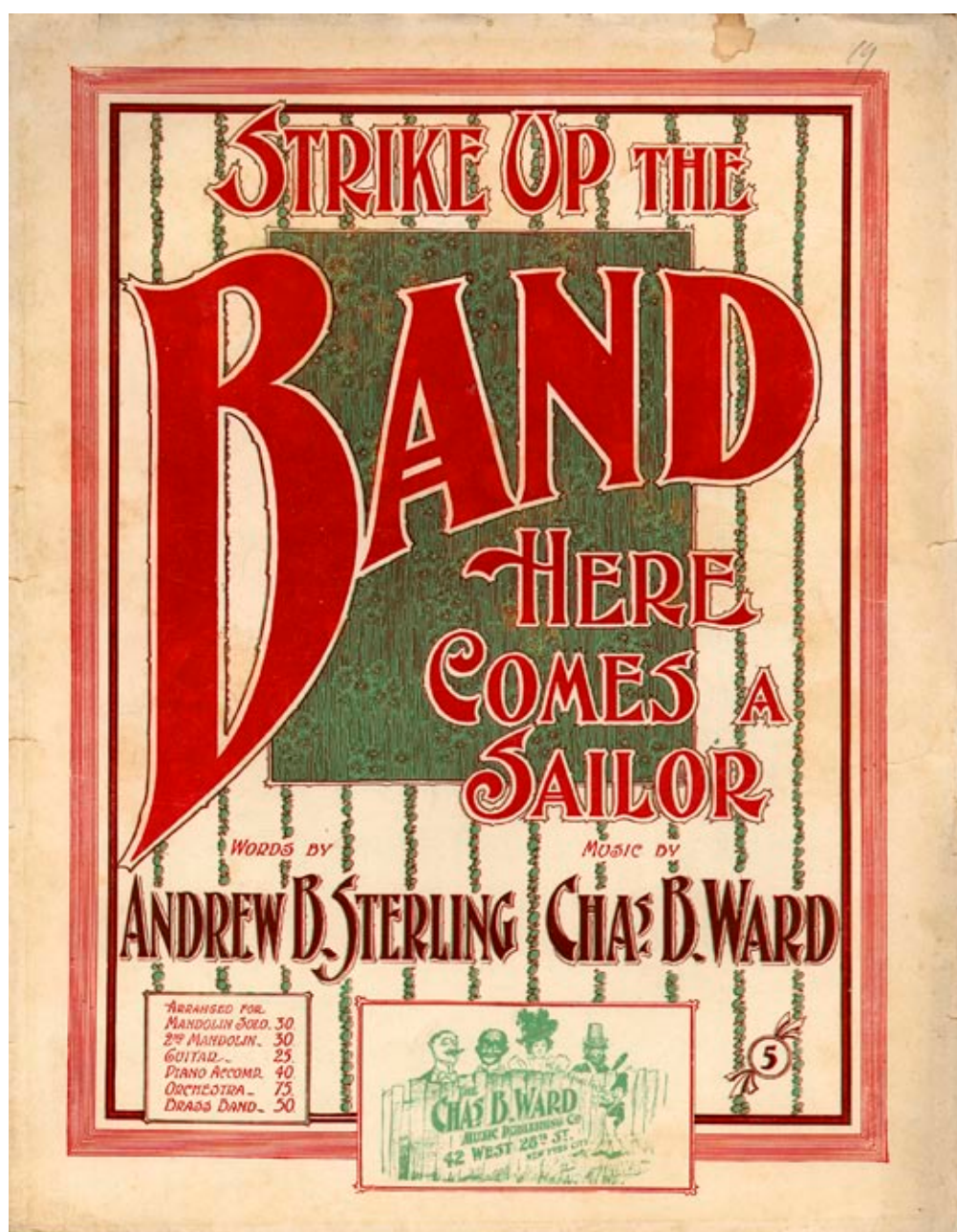


CADERNOS DE TIPOGRAFIA 6

Made in USA — Part 1 —



CT6 – Temas

Made in USA, Parte 1.

As letras que vieram da publicidade	3
A Cromolitografia expulsa os tipos de chumbo.....	6
Fundamentalistas protestantes, pioneiros do design contemporâneo	10
Os móveis <i>Shaker</i> : paradigmas do Modernismo	13
Benjamin Franklin, tipógrafo.....	17
Frederic Wiliam Goudy	20
Linotype: a composição mecaniza-se	23
A Monotype de Tolbert Lanston	25
Linn Boyd Benton	27
Morris Fuller Benton.....	29
A fonte Broadway.....	31
The Century Family.....	32
American Type Founders Company.....	33
Franklin Gothic, a sem-serifa norte-americana.....	34
William Addison Dwiggins	36
A fonte Electra.....	37
Os posters da WPA, 1936–1943.....	38
<i>Citrus crate labels</i> , rótulos de caixas de fruta americanas	42
Anúncios.....	51

Caros leitores! Pela selecção de temas deste Caderno de Tipografia – e também do seguinte – rapidamente verá que esta edição foi consagrada a uma apresentação da Tipografia «made in USA». Este tema de grande fôlego só pode ser abordado por um *patchwork* de apontamentos soltos, que, no melhor dos casos, servirão para o leitor poder construir a sua própria imagem da evolução da Tipografia nos EUA. Junto com os temas tipográficos poderá ler duas excursões a temas do Design (pág. 10-16). Neste CT 6 reunimos temas até 1930-40; o seguinte Caderno fará o inventário até aos criadores contemporâneos.

Mas então existirá o «quintessential American font», com já foi perguntado no site *typophile*? Claro que sim, existem várias fontes «tipicamente americanas». Mas quais são? Poder-se-á chegar a um consenso na denominação das «typical american»? Neste Caderno tentamos o enquadramento de algumas fontes que possam ser consideradas típicas. Deste modo, o leitor verá vários alfabetos assinalados com a etiqueta «American Type». Seria muito interessante saber se está – ou não – de acordo com esta escolha. Escreva a sua opinião e os seus comentários para info.tipografia@gmail.com. Obrigado!

Fevereiro de 2008, Paulo Heitlinger

Ficha técnica

Os Cadernos de Tipografia são redigidos, paginados e publicados por Paulo Heitlinger; são igualmente propriedade intelectual deste editor. Qualquer comunicação dirigida ao editor – calúnias, louvores, ofertas de dinheiro ou outros valores, propostas de suborno, etc. deve ser dirigida ao email info.tipografia@gmail.com.

Os Cadernos estão abertos à mais ampla participação de colaboradores, quer regulares, quer episódicos, que queiram ver os seus artigos e as suas opiniões difundidos por este meio.

