Reto para as limitações do *pixel grid*.

The Dada – Tinha feito uma sequência de trabalhos de ilustração/*motion* com o mesmo tipo de *briefing/demand*a, e aí quis experimentar

diferentes estilos de ilustração vetorial, para não me sentir preso a um único estilo. A ideia era ilustrar a mesma coisa de diferentes jeitos, em diferentes estilos. Quando cheguei lá pela 10ª manícula pensei que daria pra fazer uma família *dingbat* com as ilustrações que tinha feito.

Graúna – No meio duma pesquisa para um trabalho de design, me deparei com um *specimen* da Block Heavy, no Flickr do Stephen Coles. A fonte me chamou a atenção, pela personalidade e pelo tanto que ela parecia ser “mais bold” do que qualquer outra fonte. Fiquei querendo usar ela, mas a “textura” presente no contorno dela trazia algumas conotações que dificultava o uso dela em vários projetos – foi aí que pensei em fazer uma versão dela que desse uma “alisada” nos contornos (mas, no fim das contas, tive que mudar várias coisas para que ela funcionasse sem a tal da “textura”).

MAP (semi-lançada só, risos) – Estava fazendo uma identidade visual para o Museu de Arte da Pampulha e reparei no letreiro da fachada, que tinha uma estrutura geométrica/modernista fácil de replicar. Aproveitei a oportunidade pra resolver o problema da identidade visual e testar o uso de componentes e produção de *variable fonts*, que eram uma novidade na época.

Ferpa – Fui usar a Brothers num projeto de identidade, e achei ela meio “clássica demais”, e aí fiquei querendo uma fonte no esquema ‘só linhas retas’ mas que fosse mais expressiva.

Triz – Comecei fazendo uma “Clarendon monoespacejada” (até cheguei a usar o protótipo dela num cartaz da Typeóca), que curtia muito serifadas monoespacejadas mas na época elas ainda eram bem raras. Minha “clarendon monoespacejada” ainda tava meio troncha, e no meio do caminho houve um *boom* de fontes serifadas monoespacejadas. Um dia resolvi tirar as serifas pra ver no quê que dava, e a ideia de fazer uma sem serifa monoespacejada com contraste alto pareceu promissora (e inédita).

*Você atua com tipos sob medida (ou seja, fontes feitas exclusivamente para marcas)? Se sim, como é seu processo criativo nesse caso?*

Fiz um projeto só do tipo, então ainda não tem nenhum “processo” estabelecido.

*Mesmo que não seja sob medida, a Xequ Mate usa a Ferpa como fonte do logo. O crescimento da marca tem ajudado a impulsionar o seu trabalho? Impulsionar até que não, mas com certeza o fato de ter uma marca que (atualmente) é conhecida e admirada ajuda a dar uma legitimidade e reconhecimento ao trabalho da foundry.*

*No varejo, a fundição oferece compra de licença por site próprio e por distribuidores, como o MyFonts. Quais são algumas das vantagens e desvantagens desses dois métodos?*

No começo usava o MyFonts, que é super fácil de “entrar”, e era a plataforma mais estabelecida internacionalmente e tal. De lá pra cá muita coisa mudou.

O site próprio mesmo, comecei ele quando o dólar disparou e as fontes começaram a ficar meio inacessíveis para o mercado brasileiro – procurando uma alternativa para oferecer fontes que pudessem ser vendidas em reais, pagas no boleto, ou divididas no cartão de crédito, cheguei na solução de usar a plataforma da Hotmart como forma fácil/barata/acessível de permitir esse tipo de comercialização.

Hoje em dia até me questiono se ainda vale a pena manter o MyFonts, que vem dando uma piorada atrás da outra, mas vou empurrando com a barriga e nisso as fontes continuam disponíveis por lá (mas consumidas mais por um pública de fora do que de dentro do Brasil).

*A Typeóca não atua no Adobe Fonts, que aposta no serviço de assinatura de uma biblioteca tipográfica em vez da compra de licenças individuais. Qual a sua opinião sobre essa forma de relação comercial entre designers-distribuidores-usuários? Você não usa o serviço por alguma razão específica?*

Não atuo porque não sei como funciona exatamente o esquema, e o processo de entrada também não é tão fácil/transparente como no MyFonts por exemplo. Tem o lado bom de fornecer um alcance enorme, mas tem o lado ruim de perder o controle sobre quem está usando as fontes aonde. Pra saber se vale a pena teria que ver o lado financeiro da coisa (que eu não tenho a menor ideia de qual é).

*A pandemia afetou a fundição? Se sim, como? E hoje, no pós-pandemia, há diferenças em relação ao pré-pandemia no quesito de compras e uso das fontes ou serviços do estúdio?*

Afetou no sentido de que se não fosse a pandemia provavelmente a Ferpa não teria itálicos nem minúsculas. Como a Typeóca é um projeto “paralelo”, as fontes costumam funcionar numa lógica meio MVP, mas aí a pandemia trouxe um oceano de tempo confinado que acabei gastando uma parte expandindo o escopo do projeto (e as outras com desespero, depressão etc.)

*Qual a sua expectativa para o futuro da Typeóca?*

Tem a expectativa de lançar uma família nova ano que vem, que era pra ter saído esse ano – mas que acabou tendo que ser adiada porque

um outro projeto paralelo acabou tomando uma proporção inesperada. Num sentido mais amplo, a ideia é ir expandindo e consolidando a *foundry* aos poucos, para que ela possa trazer mais oportunidades de trabalho e mais renda.

*Sobre o mercado nacional, como você vê o uso das suas fontes por designers brasileiros? Saberia dizer se usam mais, menos ou igual a designers do exterior?*  
O uso das fontes da Typeóca é muito mais expressivo no Brasil do que fora dele. As vendas no exterior as vezes são até maiores, mas os usos da fonte no Brasil acabam tendo uma reverberação maior dentro da nossa bolha do design.

*Por fim, como você entende o cenário do design de tipos no Brasil hoje?*  
Acho que tem crescido bastante e de forma bem rápida nos últimos anos.



## Anexo 8

### Tabela Informacional do Acervo de Tipos para Varejo Estudado

Organizada por ano de lançamento, e então por ordem alfabética. A coluna de colaboração informa quem participou na equipe de design, assistência, produção e/ou engenharia dos tipos, e está organizada pela ordem citada e pela ordem de profissionais informada por cada fundição. A seguir.

TIPO	FUNDIÇÃO	DESIGNER(S)	COLABORAÇÃO	EXTENSÃO	CATEGORIA	SUBCAT.	CLASSE	DISPLAY OU TEXTO	FONTES	VARIÁVEL?	ANO	
Jana Thorlk	Outras Fones	Ricardo Esteves		Família	Caligráfica	Incisa, Manual	Ponta chata	Display	2	Não	2007	
Maryam	Outras Fontes	Ricardo Esteves		Família	Caligráfica	<i>Script</i>		Display	2	Não	2007	
Scrivano	Outras Fones	Ricardo Esteves		Família	Caligráfica	Manual	Ponta chata	Display	4	Não	2007	
Gaia	Outras Fontes	Ricardo Esteves		Fonte	Ornamental				1		2008	
Hachura	Outras Fones	Ricardo Esteves		Fonte	Caligráfica	Manual	Alternativa	Display	1	Não	2008	
Force	Outras Fones	Ricardo Esteves		Família	Sem Serifa	Geométrica		Display	4	Não	2009	
Motiva Sans	Plau	Rodrigo Siani	Rainer Erich Scheicheltbauer, Miriam Surányi	Família	Sem Serifa	Neogrotesca		Texto	14	Sim	2009	
Alegria	Outras Fontes	Ricardo Esteves		Família	Sem Serifa	Neogrotesca		Display	4	Não	2010	
PixelReto	Typeóca	Gabriel Figueiredo		Família				Bitmap	Display	4	Não	2011
Plau	Plau	Rodrigo Siani		Família	Sem Serifa	Geométrica		Display	12	Não	2011	
Directa Serif	Outras Fones	Ricardo Esteves		Família	Serifada	Transicional		Texto	14	Sim	2013	
Guanabara	Plau	Rodrigo Siani		Família	Sem Serifa	Humanista		Display, Texto	25	Sim	2013	
Primot	Plau	Rodrigo Siani		Fonte	Caligráfica	Manual	Pincel	Display	1	Não	2013	