Os artigos assinalados com o nome do(s) seu autor(es) são da responsabilidade desse(s) mesmo(s) autor(es) – e também sua propriedade intelectual. Conforme o nome indica, os Cadernos de Tipografia incidem sobre temas relacionados

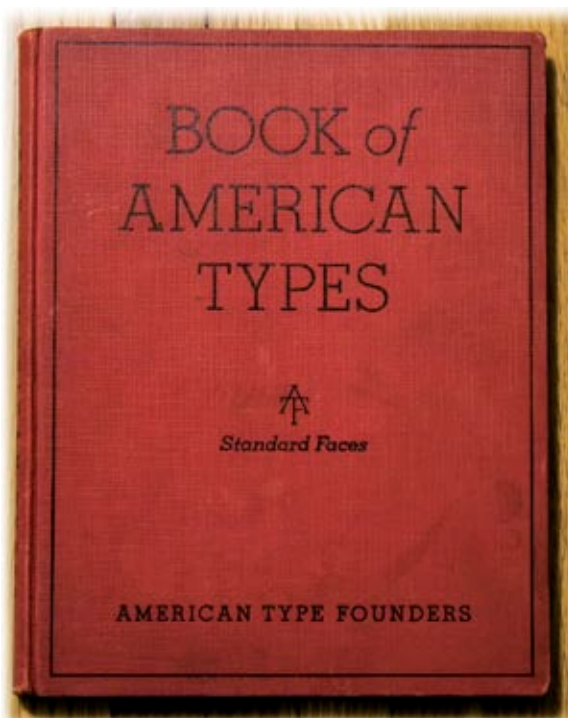
com a Tipografia, o typeface design, o design gráfico, e a análise social e cultural dos fenómenos relacionados com a visualização, edição, publicação e reprodução de textos, símbolos e imagens.

Os Cadernos, publicados em português, e também em castelhano, galego ou catalão, dirigem os seus temas a leitores em Portugal, Brasil, Espanha e América Latina.

Os Cadernos de Tipografia não professam qualquer orientação nacionalista, chauvinista, partidária, religiosa, misticista ou obscurantista. Também não discutimos temas pseudo-científicos, como a Semiótica, por exemplo.

Em 2008, a distribuição é feita grátis, por divulgação da versão em PDF posta à disposição dos interessados em www.tipografos.net/cadernos

© 2007,8 by Paulo Heitlinger. All rights reserved.



Existem «letras americanas»?

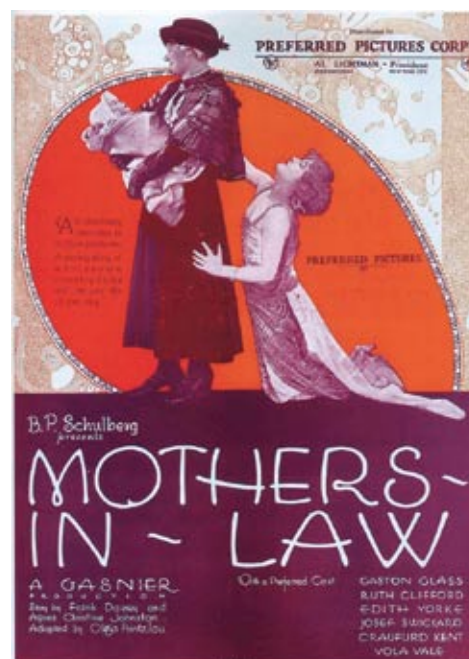
Basta olhar para o título do catálogo da ATF – «Book of American Types» – para perceber que, pelo menos para a American Type Founders, não restavam quaisquer dúvidas quanto à resposta: «Sim, claro que existem tipos americanos!» Tipos com características específicas, apropriados para o mercado americano. Muitos com grandes semelhanças a desenhos europeus, outros já dentro de uma genuína estética yankee. Uma estética mais aguerrida, mais emocional, mais consumista. Um bom tipo era aquele «que vendia», pelo menos para a gigantesca indústria publicitária, que acompanhou a Indústria e o Comércio dos EUA logo desde a sua mais tenra idade. São estas letras americanas que esta e a próxima edição dos CT exploram.



Poster para o filme «Silk», 1926. Desde cedo, a indústria do cinema americana dinamizou a produção de novas fontes, requerendo constantemente novas letras para as suas mais diversas produções.



American Alphabets. Um livro que incluiu alfabetos publicados e não-publicados, da autoria de typeface designers como Oswald Cooper, W.A. Dwiggins, Fred Goudy, Gustav Jensen e muitos outros. Os mais importantes são retratados nesta e na próxima edição dos Cadernos de Tipografia.



Poster do filme «Sogras», 1923. Um desenho de Grosz.



Cena de rua, fotografada em 1521 Boardwalk, entre Kentucky Avenue e New York Avenue. New Jersey, Atlantic City. Foto publicada em 1922. Legado da R.C. Maxwell Company Collection, Library of Congress.

As letras que vieram da publicidade

A contribuição mais significativa que os EUA aportaram ao universo tipográfico foram as letras criadas para fins publicitários. Enquanto as fundições europeias se concentraram na produção de livros, os typeface designers americanos cedo buscaram o impacto visual e a estímulo que as fontes pudessem transmitir ao consumidor.

A partir de 1800 assistimos a uma explosão de tipos novos – uns mais altos e magros, outros profusamente decorados com sombreados ou arabescos, com motivos antropomórficos ou vegetais. As serifas são modificadas: ou engrossam, ou desaparecem. Aparecem caracteres finos e finíssimos, assim como negros e supernegros – e também os violentamente condensados e os excessivamente expandidos e gordos.

Marcando passo com a procura por parte das empresas gráficas, que agora imprimiam todo o género de folhas e catálogos publicitários, a criação de novos tipos atinge uma variedade assombrosa – possivelmente ainda maior que a do presente. Se bem que nem tudo o que aparece nesses anos seja convincente, e muito menos brilhante, assistimos à criação de dois grandes géneros, componentes essenciais da tipografia contemporânea: as letras de serifa grossa e as grotescas (sem serifas).

Quando há que alcançar os enormes tamanhos necessários para os cartazes publicitários que são afixados por toda a parte, os tipos móveis são feitos em madeira; fabricam-se *woodtype characters*.



Um belo exemplo de panfleto publicitário dos EUA, impresso entre 1880 e 1890; os tipos de grande tamanho foram talhados em madeira e racharam com o uso.