TIPO	FUNDIÇÃO	DESIGNER(S)	COLABORAÇÃO	EXTENSÃO	CATEGORIA	SUBCAT.	CLASSE	DISPLAY OU TEXTO	FONTE(S)	VARIÁVEL?	ANO
Progressiva	Outras Fontes	Ricardo Esteves		Família	Sem Serifa	Grotessa		Texto	11	Não	2013
Gandur	Blackletra	Daniel Sabino	Chester Jenkins	Família	Caligráfica	<i>Blackletter</i>	Textura	<i>Display</i>	6	Não	2014
Haltrix	Blackletra	Daniel Sabino	Chester Jenkins	Fonte	Caligráfica	<i>Script</i>		<i>Display</i>	1	Não	2014
Silva	Blackletra	Daniel Sabino	Chester Jenkins	Família	Serifada	Transicional		<i>Display, Texto</i>	26	Não	2015
Tenez	Plau	Rodrigo Saiani		Família	Serifada	Didótica		<i>Display</i>	8	Sim	2015
The Dada	Typeóca	Gabriel Figueiredo		Fonte	Ornamental				1	Não	2015
Gothiks	Blackletra	Daniel Sabino	Lucas Gini	Família	Sem Serifa	Geométrica		<i>Display</i>	36	Não	2016
Lembra	Fabio Haag Type	Fabio Haag	Henrique Beier	Família	Sem Serifa	Humanista		Texto	12	Sim	2016
Odisseia	Plau	Rodrigo Saiani	Flora de Carvalho	Família	Sem Serifa	Geométrica		Texto	8	Não	2016
Ofelia	Blackletra	Daniel Sabino	Lucas Gini, Henrique Beier	Família	Sem Serifa	Geométrica		<i>Display, Texto</i>	24	Não	2016
Margem	Fabio Haag Type	Fabio Haag	Henrique Beier, Ana Laydner, Edilson Coan	Super-família		Humanista, Geonémérica		<i>Display, Texto</i>	84	Sim	2017
Noka	Blackletra	Daniel Sabino	Lucas Gini	Família	Sem Serifa	Geométrica		<i>Display</i>	6	Não	2017
Sagarana	Eller Type	Emerson Eller		Família	Sem Serifa	Humanista		<i>Display</i>	3	Não	2017
Sua	Fabio Haag Type	Fabio Haag	Henrique Beier	Família	Sem Serifa	Geométrica		<i>Display, Texto</i>	7	Sim	2017

TIPO	FUNDIÇÃO	DESIGNER(S)	COLABORAÇÃO	EXTENSÃO	CATEGORIA	SUBCAT.	CLASSE	DISPLAY OU TEXTO	FONTES	VARIÁVEL?	ANO
Graúna	Typeóca	Gabriel Figueiredo		Fonte	Sem Serifa	Neogrotesca		Display	1	Não	2018
Manteiga	Plau	Rodrigo Siani		Fonte	Caligráfica	Manual	Pincel	Display	1	Não	2018
Capellina	Outras Fontes	Ricardo Esteves		Super-família	Caligráfica, Serifada	Script, Humanista		Display	4	Não	2019
MAP	Typeóca	Gabriel Figueiredo		Fonte	Sem Serifa	Geométrica		Display	1	Sim	2019
Vinila	Plau	Flora de Carvalho	Rodrigo Siani	Família	Sem Serifa	Grotesca		Texto	48	Sim	2019
Elizabeth	Blackletra	Daniel Sabino	Lucas Gni, Henrique Beier	Família	Serifada	Retangular		Texto	28	Não	2020
Igual	Fabio Haag Type	Henrique Beier		Família	Sem Serifa	Geométrica		Texto	32	Sim	2020
Salsero	Plau	Rodrigo Siani		Fonte	Caligráfica	Manual	Pincel	Display	1	Não	2020
Eiko	Inari Type	Caio Kondo		Família	Serifada	Transicional		Display	16	Sim	2021
Elza	Blackletra	Daniel Sabino	Lucas Gni, Henrique Beier, Diego Maldonado	Família	Sem Serifa	Neogrotesca		Texto	70	Sim	2021
Ferpa	Typeóca	Gabriel Figueiredo		Família	Serifada	Humanista		Display	18	Não	2021
Itacolomi	Eller Type	Emerson Eller		Família	Serifada	Transicional		Texto	12	Não	2021

TIPO	FUNDIÇÃO	DESIGNER(S)	COLABORAÇÃO	EXTENSÃO	CATEGORIA	SUBCAT.	CLASSE	DISPLAY OU TEXTO	FONTE(S)	VARIÁVEL?	ANO
Perva	Eller Type	Emerson Eller		Super-família	Caligráfica, Serifada	<i>Blackletter</i> , Retangular	Textura	Display	3	Não	2021
Redonda	Plau	Carlos Mignot		Família	Sem Serifa	Humanista		Texto	24	Sim	2021
Salva	Fabio Haag Type	Edulison Coan	Fabio Haag, Henrique Beier, Ana Laydner	Família	Sem Serifa	Humanista		Texto	18	Sim	2021
Seiva	Fabio Haag Type	Ana Laydner	Henrique Beier, Edulison Coan, Fabio Haag	Família	Sem Serifa	Humanista		Texto	36	Sim	2021
Carbona	Plau	Carlos Mignot	Rodrigo Saiani	Família	Sem Serifa	Geométrica		Texto	32	Sim	2022
Dupincel	Plau	Rodrigo Saiani		Família	Serifada	Garaldina		Texto	36	Sim	2022
Gal Gothic	Blackletra	Daniel Sabino	Lucas Gini, Henrique Beier	Família	Sem Serifa	Grotesca		Texto	36	Sim	2022
Juma	Plau, Naipé Foundry	Cyla Costa	Aline Kaori, Álvaro França, Felipe Casaprina	Família	Caligráfica	Manual	Alternativa	Display	2	Não	2022
Magno	Blackletra	Lucas Gini	Henrique Beier	Super-família	Serifada, Sem Serifa	Retangular, Grotesca		Display	32	Sim	2022
Mori	Inari Type	Caio Kondo	Mat Desjardins, Satsuki Arakaki	Família	Sem Serifa	Neogrotesca		Texto	16	Sim	2022

TIPO	FUNDIÇÃO	DESIGNER(S)	COLABORAÇÃO	EXTENSÃO	CATEGORIA	SUBCAT.	CLASSE	DISPLAY OU TEXTO	FONTES	VARIÁVEL?	ANO
Olivia	Plau	Rodrigo Siani		Família	Serifada	Retangular		Display	2	Não	2022
Pausa	Fabio Haag Type	Eduilson Coan	Henrique Beier, Thiago Bellotti	Família	Serifada	Geraldina		Texto	6	Sim	2022
Triz	Typeóca	Gabriel Figueiredo		Família	Sem Serifa	Grotesca		Display, Texto	15	Sim	2022
Versos	Fabio Haag Type	Eduilson Coan	Henrique Beier, Ana Laydner, Thiago Bellotti, Fabio Haag	Super-família	Sem Serifa	Grotesca, Geométrica		Texto	16	Sim	2022
Air	Inari Type	Mat Desjardins, Caoi Kondo		Família	Sem Serifa	Grotesca		Texto	36	Sim	2023
Compasso	Plau	Rodrigo Siani		Família	Sem Serifa	Geométrica		Texto	36	Sim	2023
Curiosa	Fabio Haag Type	Henrique Beier	Ana Laydner, Eduilson Coan, Fabio Haag	Família	Sem Serifa	Humanista		Texto	18	Sim	2023
Kimura Sans	Plau	Carlos Mignot	Rodrigo Siani; Gabriel Mesoma	Família	Sem Serifa	Humanista		Display, Texto	28	Sim	2023
Modet	Plau	Matheus Fragoso	Felipe Casapima, Rodrigo Siani	Família	Sem Serifa	Humanista		Texto	10	Sim	2023

TIPO	FUNDIÇÃO	DESIGNER(S)	COLABORAÇÃO	EXTENSÃO	CATEGORIA	SUBCAT.	CLASSE	DISPLAY OU TEXTO	FONTES	VARIÁVEL?	ANO
Passeio	Fabio Haag Type	Ana Laydner	Henrique Beier, Eduiison Coan, Fabio Haag	Família	Sem Serifa	Humanista		Texto	16	Sim	2023
Passo	Fabio Haag Type	Ana Laydner	Henrique Beier, Eduiison Coan, Fabio Haag	Família	Sem Serifa	Geométrica		Texto	16	Sim	2023
Ponta Text	Outras Fontes	Ricardo Esteves		Família	Caligráfica	Incisa		Texto	18	Sim	2023
Quiz	Plau	Lu Leitenperger	Henrique Beier	Família	Sem Serifa	Humanista		Display, Texto	28	Sim	2023
Aconchego	Fabio Haag Type	Sofia Mohr	Henrique Beier, Fabio Haag	Família	Sem Serifa	Geométrica		Display, Texto	18	Sim	2024
Dorival ui	Blackletra	Daniel Sabinio, Lucas Gini	Matheus "Fio" Gonçalves, Henrique Beier	Família	Sem Serifa	Neogrotesca		Texto	42	Sim	2024
Drummond	Blackletra	Emerson Eller	Lucas Gini, Henrique Beier, Daniel Sabino	Família	Serifada	Garaldina		Texto	10	Sim	2024
Firula	Plau	Rodrigo Siani		Família	Caligráfica	Manual	Pincel	Display	8	Sim	2024
Janone	Outras Fontes	Ricardo Esteves		Família	Sem Serifa	Humanista		Texto	18	Sim	2024
Massima	Plau	Carlos Mignot		Família	Sem Serifa	Geométrica		Display	20	Sim	2024
Matria	Plau	Rodrigo Siani		Família	Sem Serifa	Grotesca		Display	72	Sim	2024

TIPO	FUNDIÇÃO	DESIGNER(S)	COLABORAÇÃO	EXTENSÃO	CATEGORIA	SUBCAT.	CLASSE	DISPLAY OU TEXTO	FONTES	VARIÁVEL?	ANO
Nikkei	Inari Type	Cao Kondo, Satsuki Arakaki, Mat Desjardins, Francesca Bolognini		Super-família	Sem Serifa	Grotesca, Geométrica, Humanista		Display	72	Sim	2024
Pacaembu	Plau, Naipe Foundry	Álvaro França, Felipe Casapríma		Família	Sem Serifa	Geométrica		Display	7	Sim	2024
Paddock	Plau	Carlos Mignot		Família	Sem Serifa	Humanista		Display	60	Sim	2024
Pitanga	Fabio Haag Type	Sofia Mohr	Fabio Haag, Ana Laydner, Henrique Beier, Edulison Coan	Família	Sem Serifa	Geométrica		Display, Texto	16	Sim	2024
Amarta	Plau, nöndef Type	Diego Maldonado		Família	Serifada	Retangular		Display, Texto	11	Sim	2025
Model	Inari Type	Cao Kondo, Francesca Bolognini, Mat Desjardins		Família	Sem Serifa	Geométrica		Display	72	Sim	2025
Realce	Plau	Carlos Mignot		Fonte	Sem Serifa	Grotesca		Display	1	Não	2025
Spalla	Plau	Rodrigo Saiani		Família	Sem Serifa	Geométrica		Display	9	Sim	2025

# Índice de Profissionais do Tipo

## Designers de Tipos, Fundidores, Impressores, Punctionistas e Tipógrafos

- Adreson 49  
Afshar, Sahar 29  
Ahrens, Tim 117  
Alves, Jackson 49  
Antunes, Frederico 49  
Aragão, Isabella Ribeiro 35, 40-42, 128  
Arakaki, Satsuki 88-89, 92-93, 217  
Augusto, Yomar 49  
Austin, Richard 156
- Bacon, Billy 44-45, 195  
Balonchard, Isaac “João” 40  
Bandeira, Wagner 87, 208  
Barbé, Jean 62, 201  
Barbosa, Manuel José 36, 38  
Beier, Henrique 74-75, 79-80, 82, 188, 197-198, 200  
Benton, Moris Fuller 61  
Berliner, Eduardo 49  
Bittrof, Max 58  
Blokland, Frank E. 136, 188  
Bodoni, Giambattista 15, 151, 153  
Bolognini, Francesca 93, 95
- Bringhurst, Robert 20, 23, 27, 30, 33, 88  
Buggy, Leonardo 46
- Cantarino, América 49  
Capeto, Rodolfo 47-48  
Capilé, Guilherme 45  
Cardinali, Luciano 45, 47  
Caro, Fernando 74  
Carpenter, Ron 74  
Carson, David 195  
Caruso, Victor 122  
Carvalho, Flora de 114, 136, 220  
Casapríma, Felipe 118, 121  
Caslon (família) 15  
Chagas, Paulo André 49  
Chahine, Nadine 29  
Cheng, Karen 88, 221  
Coan, Eduilson 74-75, 79-81, 196, 198-199  
Coles, Stephen 265  
Consolo, Cecilia 45  
Corrêa, Isac 49-50  
Costa, Cyla 117, 136  
Coutinho, Solange 35, 67, 181

- Cruz, Crystian 46, 195  
 Cunha, Luiza Falcão Soares 27, 35, 208
- De Marco, Caio 49  
 De Marco, Tony 43, 45-47, 49  
 Desjardins, Mat 89, 92-93, 95, 216, 221-222  
 Didot, Firmin 151  
 Dietzsch, Rafael 231  
 Dixon, Catherine 29  
 Downer, John 130  
 Dui, Julio 45-46
- Eller, Emerson 9, 38, 40, 62, 65-71, 128, 136, 138, 141, 143, 146, 153, 162-163, 179-193  
 Esteves, Ricardo 9, 26, 42-43, 46-47, 49, 51, 99-105, 136-138, 141-143, 146, 168-169, 229-245
- Farias, Priscila 17, 21-22, 28, 30, 40-43, 45, 99, 195, 230  
 Ferreira, Gustavo 45, 49  
 Figueiredo, Gabriel 9, 127-132, 139-140, 142, 172-173, 251-255  
 Finizola, Fátima 66, 193  
 Fleischman, Joan Michaël 130  
 Fragoso, Matheus 119  
 Franca, Álvaro 118, 121  
 Frutiger, Adrian 60
- Garamond, Claude 15, 62-63, 152, 185, 189  
 Gini, Lucas 56, 61, 63, 188  
 Gomes, Jarbas 49  
 Gonçalves, Matheus “Fio” 56  
 Griffó, Francesco 152  
 Guimarães, Vinícius 66, 181  
 Gutenberg, Johannes 15
- Haag, Fabio 9, 49, 52, 73-85, 137-138, 141-142, 195-205  
 Haag, Luciana 74  
 Hansard, Thomas C. 69-70  
 Henestrosa, Cristobal 87-88  
 Hudson, John 29
- Jenson, Nicolas 15  
 Johnston, Edward 101  
 Jung, Erica 49, 53  
 Justi, Daniel 49
- Kaden, Joel 116  
 Kaizer, Felipe 49  
 Kettler, Howard 113  
 Klingspor, Karl 41  
 Kondo, Caio 9, 87-97, 138, 142, 166-167, 207-227  
 Kupferschmid, Indra 29
- Lain, Rafael 45-46  
 Lassala, Gustavo 47  
 Laydner, Ana 74-75, 80, 82, 136, 164-165, 196-197  
 Leitenberger, Lu 119-120, 136  
 Leonidas, Gerry 67, 183  
 Lessa, Washington 230  
 Lewis, William 68  
 Lima, Edna Lucia Cunha 35-37, 40-41  
 Lima, Guilherme Cunha 36-37  
 Lima, Marconi 49-50  
 Lopez, Fabio 45  
 Lotufo, Laura 49
- Maag, Bruno 73-74, 195, 204  
 Madureira “Para”, João Francisco de 36-38  
 Maldonado, Diego 49, 122  
 Manuzio, Aldo 152