As «egípcias»

Uma evolução notável no desenho de letras deu-se no país que mais comercialmente se tinha vindo a dedicar à impressão: a Inglaterra. Entre 1804 e 1805, o tipógrafo britânico *Robert Thorne* (1754-1820) fundiu as primeiras fontes que quis anunciar como *Egyptians* – tipos novos, uns mais bem estreitos, outros generosamente expandidos, mas todos com fortes e robustas serifas. No apêndice editado em 1817 para o mostruário de espécimens de 1815 da fundição londrina de *Vincent Figgins*, um contemporâneo de *Robert Thorne*, também surge uma destas «egípcias», porém com a estranha designação de *Antique*.

William Caslon IV, membro da notável dinastia de tipógrafos britânicos, introduziu outra novidade, desenhando e fundindo um dos primeiros caracteres sem serifas – antecedendo uma evolução que iria culminar na «nova tipografia» do século xx. No mostruário de espécimen de William Caslon IV aparece, pela primeira vez em 1816, uma letra sem serifas – esta também com a designação de *Egyptian*. Instaura-se de imediato uma tremenda confusão na nomenclatura.

Em 1820, William Thorowgood, sucessor de *Robert Thorne* e da sua *Fann Street Foundry*, também publicita caracteres à nova moda – com serifas grossas e de novo designados *Egyptians*. Mais tarde, em 1847, Figgins lança outra bizzarria: a *Half Skeleton Egyptian*.

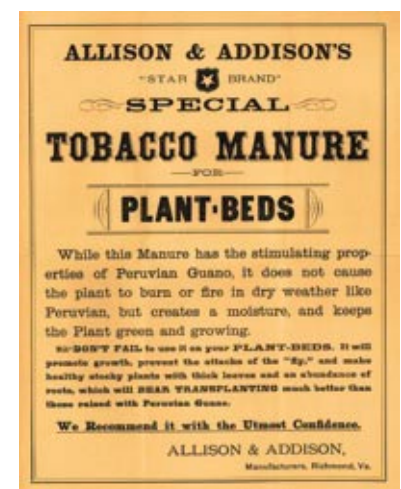
De onde vieram estes caracteres? Segundo *Jock Kinneir* e o historiador *James Mosely*, as tabuletas comerciais pintadas à mão teriam estado na origem das letras de serifa-grossa (as egípcias) e das letras sem-serifas (as grotescas).

A rotulação «letras egípcias» eventualmente terá sido derivada das campanhas de *Napoleão Bonaparte* no Egipto, mas a origem da letra com serifas grossas terá tido causas bem pragmáticas – e uma origem doméstica, e não colonial. Terá surgido da mão dos pintores de tabuletas e adquiriu notório êxito na Inglaterra, país onde eram muito usadas tabuletas para *pubs* (tabernas) e *inns* (albergues).

Os pintores de tabuletas – importante classe profissional do século xix – começaram a rectificar as elegantíssimas, mas demasiado frágeis letras neo-classicistas (*Bodoni*, *Didot*, *Walbaum*), que para uma tabuleta não ofereciam boa visibilidade, e muito menos facilidade de execução. Estas dificuldades levaram os pintores de tabuletas a alargar os traços das letras e a alterar as patilhas – quer eliminando-as radicalmente (sem serifas), quer dando-lhes um traço massivo e rectangular (egípcias).

O essencial era que as novas letras oferecessem excelente visibilidade e que pudessem ser facilmente escaladas a grandes dimensões, a tamanhos totalmente desconhecidos (porque desnecessários) na impressão de livros.

O novo tipo de letra é, mais que tudo, uma letra comercial. Desde *Gutenberg* até 1800, o desenho de letras orientou-se pela cultura e pela ciência. A partir do século xix, o comércio e a publicidade penetram violentamente no universo tipográfico. As «serifas-grossas» são letras cem por cento vocacionadas para a publicidade. A sua missão é impactar, chamar a atenção do consumidor – se necessário, em altos brados!



American Type, 1

Allmighty SALES Beneficial Wood Types GIZA

Uma bela homenagem aos tipos de madeira do século XIX é a fonte Giza, realizada pelo FontBureau. Os 16 estilos da Giza traduzem o impacto visual e a variedade das primeiras «Egyptian letterforms» criadas na época vitoriana. O typeface designer David Berlow orientou-se pelos mostruários de Vincent Figgins de 1845, que celebraram a triunfal introdução deste novo desenho de letras. Fontes relacionadas: Ziggurat, de Jonathan Hoefler:

Ziggurat Black



Dois panfletos norte-americanos, datados de 1880 e 1860. Nas oficinas de cartazes, os tipos de metal eram combinados com letras de madeira, em variados desenhos, tamanhos e formas.

A necessidade de amarrar todo o conjunto para impressão determinava a organização dos textos em blocos e o eclecticismo nas escolhas: palavras curtas em tipos mais largos e pesados, tipos estreitos em maiores dimensões, etc.

Este estilo característico definiu uma das linguagens tipográficas do século XIX, provocando intensas reacções de repúdio da parte de muitos tipógrafos conservadores que viam ir por água abaixo as conquistas históricas da Tipografia, a troco de aberrações de baixa qualidade, motivadas por uma pura aventura comercial.

A Cromolitografia expulsa os tipos de chumbo

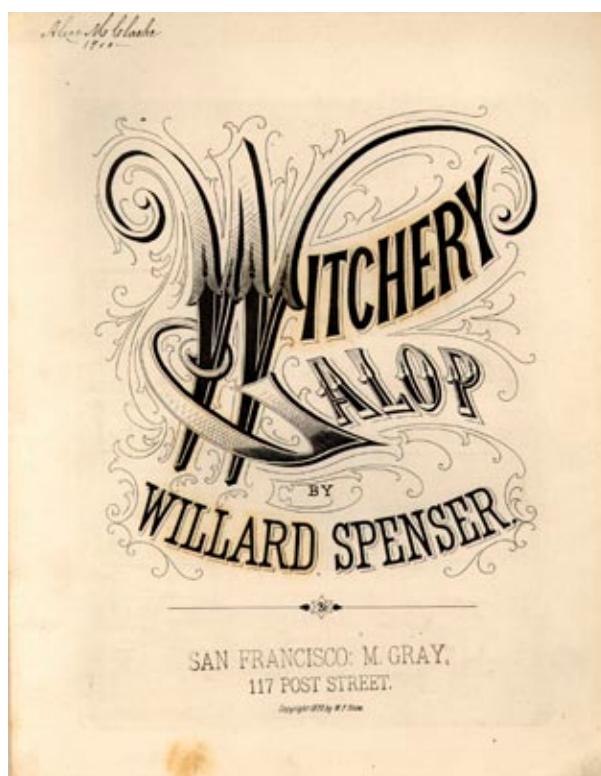
A Litografia traz a cor e a «letra artística». No século XIX já não são exclusivamente os tipógrafos os profissionais que «fazem letras»; agora temos uma legião de artistas gráficos a criar letras novas – mais belas, mais grossas, mais finas, mais imponentes, mais largas, mais contrastadas, mais floreadas, com sombras...