- Marcin, Ricardo 49, 53  
Martins, Fernanda 36-37, 46  
Mashio, Anderson 49  
Megda, Ana Paula 47  
Mello, Bruno 47  
Mello, Fernando 49  
Meneses, Padre Viegas de 36, 38  
Meseguer, Laura 88  
Mesoma, Gabriel 118  
Miedinger, Max 60  
Mignot, Carlos 108, 111, 115-116,  
    118, 120, 122-123, 247  
Miller, William 68, 156  
Mohr, Sofia 74-75, 83, 136, 196  
Nardi, Henrique 47, 51, 195  
Navarro, Mariana 108  
Nogueira, Leandro 46  
Novarese, Aldo 81  
  
Omine, Eduardo 49  
  
Paltram, Lukas 74  
Piqueira, Gustavo 22, 42, 45-46  
  
Reis, Jorge dos 65, 181  
Renner, Paul 122  
Rocha, Claudio 22, 43-46  
Rosa, João Henrique 41  
  
Sabino, Daniel 9, 52, 55-64, 67,  
    138, 140, 142, 160-161, 175-178,  
    184-185  
Saiani, Rodrigo 9, 49, 87, 107-125,  
    137, 140, 142, 170-171, 204, 238,  
    247-250  
Santa Rosa, Tomás 68, 183  
Saraiva, Rafael 74  
Scaglione, José 87-88  
Schudel, Jonas 74  
Sesma, Manuel 29  
Sherman, Nick 29  
Shinn, Nick 68  
Silva, Sérgio Antônio 181  
Stan, Tony 116  
Stolarski, André 20-21, 23, 27, 30  
  
Tscherkassky, Josef 41  
  
Unger, Gerard 67, 104, 183, 185, 234  
  
Vázquez Conde, Leonardo 29  
Vox, Maxmillien 28  
  
W, Iza 49  
W, Paulo 49-50  
Willis, Nathan 29  
Wolf, Rudolf 61



# Índice de Fundições e Tipografias Citadas

- American Type Founders (ATF) 61  
Armasen 47
- Bauer 58  
Bauersche Gießerei 122  
Blackletter 52, 55-64, 67, 139-140,  
142, 160-161, 175-178, 184, 191,  
197, 205
- BRTyp 47  
ByType 49, 73
- Caslon & Catherwood 69-70, 153  
Chiba Chiba 49  
Custom Types 49  
Consolo & Cardinali Design 45
- D. Stempel 41-42, 61, 120  
Dalton Maag 49, 73-75, 85, 101,  
195-197, 203-204, 238  
Deberny & Peignot 60  
Deutsches Institut Für Normung  
(DIN) 63  
dooType 49, 52, 75, 209  
Dutch Type Library 200
- Eller Type 38, 62, 65-71, 143,  
162-163, 179-193  
Emigre 130  
Escaphandro 52  
Estranho Tipo 49
- Fabio Haag Type 49, 52, 73-85,  
136, 139, 142-143, 146, 164-165,  
195-205, 220, 244  
Fann Street Foundry 131  
Fictilia 49  
Fontes Carambola 45  
Forte Type 49  
Fundição de Typos Henrique  
Rosa 35, 41  
Fundição de Tipos Modernos  
(Funtimod) 35, 41-42, 120  
Fundição Francesa 40  
Fontsmith 49
- Gemada Tipográfica 45-46
- H. Berthold 129  
Haas 41, 60  
Harbor Type 75, 79, 197  
Hipertipo 49

- IBM 113
- Inari Type 87-97, 139, 142, 166-167, 207-227
- Imprensa Nacional 35, 40, 192
- Intellecta Design 49, 50, 52
- International Typeface Corporation (ITC) 43-44, 116
- Isaco Type 49-50
- Just In Type 43, 49, 52
- Lady America Type 49
- LatinoType 75
- Microsoft 241
- Miller & Richard 156
- Monotype 21-22, 28-29, 60, 71, 105, 124, 131, 133-135, 137, 139-141, 183, 191, 211, 232, 240-242
- Morisawa 58, 212, 215
- Naipe Foundry 117, 121
- Niramekko Foundry 49, 107-108, 112, 247
- Nebiolo 81
- Noinfonts 45-46
- notdef Type 122
- NowType 52
- Oficina Tipográfica São Paulo (OTSP) 61
- Omine Type 49
- Outras Fontes 42, 49, 99-105, 168-169, 229-245
- Pangram Pangram 89, 91-93, 96, 142, 211, 215-216, 220-225
- Photo-Lettering 122
- Plau 49, 52, 87, 107-125, 139, 142, 146, 170-171, 204-205, 209, 213, 219-220, 244, 247-250
- Pintassilgo Prints 49, 52-53
- ProDesign Ufes 99-100
- Schelter & Giesecke 41
- Sea Types 52
- Subvertaipe 44-45
- T-26 43
- [Tipografia de João Francisco de Madureira Pará] 36-37
- Tipografia Patrícia de Barbosa 38-39, 68-69
- Tipopótamo Fontes 45-46
- Tipos do aCASO 45-46
- Tipos Maléficos 46
- Type-Ø-Tones 55
- Type Curitiba 49
- Typefolio 49-50
- Typeóca 127-132, 139, 142-143, 172-173, 251-255
- TypeTogether 49, 104, 197, 234

# Índice de Tipos Citados

- Aconchego (Sofia Mohr, Fabio Haag Type, 2024) 83  
After (Fabio Haag, ByType, 2006) 73  
Air (Mat Desjardins & Caio Kondo, Inari Type/Pangram Pangram, 2023) 92-93, 96, 216-217  
Aktiv Grotesk (Bruno Maag *et al.*, Dalton Maag, 2010) 74  
Alegria (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2010) 102-103  
Almaq (Fabio Haag, Dalton Maag, 2011) 74  
Alverata (Gerard Unger, TypeTogether, 2014) 104, 234  
Amarta (Diego Maldonado, Plau/notdef Type, 2025) 122-123  
American Typewriter (Joel Kaden & Tony Stan, ITC, 1974) 116  
Antique (Caslon & Catherwood, 1821) 70  
Arial (Robin Nicholas & Patricia Saunders, Monotype, 1982) 21  
  
Baigon (Gustavo Ferreira, Fontes Carambola, 2000) 45  
Blesqblom (Gustavo Ferreira, Fontes Carambola, 1998) 45  
Block (H. Berthold, 1908) 129, 253  
Bodoni (termo genérico; tipos originais por Giambattista Bodoni) 21  
Brothers (John Downer, Emigre, 1999) 130, 253  
Brumadinho (Daniel Sabino, Blackletra, 2023) 56-57, 176  
  
Capellina (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2019) 103, 105, 236  
Carbona (Carlos Mignot, Plau, 2022) 116  
Chamuyo (Caio Kondo, 2018) 88  
Clarendon (Fann Street, 1845) 131, 253  
Compasso (Rodrigo Saiani, Plau, 2023) 118, 170-171

- Cordale (Fabio Haag, Ron Carpenter & Lukas Paltram, Dalton Maag, 2008) 74  
Courier (Howard Kettler, IBM, 1956) 113  
Cryptocomix (Priscila Farias, t-26, 1997) 43  
Curiosa (Henrique Beier, Fabio Haag Type, 2023) 82
- DIN 1451 (DIN, 1931) 63  
Directa Serif (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2013) 101, 103, 234, 240  
Dorival UI (Daniel Sabino & Lucas Gini, Blackletra, 2024) 63  
Drummond (Emerson Eller, Blackletra, 2024) 62-63, 67, 70, 71, 136, 182, 185-186, 188-189, 191  
Dupincel (Rodrigo Saiani, Plau, 2022) 117, 248
- Effra (Jonas Schudel *et al.*, Dalton Maag, 2008) 74  
Eiko (Caio Kondo, Inari Type, 2021) 91, 96, 213-217, 221  
Element (Max Bitrof, Bauer, 1933) 58  
Elizeth (Daniel Sabino, Blackletra, 2020) 60  
Elza (Daniel Sabino, Blackletra, 2021) 60-61  
Enjoei Display (Daniel Sabino, Blackletra, 2023) 56-57  
Eurostile (Aldo Novarese, Nebiolo, 1962) 81
- Ferpa (Gabriel Figueiredo, Typeóca, 2021) 130, 253-254  
Firula (Rodrigo Saiani, Plau, 2024) 121, 248  
Foco (Fabio Haag, ByType/Dalton Maag, 2007) 73-74  
Force (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2009) 101-102  
Franklin Gothic (Moris Fuller Benton, ATF, 1902-1912) 61  
Franz (Caio Kondo, 2017) 87  
Futura (Paul Renner, Bauersche Gießerei, 1927) 122  
Futura Maxi (Victor Caruso, Photo-Lettering, 1960) 122
- Gaia (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2008) 102  
Gal Gothic (Daniel Sabino, Blackletra, 2022) 61  
Gandur (Daniel Sabino, Blackletra, 2014) 58-59  
Gema (Claudio Rocha, ITC, 1998) 43-44  
Georgia (Matthew Carter, Microsoft, 1996) 241  
Gothiks (Daniel Sabino, Blackletra, 2016) 59  
Graúna (Gabriel Figueiredo, Typeóca, 2018) 129, 252-253  
Gros-Romain (Claude Garamond, s. d.) 62  
Guanabara (Rodrigo Saiani, Plau, 2013) 112