Se bem que a partir de 1850 tenham aparecido multitudes de caracteres de metal imaginativos e originais, por outro lado vemos certa degeneração num sector já não exclusivamente afectado pela ortodoxia do gravador de punções, que desde o século XV vinha definindo a estética tipográfica.

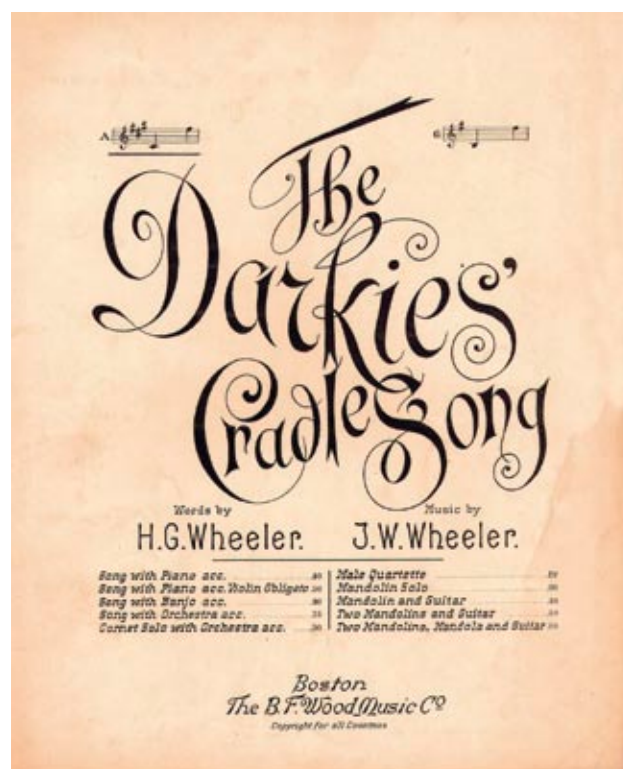
Pois os novos desenhos de letras já não estão condicionados pelo rigor técnico da gravura de punções; imprime-se por Litografia, uma técnica que permite lançar as letras de modo livre e artístico, usando pincéis ou lápis. Com a Litografia, o texto de um cartaz não é produzido com tipos móveis, pré-fabricados e portanto inalteráveis; é desenhada à mão, abrindo todas as possibilidades de conceber novas formas de letras, muitas vezes desenhadas à medida, para um único cartaz.

A produção de uma litografia começa pela criação de desenhos sobre uma matriz (pedra calcária) com um lápis gorduroso (ou com um estilete, pincél, etc.). Ao contrário das outras técnicas da gravura, na Litografia o desenho é feito através da gordura aplicada directamente sobre a superfície da matriz.

A técnica, inventada por Alois Senefelder em 1796, baseava-se num processo químico novo, mais económico e menos demorado que todos os



Impressão litográfica, São Francisco, 1879



Impressão litográfica, Boston, 1893



outros conhecidos na época. O desenho sobre pedra já era conhecido, o crédito de Senefelder é de ter realizado a impressão a partir da mesma.

A Litografia foi usada extensivamente para realizar toda a espécie de impressos: cartazes, rótulos, etiquetas, mapas, jornais, etc. Possibilitava uma nova técnica para os ilustradores e desenhadores de letras (e artistas famosos, como por exemplo Toulouse-Lautrec) e permitia uma impressão com diversas cores: a Cromolitografia.

Senefelder introduziu a teoria da Cromolitografia em 1818 na sua obra *Vollständiges Lehrbuch der Steindruckerey* (Curso completo de Litografia). Outros inventores, como Godefroy Engelmann, de Mulhouse, também buscavam um processo de imprimir a cores. Foi-lhe atribuída uma patente em Cromolitografia em 1837. Saliente-se o facto que Englemann desenvolveu um processo aditivo com quatro cores, sendo portanto o inventor da hoje tão ubíqua impressão em quadricromia, o «método CMYK».

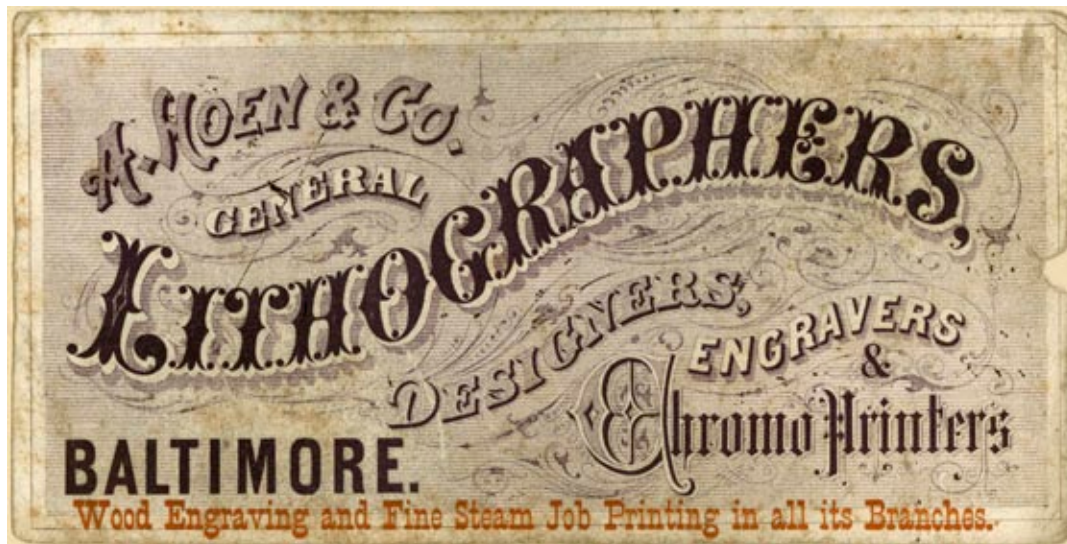
A primeira cromolitografia americana — um retrato do Rev. F. W. P. Greenwood — foi impressa por William Sharp em 1840. Muitas litografias foram produzidas nos grandes centros urbanos; as «pinturas» serviam para decorar as casas da classe média. Devido à sua produção em grandes séries, os preços eram módicos, e muitas vezes, as imagens pareciam «autênticas», semelhantes a quadros pintados a óleo.

Os «top-quality chromos» eram caros, devidos aos meses de trabalho investidos e aos custosos equipamentos de precisão necessários para uma impressão de qualidade. As *Chromolithographs* tornaram-se tão populares na cultura vernácula, que a era foi designada “chromo civilization”. Durante a era vitoriana, os crómos estavam em livros infantis, em publicações de arte, assim como em todos os suportes da actividade publicitária: panfletos, *trade cards*, rótulos, etiquetas e cartazes. Também eram usados para ilustrar «popular prints, and medical or scientific books».

Uncle Sam Supplying the World with Berry Brothers Hard Oil Finish. Cromolitografia, cerca de 1880. Esta impressão foi feita por uma técnica chamada «stippling».

O produto aqui apregoado era um verniz especial, utilizado na produção de litografias.





Bibliografia

- Friedman, Joan M. *Color Printing in England, 1486—1859*. Yale Center for British Art, 1978.
- Friedman, Joan M. *Color Printing in England, 1486—1870: an Exhibition*, Yale Center for British Art. New Haven: The Center, 1978.
- Henker, Michael. *Von Senefelder zu Daumier: Die Anfänge der Lithographischen Kunst*. K.G. Saur, 1988.
- Laß, Jay T. *The Color Explosion: Nineteenth—Century American Lithography*. Hillcrest Press, 2005.
- Marzio, Peter C. *The Democratic Art : Pictures for a 19th—century America : Chromolithography, 1840—1900*. D. R. Godine, 1979.
- Marzio, Peter C. *Lithography as Democratic Art: A Reappraisal*. Leonardo 3(1971):37—48.
- Hunter, Mel. *The New Lithography: A Complete Guide for Artists and Printers in the Use of Modern Translucent Materials for the Creation of Hand—Drawn Original Fine—Art Lithographic Prints*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1984.



Exemplo de uma
cromolitografia:

Cartão dobrável, *The Old Woman Who Lived in A Shoe*, de 6 Abril 1883. Noel Wisdom Chromolithograph Collection, Special Collections Department, University of South Florida Tampa Library.

Também o motivo da capa da próxima edição dos Cadernos de Tipografia - uma pinup de Vargas - foi impresso pelo processo de cromolitografia.





Móveis espartanos, mas funcionais e cómodos, fotografados numa casa-museu Amish, por csyork65

Fundamentalistas protestantes, pioneiros do design contemporâneo

No Design, um dos factos mais bem guardados (ou ignorados) é a importantíssima contribuição das comunidades protestantes fundamentalistas para o design de interiores e móveis. A atitude pragmática, auto-suficiente e de contenção emocional deu, já no século XVIII, as bases para o Funcionalismo do século XX. Entre diversos grupos fundamentalistas, destacam-se os Amish People, os Shaker e os Menonistas. Uma ponderação de Paulo Heitlinger.

Os Amish são um grupo de comunidades cristãs anabaptistas (baptismo de adultos por imersão, *Täuferbewegung*) que vivem nos Estados Unidos e Canadá. São conhecidos pelas suas atitudes conservadoras, fundamentadas numa leitura restrita das Escrituras. Embora o intento deste artigo seja chamar a atenção para as contribuições destas comunidades para o que hoje chamamos globalmente «design», para melhor perceber essa contribuição, carece explicar um pouco como estas comunidades agrárias funcionam, baseadas no princípio da auto-suficiência e do auto-abastecimento.

Assim como os Menonistas, os Amish são descendentes de suíços anabaptistas que tiveram as suas origens nos ensinamentos de Felix Manz (1498-1527) e Conrad Grebel (1498-1526). O movimento Amish começou com Jacob Amman (1656-1730), um líder suíço dos Menonistas. Os primeiros grupos Amish começaram a emigrar para os EUA no século XVIII, fugindo às perseguições e ao serviço militar compulsório: os Amish são pacifistas consequentes, negando-se a cumprir qualquer serviço militar. Em retaliação a esta atitude profundamente



«Barnraising». A ajuda entre os vizinhos de uma comunidade é uma das mais significativas bases civilizatórias dos Amish. O esforço colectivo permite fazer as obras de maior envergadura.



Para o gosto dos falsos progressistas, os Amish vivem todos uniformizados: Raparigas de uma comunidade tradicional.

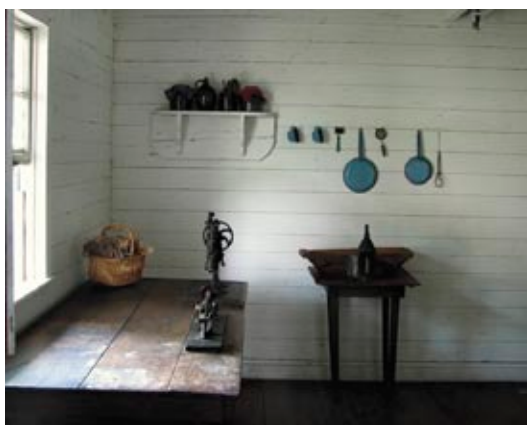
«anti-americana» (mas supostamente cristã), os Amish tem sido injustamente acusados de ser primitivos, brutos, abusadores de crianças, pedófilos, etc, etc.

Logo de início, os Amish viveram afastados do resto da sociedade americana, recusando-se a entrar no *big melting pot*. Ainda hoje não conduzem automóveis (sacrilégio!) não pagam Segurança Social, não aceitam qualquer forma de assistência do Governo, muitos evitam mesmo de fazer seguro de vida. A maioria das irmandades fala um antigo dialecto alemão/suíço conhecido como *Pennsylvania Dutch* ou *Pennsylvania German*.

A ideologia anabaptista está baseada na vida comunitária e na religião. Os Amish são muitas vezes confundidos com comunidades igualmente reservadas, mas de tradições e raízes diferentes. Algumas vezes até com os Mórmones, com os quais têm poucas semelhanças.

Uma esquema típico da animosidade com que os Amish são «retratados» é uma artigo do site swissinfo.ch, intitulado «Amish: os suíços que pararam no tempo Até hoje os Amish de Adams County utilizam carruagens (carroças) para o transporte ... Eles vivem uma vida despojada de conforto e modernidade: os Amish, ... que vivem em Adams County, Indiana, Estados Unidos.»

Contudo, a verdade é que os Amish – e outras comunidades fundamentalistas, como os Shakers – vivem com um modesto, mas notável conforto, pois inventaram o Design moderno.



Numa casa do século XVIII - XIX, um notável ambiente moderno: móveis simples e funcionais, despojados de decoração. Móveis espartanos, mas funcionais e cómodos, fotografados numa casa-museu Amish, por csyork65.



Transporte ecologicamente correcto: as carroças Amish são movidas por 1 CV e não contaminam o ambiente. Fazem uso de energia sustentável: o biocombustível palha, usado para alimentar a mula.