- Hachura (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2008) 102, 236  
Haltrix (Daniel Sabino, Blackletra, 2014) 58  
Helvetica (Max Miedinger, Hass, 1957) 60, 208  
Houaiss (Rodolfo Capeto, Houaiss, 2001) 47-48
- Igual (Henrique Beier, Fabio Haag Type, 2020) 79  
Inari Typeface (Caio Kondo & Satsuki Arakaki, Inari Type, 2020) 88, 222  
Itacolomi (Emerson Eller, Eller Type, 2021) 66-69, 71, 136, 162-163, 180,  
182-184, 186-189, 192  
Italian (Caslon & Catherwood, 1821) 70
- Jana Thork (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2007) 101-102  
Juma (Cyla Costa, Plau/Naipe Foundry, 2022) 117
- Karol (Daniel Sabino, Type-Ø-Tones, 2011) 55  
Karol Sans (Daniel Sabino, Type-Ø-Tones, 2014) 55  
Kimura Sans (Carlos Mignot, Plau, 2023) 118-119
- Lembra (Fabio Haag, Fabio Haag Type, 2016) 76, 78  
LowTech (Priscila Farias, T-26, 1997) 43  
Lumaia Typeface (Caio Kondo, Inari Type, 2022) 89-90
- Magno (Lucas Gini, Blackletra, 2022) 61-62  
Manteiga (Rodrigo Saiani, Plau, 2018) 114, 248  
MAP (Gabriel Figueiredo, Typeóca, 2019) 129, 253  
Margem (Fabio Haag, Fabio Haag Type, 2017) 78-79  
Marola (Billy Bacon, Subvertaipe, 1997) 44-45  
Maryam (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2007) 99-101, 233  
Massima (Carlos Mignot, Plau, 2024) 122  
Matria (Rodrigo Saiani, Plau, 2024) 120  
Mediane Romaine (Claude Garamond, s. d.) 62  
Memphis (Rudolf Wolf, D. Stempel, 1929) 61-62  
Model (Caio Kondo, Francesca Bolognini & Mat Desjardins, Inari  
Type, 2025) 95  
Modet (Matheus Fragoso, Plau, 2023) 119  
Montevideo (Guilherme Capilé, Fontes Carambola, 1999) 45  
Mori (Caio Kondo, Satsuki Arakaki & Mat Desjardins, Inari Type,  
2022) 88-89, 92, 213, 216  
Motiva Sans (Rodrigo Saiani, Plau, 2009) 108-109, 112, 248

- Nikkei (Caio Kondo *et al.*, Inari Type, 2024) 89, 93-95, 166-167, 216-218, 220-221
- Niramekko Ichi (Rodrigo Saiani, Niramekko Foundry, 2007) 108
- Noka (Daniel Sabino, Blackletra, 2017) 59-60
- Odisseia (Rodrigo Saiani, Plau, 2016) 113-114
- Ofelia (Daniel Sabino, Blackletra, 2016) 59-60, 160-161
- Olivita (Rodrigo Saiani, Plau, 2022) 116
- Pacaembu (Álvaro Franca & Felipe Casaprima, Plau/Naipe Foundry, 2024) 121
- Paddock (Carlos Mignot, Plau, 2024) 120-121
- Passeio (Ana Laydner, Fabio Haag Type, 2023) 82-83
- Passo (Ana Laydner, Fabio Haag Type, 2023) 82-83
- Pausa (Eduilson Coan, Fabio Haag Type, 2022) 80-81
- Perva (Emerson Eller, Eller Type, 2021) 69-70, 184
- Pitanga (Sofia Mohr, Fabio Haag Type, 2024) 83
- Pixel Reto (Gabriel Figueiredo, Typeóca, 2011) 128, 251-252
- Plau (Rodrigo Saiani, Plau, 2011) 112
- Ponta Text (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2023) 103-105, 168-169, 233-236
- Primot (Rodrigo Saiani, Plau, 2013) 113
- Progressiva (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2013) 101, 103, 234
- Prometo (Fabio Haag & Fernando Caro, Dalton Maag, 2014) 74
- Quadrada (Priscila Farias, t-26, 1998) 43
- Quiz (Lu Leitenperger, Plau, 2023) 119
- Realce (Carlos Mignot, Plau, 2025) 123
- Redonda (Carlos Mignot, Plau, 2021) 115
- Reform Grotesk (D. Stempel, c. 1924) 120
- Rockwell (Monotype, 1934) 60
- Sagarana (Emerson Eller, Eller Type, 2017) 67-68, 183, 191-192
- Salsero (Rodrigo Saiani, Plau, 2020) 115
- Salva (Eduilson Coan, Fabio Haag Type, 2021) 79-80
- Scrivano (Ricardo Esteves, Outras Fontes, 2007) 101, 236
- Seiva (Ana Laydner, Fabio Haag Type, 2021) 80, 164-165, 200
- Soleto (Fernando Caro, Fabio Haag & Daniel Saraiva, Dalton Maag, 2014) 74

- Spalla (Rodrigo Saiani, Plau, 2025) 123  
Sua (Fabio Haag, Fabio Haag Type, 2017) 78  
Sucata (Emerson Eller, 2014) 66  
Sumô (Tony de Marco, 1989) 43
- Tenez (Rodrigo Saiani, Plau, 2015) 113, 117  
The Dada (Gabriel Figueiredo, Typeóca, 2015) 129, 252-253  
Times New Roman (Stanley Morison & Victor Lardent, Monotype, 1931) 21-22  
Tipografia Banco do Brasil (Fabio Haag Type, 2020) 76-77  
Tipografia de Rua (Fabio Haag Type, 2023) 76-77  
Triz (Gabriel Figueiredo, Typeóca, 2022) 131, 253
- Ufes Sans (ProDesign Ufes, 2013; versão 2.0 2024) 100, 240  
Underscript (Claudio Rocha, ITC, 1997) 43  
Univers (Adrian Frutiger, Deberny & Peignot, 1957) 60
- Verdana (Matthew Carter, Microsoft, 1996) 241  
Versos (Eduilson Coan, Fabio Haag Type, 2022) 81  
[Very New Old English] (Caslon & Catherwood, 1821) 69-70  
Vinila (Flora de Carvalho, Plau, 2019) 114
- Wixx Mono (Caio Kondo, 2019) 88