Numa casa Amish, a decoração interior é clara e sóbria, os móveis são funcionais e feitos para durarem gerações. Os móveis – mesas, cadeiras, armários, arcas, caixas – são hoje feitos de madeira clara; sendo os Amish famosos pela qualidade da sua marcenaria, a beleza das formas e a durabilidade dos móveis. As fotografias deste artigo mostram que os móveis antigos – os cobiçados *vintage* – eram feitos de madeiras de cor escura.

De igual qualidade funcional são as ferramentas e apetrechos usados nas lides caseiras ou no trabalho do campo. A funcionalidade, as linhas claras e simples dos artefactos, despojados de qualquer ornamento, estão baseados na negação do sensual, na contenção emocional, na rejeição do adorno, das jóias, da moda, do embelezamento «artificial» e da vaidade pessoal (que os Amish chamam *Hochmut*). É uma das atitudes fundamentais do Calvinismo suíço, que mais tarde, no século xx, se irá novamente manifestar na *Escola Suíça*, na Helvetica, na obra tipográfica de Adrian Frutiger e no desumano urbanismo de Le Corbusier.

As peças de mobiliário antigas são impagáveis, e fazem o luxo de qualquer Museu de Design. Peças de marcenaria recentes, feitas em pequenas séries, custam o seu preço, e fazem as delícias dos *young lifestyles* norte-americanos que tenham as necessárias posses para os comprar.

A vida em sociedade é essencial para os Amish e a sua coesão interna. Em trabalho colectivo, eles erguem as casas das famílias recém-constituídas. (Vá lá falar deste sistema a um dos empreiteiros-especuladores que estão a acabar com o Urbanismo em Portugal...).

Os Amish, muito discretos, consideram perturbador toda a curiosidade à volta do seu estilo de vida. Numa análise crítica e livre de sentimentalismos, constataremos que os Amish são tão repressivos para com os seus membros como qualquer outro grupo cristão; mas uma verdade seja dita: nunca praticaram a agressão contra outros grupos cristãos. *ph.*

Os móveis *Shaker*: paradigmas do Modernismo

O exemplo mais referido e estudado das influências pioneiras no design moderno quanto a requisitos de simplicidade e funcionalidade, é o do movimento religioso dos Shaker (estabelecido em 1774 nos EUA). Para os Shaker, a estética aliava-se à ética do conceito de que «o que é prático é belo». Apontamentos de P. Heitlinger.

A Comunidade dos Shaker data do fim do século XVIII – um grupo cristão, fundado nos EUA por Ann Lee, imigrante vinda da Inglaterra. A designação oficial é «The United Society of Believers in Christ's Second Appearing». Originaram deste movimento cerca de 20 comunidades Shaker, na Nova Inglaterra, no Kentucky, Ohio e Indiana. Implantado o celibato como regra de vida geral, o crescimento verificou-se por adopção de novos membros, vindos do mundo exterior. Toda a propriedade era colectiva. Supostamente, hoje restam apenas 6 (seis) Shakers praticantes.

Com base numa economia auto-suficiente, todos os móveis, ferramentas e meios de produção eram fabricados artesanalmente (mais tarde, em regime semi-industrial) na comunidade, para seu próprio uso ou para venda externa; deviam de ser realizados conscientemente, o melhor pos-



In 1816, os Shakers inventaram o conceito de embrulhar as sementes de produtos hortícolas que vendiam em pequenos envelopes de papel, como hoje todos os comerciantes o fazem. Caixas de madeira, cobertas de impressões coloridas, faziam o marketing de um produto famoso não só nos EUA, como em todo o mundo.

Por último, as sementes eram guardadas em arcas de madeira, para as proteger da humidade e do bolor, preservando as suas qualidades.



sível, simples e sem elementos supérfluos, como, por exemplo, decorações. Todos os objectos deviam corresponder ao seu entorno e à sua finalidade.

As actividades e características destas comunidades definem-se pelas palavras-chave: colectivismo cristão, autarquia, economicamente independentes até 1932; vendas de sementes, preparados hortícolas, móveis e objectos para o exterior. Ao contrário dos Amish, verificou-se uma aceitação das inovações tecnológicas julgadas úteis.

Conceitos de referência: perfeição, pureza, ordem, simplicidade, durabilidade, funcionalidade, utilidade. Na produção de excelentes móveis de madeira, perfeitamente adequados às suas funções, detetamos as bases do *Funcionalismo*. E as origens do *ecodesign*, o design ecológico, obviamente.

O uso das cores era codificado: camas, cinzento; travesseiros, cores discretas, semi-estampados ou letras; cobertores e edredons, azul e branco.

Sacralizando o *use value*, a utilidade, o objecto materializado deve ser perfeito: «a utilidade é a beleza», «a simplicidade encarna a pureza e a unidade», «a ordem deve reinar e as formas inúteis devem ser banidas».

De modo geral, os produtos Shaker caracterizam-se pela sua simplicidade, rigor e pela qualidade na escolha das matérias-primas e na produção. O resultado: perfeição, aliada a uma estética minimalista incontestável. Os Shaker são especialmente conhecidos pelo seu estilo de marcenaria e carpintaria, entre os apreciadores do *vintage*



design – o estilo conhecido como *Shaker furniture*. Cadeiras de tipo Shaker foram produzidas em grandes séries, já que os serviços religiosos das comunidades eram feitos na presença de todos os membros, sentados.

Por volta do tempo da Guerra Civil Americana, os Shaker da comunidade de Mount Lebanon, Estado de Nova Iorque, aumentaram significativamente a sua produção de cadeiras e a venda para o exterior. Foram tão bem sucedidos, que várias grandes empresas de móveis passaram também a fabricar e vender as suas versões de «Shaker Chairs». Devido à óptima qualidade artesanal das cadeiras originais, uma peça de mobiliário Shaker atinge altíssimos preços. Recentemente, uma Shaker Chair de costas altas foi vendida em leilão pelo preço de quase 100.000 US \$.

Bibliografia

Bowe, Stephen. *Selling Shaker: the commodification of Shaker design in the twentieth century*. Stephen Bowe and Peter Richmond. Liverpool, Liverpool University Press, 2007.

Rieman, Timothy D. *The complete book of Shaker furniture*. Timothy D. Rieman, Jean M. Burks. New York, H.N. Abrams, 1993.

Shea, John Gerald. *The American Shakers and their furniture, with measured drawings of museum classics* [by] John G. Shea. New York, Van Nostrand Reinhold Co., 1971.

Grant, Jerry V. *Shaker furniture makers* / Jerry V. Grant and Douglas R. Allen. Hanover, NH : Published for Hancock Shaker Village, Pittsfield, Mass. by University Press of New England, c. 1989.

Rieman, Timothy D., Jean M. Burks. *The Complete Book of Shaker Furniture*. New York: Harry N. Abrams, Inc., Publishers, 1993. Hardcover, 400 p.

Kirk, John T. *The Shaker World: Art, Life, Belief*. New York: Harry N. Abrams, Inc., Publishers, 1997. Hardcover, 286 p.



www.nga.gov/collection/gallery/iadshake/iadshake-main1.html
www.shakerworkshops.com
www.shaker.net
www.shakers.org
www.shakermuseum.org

As caixas de madeira, redondas ou ovaladas, são os itens mais acessíveis ao público americano. Por isso, ainda hoje são copiadas, visto serem decorativas – e práticas!

A CAMINHO DA INDEPENDÊNCIA



«**P**rinters' picture gallery. The following device is made up entirely of cuts from the specimen-book of a single type-foundry in this city. Most of the pictures are current at the South, and are even put by masters into the hands of the slaves ...» – um panfleto-manifesto contra a escravidão, mas também contra a «Prostituted Press» que imprimia os pedidos de captura de escravos negros evadidos das herdades dos seus donos. Neste documento cristaliza-se a grande ruptura que desde a Independência marcou o destino dos Estados Unidos – não unidos no tema da escravidão e da discriminação racial.



Benjamin Franklin, tipógrafo

Ben Franklin (1706-1790), figura de proa do Iluminismo, foi jornalista, filantropo, abolicionista, funcionário público, cientista, diplomata, inventor e maçom estadunidense, um dos líderes da Revolução Americana. Menos conhecida é a sua actividade como excelente tipógrafo e publicista.

Nasceu em Boston. O seu pai, Josiah Franklin, era comerciante de velas; Benjamin foi o 15º filho de 20 crianças. Deixou os estudos aos dez anos de idade e aos doze começou a trabalhar como aprendiz do seu irmão, James, um impressor que publicava o jornal *New England Courant*. Foi por algum tempo o editor deste periódico.

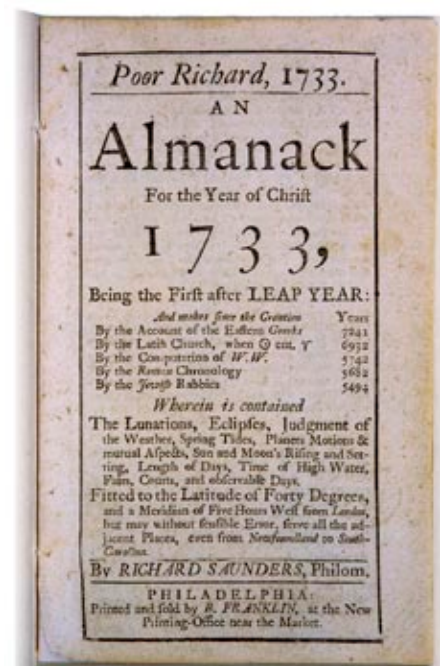
Benjamin fugiu para Filadélfia, onde chegou em 1723. Em breve encontrou trabalho como impressor, mas após alguns meses, foi convencido pelo governador britânico Keith a ir para Londres, onde novamente trabalhou como compositor tipográfico numa impressora, até que Thomas Denham o fez regressar a Filadélfia, dando-lhe uma posição na sua empresa.

Em 1732 começou a publicar o famoso *Poor Richard's Almanack*, no qual se baseia uma boa parte da sua reputação popular nos EUA. Provérbios deste almanaque, como «Well done is better than well said», são hoje muito conhecidos.

Franklin e outros membros de uma Associação Filosófica juntaram os seus recursos em 1731 e iniciaram a primeira biblioteca pública de Filadélfia. Fundaram uma empresa, que encomendou os primeiros livros em 1732; em 1741, a biblioteca incluía obras de História, de Geografia, de Poesia e das Ciências. Os sucessos desta iniciativa encorajaram a criação de bibliotecas noutras cidades americanas e Franklin sabia que estas iniciativas faziam parte da luta das colónias pela sua emancipação do Lião britânico.

Em 1758, o ano em que deixou de editar o almanaque, imprimiu *O sermão do pai Abraão*, hoje considerado como o texto mais famoso produzido na América colonial.

Entretanto, Franklin interessava-se cada vez mais pelos assuntos públicos. Planeava criar uma academia, um projecto que, mais tarde reelaborado, deu origem à Universidade da Pensilvânia. Fundou a *Sociedade Filosófica Americana* com o fim de fomentar a comunicação das descobertas entre os cientistas. Já tinha começado as



suas pesquisas sobre a electricidade, que o iriam ocupar, juntamente com outros temas científicos, até ao fim da vida.

Em 1748 vendeu o seu negócio para ter mais tempo livre para os estudos, agora que tinha adquirido uma riqueza notável. No espaço de poucos anos fez descobertas sobre a electricidade que lhe trouxeram reputação internacional. Franklin identificou as cargas positivas e negativas e demonstrou que os raios são um fenómeno de natureza eléctrica.