# Referências

## BIBLIOGRAFIA

- ADG BRASIL. *14ª Bienal Brasileira de Design*. Disponível em: [www.biennaladg.org.br](http://www.biennaladg.org.br). Acesso em: 11 fev. 2025.
- ARAGÃO, Isabella Ribeiro. *Tipos Móveis de Metal da Funtimod: Contribuições para a História Tipográfica Brasileira*. São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2016. Tese de Doutorado em Design e Arquitetura.
- & LIMA, Edna Lucia Cunha. “Um Estudo Comparativo Entre a Função de Typos Henrique Rosa e a Funtimod”. *Revista Brasileira de Design da Informação*, vol. 16, n. 3, pp. 419-433, 2019.
- ARAKAKI, Satsuki. Currículo da Plataforma *LinkedIn*. S.d. Disponível em: [www.br.linkedin.com/in/esatsuki](http://www.br.linkedin.com/in/esatsuki). Acesso em: 16 mar. 2025.
- ATYPI. *Funtimod – Isabella Aragão [ATyPI São Paulo]*. YouTube, 22 abr. 2016. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=df1fBJvibHE&t=1s](https://www.youtube.com/watch?v=df1fBJvibHE&t=1s). Acesso em: 10 fev. 2025.
- BEIER, Henrique. “Extra! Extra! A Igual Chegou!”. *Harbor Type (blog)*, 1 out. 2020. Disponível em: [www.harbortype.com/br/extra-extra-a-igual-chegou/](http://www.harbortype.com/br/extra-extra-a-igual-chegou/). Acesso em: 15 fev. 2025.
- BENNETT, Harry. “Rooted in Japanese-Brazilian Culture, Inari Type Aims to Further Understand Its Heritage”. *It's Nice That*, 22 abr. 2020. Disponível em: [www.itsnicethat.com/articles/inari-type-graphic-design-220420](http://www.itsnicethat.com/articles/inari-type-graphic-design-220420). Acesso em: 16 mar. 2025.
- BRINGHURST, Robert. *Elementos do Estilo Tipográfico*. Versão 4.0. São Paulo, Ubu, 2018.

- BRITISH Standards Institution. "British Standards for Type Classification". *British Standards*, vol. 2961, 1967. Disponível em: [www.luc.devroye.org/britishstandards.html](http://www.luc.devroye.org/britishstandards.html). Acesso em: 4 maio 2025.
- CASLON & CATHERWOOD. *Specimen of Printing Types*. London, Bensley & Sons, 1821. Disponível em: [www.archive.org/details/19505\\_20211124](http://www.archive.org/details/19505_20211124). Acesso em: 21 abr. 2025.
- CHENG, Karen. *Designing Type*. 2. ed. New Haven (CT), Yale University Press, 2020.
- CHILDERS, Taylor; GRISCTI, Jessica & LEBEN, Liberty. "25 Systems for Classifying Typography: A Study in Naming Frequency". *Parsons Journal for Information Mapping*, vol. 5, n. 1, Inverno 2013.
- COSTA, Ana Kossoski & ARAGÃO, Isabella Ribeiro. "A Pixação Enquanto Linguagem Gráfica: Aspectos Formais das Assinaturas do Estilo Pixo Reto". *Blucher Design Proceedings*. São Paulo, Blucher, pp. 149-161, out. 2021.
- CUNHA, Luiza Falcão Soares. *Recomendações para o Ensino do Design de Tipos de Texto nas Universidades Públicas Brasileiras*. Recife, Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, 2021. Tese de Doutorado em Design. Disponível em: [www.repositorio.ufpe.br/handle/123456789/40558](http://www.repositorio.ufpe.br/handle/123456789/40558). Acesso em: 27 ago. 2024.
- ; COUTINHO, Solange & ARAGÃO, Isabella Ribeiro. "Um Panorama do Design de Tipos de Texto no Brasil: Trajetória e Características Atuais". *Anais do 14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*. São Paulo, Blucher, pp. 270-286, 2022.
- CURSO de Design Gráfico – Faculdade Senac go. *Design, Tipografia e Legado*. YouTube, 29 out. 2021. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=oAK9du5-ZxA](https://www.youtube.com/watch?v=oAK9du5-ZxA). Acesso em: 16 mar. 2025.
- DE MARCO, Tony. "Bossa Nova". *Tupigrafia*, n. 8, pp. 72-83, ago. 2008.
- . "Seleção Brasileira". *Tupigrafia*, n. 10, pp. 46-81, abr. 2012.
- DIATIPO. *DiaTipoX 2021 – Luisa Leitenperger*. YouTube, 18 ago. 2021. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=nIXO7Dzn15E](https://www.youtube.com/watch?v=nIXO7Dzn15E). Acesso em: 11 fev. 2025.
- . *DiatipoX – 9ª Tipos Latinos [Manhã]*. YouTube, 25 mar. 2023. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=izGPTLVWg3A](https://www.youtube.com/watch?v=izGPTLVWg3A). Acesso em 17 fev. 2025.
- . *DiatipoX – 9ª Tipos Latinos [Tarde 2]*. YouTube, 25 mar. 2023. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=qxEElpBk-Ouo&](https://www.youtube.com/watch?v=qxEElpBk-Ouo&). Acesso em 1 fev. 2025.
- . *DiaTipo Belém 2023 – Rodrigo Saiani*. YouTube, 12 out. 2023. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=rRZiaZWladQ](https://www.youtube.com/watch?v=rRZiaZWladQ). Acesso em: 9 fev. 2025.

- . *Diatipo Belém – Carlos Mignot*. YouTube, 31 ago. 2024. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=fu9wXgMS6Kk](https://www.youtube.com/watch?v=fu9wXgMS6Kk). Acesso em: 9 fev. 2025.
- ELLER, Emerson. *Letras do Cotidiano: A Tipografia Vernacular na Cidade de Belo Horizonte*. Dissertação de Mestrado. Belo Horizonte, Escola de Design, Universidade Estadual de Minas Gerais, 2014.
- . “Sucata Typeface”. Behance, 26 set. 2017. Disponível em: [www.behance.net/gallery/44289813/Sucata-Typeface](https://www.behance.net/gallery/44289813/Sucata-Typeface). Acesso em: 3 mar. 2025.
- . *Convergências Tipográficas: Uma Análise Crítica de Impressos Luso-Brasileiros dos Séculos XVIII e XIX como um Fundamento para Práticas Contemporâneas em Design de Tipos*. Tese de Doutorado. Lisboa, Faculdade de Belas-Artes, Universidade de Lisboa, 2020.
- ; FINIZOLA, Fátima & GUIMARÃES, Vinícius. “Três Olhares Sobre a Tipografia Vernacular: Estratégias para Investigar a Gráfica Popular de Belo Horizonte, Recife e Rio de Janeiro”. In: BRITO, Camila; VIEIRA, Rosângela & COUTINHO, Solange (orgs.). *Caderninho de Resumos do Livro – Transcursos Memoráveis: Experiências Brasileiras em Memória Gráfica e Estudos da Imagem*. Recife, Zolu, 2023.
- . “Nos Passos de Garamont”. Blacklettra Type Foundry (blog), 9 out. 2024. Disponível em: [www.medium.com/@blacklettra/nos-passos-de-garamont-511fc32f2ac6](https://www.medium.com/@blacklettra/nos-passos-de-garamont-511fc32f2ac6). Acesso em: 27 mar. 2025.
- ESTEVEZ, Ricardo. *O Design Brasileiro de Tipos Digitais: A Configuração de um Campo Profissional*. São Paulo, Blucher, 2010.
- . Currículo do Sistema Currículo Lattes, 15 dez. 2023. Disponível em: [www.lattes.cnpq.br/5842780731872567](https://www.lattes.cnpq.br/5842780731872567). Acesso em: 15 mar. 2025.
- FABIO Haag Type. *The Creative Non-Process of Designing my Latest Typeface [MyFonts]*. YouTube, 14 fev. 2017. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=T4EOnvSB90o](https://www.youtube.com/watch?v=T4EOnvSB90o). Acesso em: 14 fev. 2025.
- . *Lançamento da Tipografia Pausa*. YouTube, 25 maio 2022. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=3qW8-TvTvQ](https://www.youtube.com/watch?v=3qW8-TvTvQ). Acesso em: 14 fev. 2025.
- . *Lançamento da Tipografia Versos*. YouTube, 28 set. 2022. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=Zyw6m2o3E5w](https://www.youtube.com/watch?v=Zyw6m2o3E5w). Acesso em: 15 fev. 2025.
- FARIAS, Priscila Lena. *Estudos Sobre Tipografia: Letras, Memória Gráfica e Paisagens Tipográficas*. São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2016. Tese de Livre-Docência em Design.
- & PIQUEIRA, Gustavo. *Fontes Digitais Brasileiras: De 1989 a 2001*. São Paulo, ADG Brasil/Rosari, 2003.
- FIGUEIREDO, Gabriel. “Graúna: Processos & Perrengues”. Gabriel Figueiredo (blog), 17 maio 2021. Disponível em: [www.medium.com/@gabe\\_figueiredo/grauna-processos-perrengues-175a2a2a2a2a](https://www.medium.com/@gabe_figueiredo/grauna-processos-perrengues-175a2a2a2a2a).

- gabri.fig/graúna-perrengues-processos-8858118a349e. Acesso em: 29 jan. 2025.
- . “Ferpa: Processos & Perrengues”. Gabriel Figueiredo (*blog*), 6 fev. 2023. Disponível em: [www.medium.com/@gabri.fig/ferpa-processos-perrengue-aeb352fbecfc](https://www.medium.com/@gabri.fig/ferpa-processos-perrengue-aeb352fbecfc). Acesso em 1 fev. 2025.
- FRAGOSO, Matheus. “O Processo de Desenho da Modet”. *Entrelinha*, 3 ago. 2022. Disponível em: [www.plau.design/entrelinha/processo-modet/](https://www.plau.design/entrelinha/processo-modet/). Acesso em: 11 fev. 2025.
- GABRIEL Figueiredo. Disponível em: [www.gabrielfigueiredo.com](http://www.gabrielfigueiredo.com). Acesso em: 8 mar. 2025.
- GONÇALVES, Mário Vinícius Ribeiro. “Marconi Lima: Dentro e Fora das Curvas do Design de Tipos”. *Gutenberg – Revista de Produção Editorial*, vol. 4, n. 2, pp. 100-114, 2024.
- GINI, Lucas. “De Memphis a Magno”. *Blackletter Type Foundry* (*blog*), 10 out. 2022. Disponível em: [www.medium.com/@blackletter/de-memphis-a-magno-4cbf7c4d9838](https://www.medium.com/@blackletter/de-memphis-a-magno-4cbf7c4d9838). Acesso em: 9 nov. 2024.
- HAAG, Fabio. “O Super Trunfo das Letras”. *Fabio Haag Type* (*blog*), 25 nov. 2022. Disponível em: [www.fabiohaagtype.com/o-super-trunfo-das-letras/](https://www.fabiohaagtype.com/o-super-trunfo-das-letras/). Acesso em: 15 fev. 2025.
- . “Está Tudo Bem Ir Devagar”. *Fabio Haag Type* (*blog*), 17 fev. 2023. Disponível em: [www.fabiohaagtype.com/esta-tudo-bem-ir-devagar/](https://www.fabiohaagtype.com/esta-tudo-bem-ir-devagar/). Acesso em: 21 mar. 2025.
- HANSARD, T. C. *Typographia: An Historical Sketch of the Origin and Process of the Art of Printing*. London, Baldwin, Cradock and Joy, 1825.
- HENESTROSA, Cristobal; MESEGUER, Laura & SCAGLIONE, José. *Como Criar Tipos: Do Esboço à Tela*. 2. ed. Brasília, Estereográfica, 2020.
- INARI Type. “Nikkei Maru Typeface”. *Behance*, 19 out. 2020. Disponível em: [www.behance.net/gallery/102665979/Nikkei-Maru-Typeface](https://www.behance.net/gallery/102665979/Nikkei-Maru-Typeface). Acesso em: 14 fev. 2025.
- KONDO, Caio & SOUZA, Thiago Augusto de Paula. *Multiversos Narrativos: O Design como Contador de Histórias*. Trabalho de Conclusão de Curso. Goiânia, Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás, 2017.
- . “Chamuyo [Free Font]”. *Behance*, 11 jul. 2018. Disponível em: [www.behance.net/gallery/67722229/chamuyo-Free-Font](https://www.behance.net/gallery/67722229/chamuyo-Free-Font). Acesso em: 11 maio 2025.
- . “Wixx Mono Typeface”. *Behance*, 10 dez. 2019. Disponível em: [www.behance.net/gallery/82433211/Wixx-Mono-Typeface](https://www.behance.net/gallery/82433211/Wixx-Mono-Typeface). Acesso em: 11 maio 2025.
- ; IKOMA, Laís & ARAKAKI, Satsuki. “Nikkei Maru: Uma Abordagem Histórica da Imigração Japonesa para o Continente Americano a Partir de uma Leitura Tipográfica”, *Inari Type* (*blog*), 19 out. 2020.

- LATIN American Design Awards.* Disponível em: [www.ladawards.org](http://www.ladawards.org). Acesso em: 11 fev. 2025.
- LIMA, Edna Lucia Cunha. *Fundidoras de Tipo do Século XIX: Anunciantes no Almanack Laemmert*. Relatório de pesquisa, 2006. Disponível em: [www.gov.br/bn/pt-br/atuacao/pesquisa-e-editoracao/programa-nacional-de-apoio-a-pesquisa/pnap-2006/fundidoras-de-tipo-do-seculo-xix-anunciantes-no-almanack-laemmert](http://www.gov.br/bn/pt-br/atuacao/pesquisa-e-editoracao/programa-nacional-de-apoio-a-pesquisa/pnap-2006/fundidoras-de-tipo-do-seculo-xix-anunciantes-no-almanack-laemmert). Acesso em: 21 abr. 2025.
- . “50 Anos da Fundição de Tipos na Imprensa Nacional (1810-1860)”. *Anais do II Seminário Brasileiro Livro e História Editorial*, Rio de Janeiro, UFF, 2009. Disponível em: [www.academia.edu/1077793/50\\_Anos\\_de\\_Fundição\\_de\\_Tipos\\_na\\_Imprensa\\_Nacional\\_1810\\_1860](http://www.academia.edu/1077793/50_Anos_de_Fundição_de_Tipos_na_Imprensa_Nacional_1810_1860). Acesso em: 21 abr. 2025.
- LOMMEN, Mathieu. “*Lettering in the ‘Age of Ugliness’*”. *Querendo*, vol. 46, n. 1, pp. 20-52, 2016.
- MAAG, Bruno. “About Legibility and Readability”. *The Readability Group (blog)*, 15 mar. 2021. Disponível em: [www.medium.com/the-readability-group/about-legibility-and-readability-596fcfd432a06](http://www.medium.com/the-readability-group/about-legibility-and-readability-596fcfd432a06). Acesso em: 14 maio 2025.
- MARTINS, Fernanda de O.; LIMA, Edna Cunha & LIMA, Guilherme Cunha. “O Engenhoso Pioneiro da Tipografia da Província do Grão-Pará – João Francisco Madureira”. *8º Congresso Internacional de Design da Informação/8º Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação*. São Paulo, Blucher, pp. 1196-1207, 2018.
- MIGNOT, Carlos. @carlosmignot (Instagram), 21 dez. 2022. Disponível em: [www.instagram.com/carlosmignot/p/Cmcft5hO5wW/](http://www.instagram.com/carlosmignot/p/Cmcft5hO5wW/). Acesso em: 13 fev. 2025.
- MONOTYPE. “A Guide do Type Styles”. S.d. Disponível em: [www.monotype.com/resources/guide-type-styles](http://www.monotype.com/resources/guide-type-styles). Acesso em: 4 fev. 2025.
- . *Global Font Use & Forecasting Survey Report: 2024*. 2025. Disponível em: [www.monotype.com/global-font-use-survey-2024](http://www.monotype.com/global-font-use-survey-2024). Acesso em: 4 maio 2025.
- NEVES, Bruno Carlos Oliveira, “O Inventor Paraense Vs. o Herói da Armada: A Controvérsia Entre João Francisco de Madureira Pará e Luiz da Cunha Moreira no Arsenal da Marinha do Rio de Janeiro –1825-1831”. *Antígona*, vol. 2, n. 1, 2022.
- PANGRAM *Pangram*. Disponível em: [www.pangrampangram.com](http://www.pangrampangram.com). Acesso em: 14 fev. 2025.
- PIXEL Show. *Marcas Fortes, Tipos Expressivos*. YouTube, 26 out. 2021. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=y8EeSqbLfI](http://www.youtube.com/watch?v=y8EeSqbLfI). Acesso em: 14 fev. 2025.

- PLAU Design.** *Odisseia Monoespaçada Teaser 1 - Plau.* YouTube, 11 dez. 2016. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=yh4Z5Y4vmUU](https://www.youtube.com/watch?v=yh4Z5Y4vmUU). Acesso em: 8 fev. 2025.
- . *Salsero – ¡Una Fuente de Contraste!*. YouTube, 20 ago. 2020. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=IkyrGqziWyo&](https://www.youtube.com/watch?v=IkyrGqziWyo&). Acesso em: 9 fev. 2025.
  - . *Dupincel Lançamento*. YouTube, 21 nov. 2022. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=ZFg6rSAfcRI](https://www.youtube.com/watch?v=ZFg6rSAfcRI). Acesso em: 9 fev. 2025.
  - . *Lançamento da Kimura Sans / Aula de tipografia / Plau + Kimura*. YouTube, 4 maio 2023. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=7Kpm385SzYM](https://www.youtube.com/watch?v=7Kpm385SzYM). Acesso em: 11 fev. 2025.
  - . *Como Fazemos Tipografia Pop*. YouTube, 29 ago. 2023. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=toKCIQRQMGo](https://www.youtube.com/watch?v=toKCIQRQMGo). Acesso em: 8 fev. 2025.
  - . *Matria / Lançamento da Nova Phonte da Plau*. YouTube, 26 fev. 2024. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=mo4WEYavfbs](https://www.youtube.com/watch?v=mo4WEYavfbs). Acesso em: 12 fev. 2025.
  - . *Lançamento da Paddock: Uma Fonte Criada para o Movimento!* YouTube, 6 maio 2024. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=M-TpfHissXZc](https://www.youtube.com/watch?v=M-TpfHissXZc). Acesso em: 12 fev. 2025.
  - . *Plau + Naipe: O Processo da Fonte Pacaembu*. YouTube, 16 ago. 2024. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=ANToYw9KIq8](https://www.youtube.com/watch?v=ANToYw9KIq8). Acesso em: 12 fev. 2025.
  - . *As Firulas da Firula*. YouTube, 11 set. 2024. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=aJo6JRaWO3c](https://www.youtube.com/watch?v=aJo6JRaWO3c). Acesso em: 13 fev. 2025.
  - . *Lançamento Amarta / Plau + Notdef*. YouTube, 5 fev. 2025. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=ovoM9ojfyA](https://www.youtube.com/watch?v=ovoM9ojfyA). Acesso em 13 fev. 2025.
  - . “Realce / Free Font”. Behance, 31 mar. 2025. Disponível em: [www.behance.net/gallery/222552975/Realce-Free-Font](https://www.behance.net/gallery/222552975/Realce-Free-Font). Acesso em: 12 abr. 2025.
- PRÊMIO Brasileiro de Design.** Disponível em: [www.bdapremiobrasileirodesign.com.br](http://www.bdapremiobrasileirodesign.com.br). Acesso em: 15 fev. 2025.
- PRODESIGN Ufes. “Família Tipográfica Ufes Sans 2.0”. 1 ago. 2024. Disponível em: [www.prodesign.ufes.br/ufessans/](http://www.prodesign.ufes.br/ufessans/). Acesso em: 13 mar. 2025.
- ROCHA, Claudio. “O Ofício do Tipógrafo e o Mercado Tipográfico”. In: FARIA, Priscila & PIQUEIRA, Gustavo (orgs). *Fontes Digitais Brasileiras: De 1989 a 2001*. São Paulo, ADG Brasil/Rosari, 2003, pp. 8-9.
- SAIANI, Rodrigo. “Uma Reflexão Amadora Sobre meu 2019 Profissional e talvez Sobre Minha Década ('09-'19) no Design”. *Plau Type & Design (blog)*, 1 jan. 2020. Disponível em: [www.medium.com/](http://www.medium.com/)

- plaudesign/uma-reflexão-amadora-sobre-meu-2019-profissional-e-talvez-sobre-minha-década-09-19-no-design-eb46aa2f12a8. Acesso em: 4 fev. 2025.
- SHIELDS, David. "A Brief History of the Italian". *Wood Type Research*, 7 set. 2018. Disponível em: [www.woodtyperesearch.com/short-history-of-the-italian](http://www.woodtyperesearch.com/short-history-of-the-italian). Acesso em: 21 abr. 2025.
- STUDIO Ground Floor. "Backstage with Caio Kondo". *The Pangram Paper*, 20 out. 2021. Disponível em: [www.pangrampangram.com/blogs/journal/backstage-caio-kondo](http://www.pangrampangram.com/blogs/journal/backstage-caio-kondo). Acesso em: 19 fev. 2025.
- \_. "Backstage with PP Mori's Caio Kondo". *The Pangram Paper*, 28 set. 2022. Disponível em: [www.pangrampangram.com/blogs/journal/mori](http://www.pangrampangram.com/blogs/journal/mori). Acesso em: 19 fev. 2025.
- \_. "Backstage with PP Air's Designers". *The Pangram Paper*, 21 jun. 2023. Disponível em: [www.pangrampangram.com/blogs/journal/air-backstage](http://www.pangrampangram.com/blogs/journal/air-backstage). Acesso em: 19 fev. 2025.
- \_. "Backstage with PP Nikkei Designer Caio Kondo". *The Pangram Paper*, 17 abr. 2024. Disponível em: [www.pangrampangram.com/blogs/journal/backstage-nikkei](http://www.pangrampangram.com/blogs/journal/backstage-nikkei). Acesso em: 24 fev. 2025.
- TIDWELL, Kim. "Passo & Passeio: A Typeface Duo Inspired by the Rythms of Life". *Print Magazine*, 5 dez. 2023. Disponível em: [www.printmag.com/type-tuesday/passo-passeio-typefaces/](http://www.printmag.com/type-tuesday/passo-passeio-typefaces/). Acesso em: 14 fev. 2025.
- \_. "Pitanga Expresses the Many Faces of Brazil". *Print Magazine*, 7 maio 2024. Disponível em: [www.printmag.com/type-tuesday/pitanga-expresses-the-many-faces-of-brazil/](http://www.printmag.com/type-tuesday/pitanga-expresses-the-many-faces-of-brazil/). Acesso em: 14 fev. 2025.
- TIPOCRACIA. "Tipos BR". S.d. Disponível em: [bit.ly/tiposBR](http://bit.ly/tiposBR). Acesso em: 2 maio 2025.
- TIPOS Latinos. Disponível em: [www.tiposlatinos.com](http://www.tiposlatinos.com). Acesso em: 11 fev. 2025.
- UNIVERSIDADE de São Paulo. "Estrutura Curricular: Comunicação Social – Habilitação em Editoração". *JupiterWeb*, s. d. Disponível em: [www.uspdigital.usp.br/jupiterweb/listarGradeCurricular?codcrg=27&codcur=27011&codhab=302&tipo=N](http://www.uspdigital.usp.br/jupiterweb/listarGradeCurricular?codcrg=27&codcur=27011&codhab=302&tipo=N). Acesso em: 18 abr. 2025.
- Vox, Maximilien. *Defense & Illustration de la Lettre*, Paris, Monotype, 1955.

## SITES DAS FUNDIÇÕES

- BLACKLETRA*. Disponível em: [www.blackletra.com](http://www.blackletra.com). Acesso em: 4 nov. 2024.
- ELLER TYPE*. Disponível em: [www.ellertype.com](http://www.ellertype.com). Acesso em: 15 nov. 2024.
- INARI TYPE*. Disponível em: [www.inaritype.com](http://www.inaritype.com). Acesso em: 14 fev. 2025.

*FABIO HAAG TYPE.* Disponível em: [www.fabiohaagtype.com](http://www.fabiohaagtype.com). Acesso em: 14 fev. 2025.

*OUTRAS FONTES.* Disponível em: [www.outrasfontes.com](http://www.outrasfontes.com). Acesso em: 2 fev. 2025.

*PLAU.* Disponível em: [www.plau.design](http://www.plau.design). Acesso em 4 fev. 2025.

*TYPEÓCA.* Disponível em: [www.typeoca.com](http://www.typeoca.com). Acesso em: 29 jan. 2025.