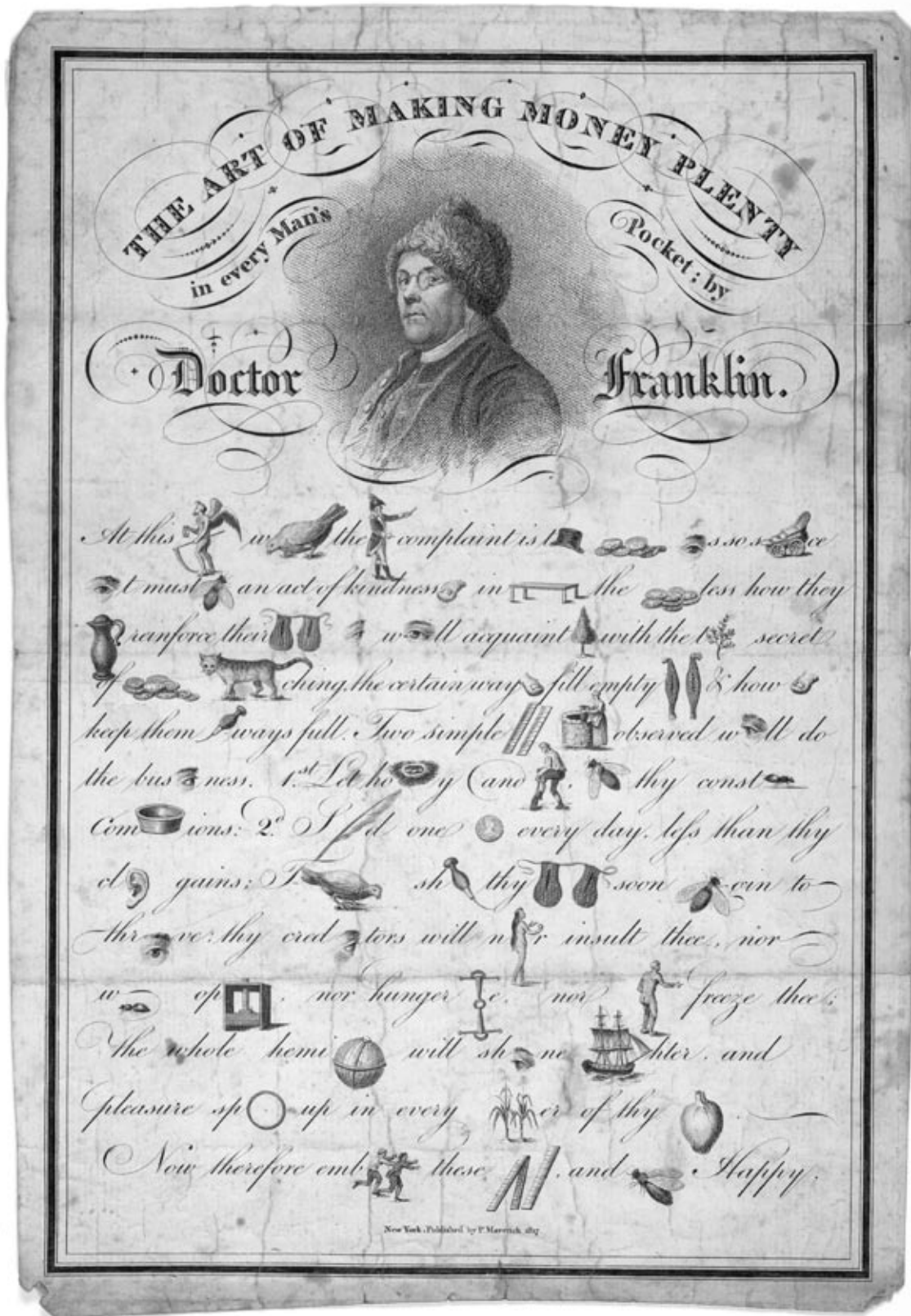
A *Pennsylvania Gazette*, o mais célebre jornal dos EUA antes da Revolução Americana, foi publicado até 1800. Um periódico lançado por Samuel Keimer, o segundo jornal a ser publicado na Pensilvânia, sob o título *The Universal Instructor in all Arts and Sciences: and Pennsylvania Gazette*. Em 1729, Benjamin Franklin e Hugh Meredith compraram o jornal e encurtaram o título. Franklin, além de compor e imprimir o jornal, também escrevia artigos sob diversos pseudônimos. Esta gazeta tornou-se rapidamente a mais bem sucedida nas colônias americanas. E Ben foi o primeiro a usar um layout de colunas num jornal! O famoso slogan subversivo JOIN, OR DIE. era da autoria do próprio Franklin.



Abreviando o relato de uma vida plena, saliento que as invenções de Franklin incluíram o pára-raios, o *Franklin Stove* (um aquecedor a lenha que se tornou muito popular, debitando uma corrente de ar directamente na área a aquecer) e as lentes bifocais. Em Dezembro de 1776 foi enviado para França como emissário dos Estados Unidos, abrindo um novo capítulo nas boas relações entre os progressistas franceses e americanos. *ph.*



A edição de 2 de Janeiro de 1750 da *Pennsylvania Gazette*, publicada por Benjamin Franklin. O nome de Franklin vem assinalado com a sua função de Post-Master.



The art of making money plenty in every man's pocket by
Doctor Franklin. New York, publicado por P. Maverick, 1817.

Frederic Wiliam Goudy

O excêntrico F. W. Goudy (1865–1947), talvez o mais importante tipógrafo e typeface designer norte-americano dos «bons velhos tempos», foi contemporâneo de Bruce Rogers, W. Addison Dwiggins e de M. F. Benton. Trabalhou longo tempo para a empresa Monotype. Um resumo de P. Heitlinger.

Autodidata, o erradamente designado «mais prolífico typeface designer estado-unidense» desenhou cerca de 124 fontes – embora já contasse 30 anos quando desenhou o seu primeiro typeface de qualidade.

Quando faleceu em 1947, este trabalhador incansavelmente individualista tinha a glória de ser *the most famous type designer in the world*. Deixou-nos várias obras-mestras tipográficas, como a fonte Deepdene.

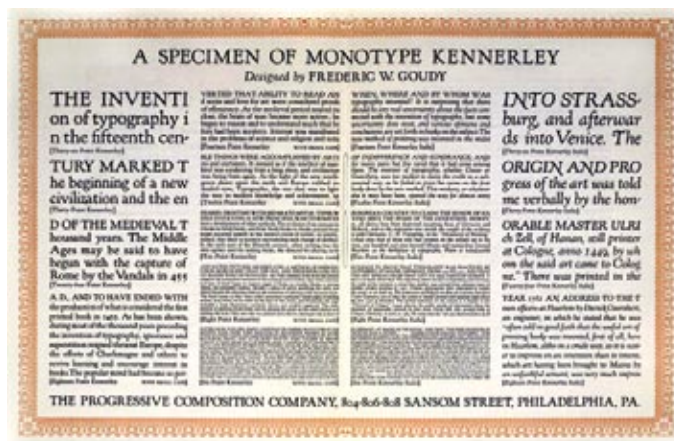
Depois de terminar a High School em 1883, Goudy trabalhou com o seu pai, vendendo imóveis. Em 1887, muda-se para Minnesota e com a idade de 24, chega a Chicago. Ficou empregado no Departamento de Livros Raros da editora A. C. McClurg, onde conhece as edições das melhores imprensas privadas da época: da Kelmscott Press de William Morris, da Doves Press, da Eragny Press e da Vale Press.

Em 1895, Goudy funda a sua oficina de imprensa privada, a private press Camelot Press, com Lauren C. Hooper; juntos imprimem em 1897 a revista *Chap-Book*, que dura apenas um ano. Goudy logra vender o seu primeiro alfabeto – as letras versais Camelot – à Fundação Dickinson Type Foundry. De parceria com a sua diligente esposa



A legend that all bookmen love is that of the bright-eyed New York University girl who listened to Fred Goudy lecture on lettering and then asked: "Professor, just how do you design type?" Solemn as a preacher, Fred Goudy answered: "You think of a letter, miss, and then you mark around it."

"Anyone who would letterspace blackletter would steal sheep."



COPPERPLATE
A B C D E F G H J
K L M N O P Q R
S T U V W.

HADRIAN, FONTE DE
INSPIRAÇÃO
ROMANA, VISTA NO
LOUVRE, PARIS.

Goudy Sans
A B C D E F G H I
J K L M N O P Q
R S T U V W X
Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Corte Itálico

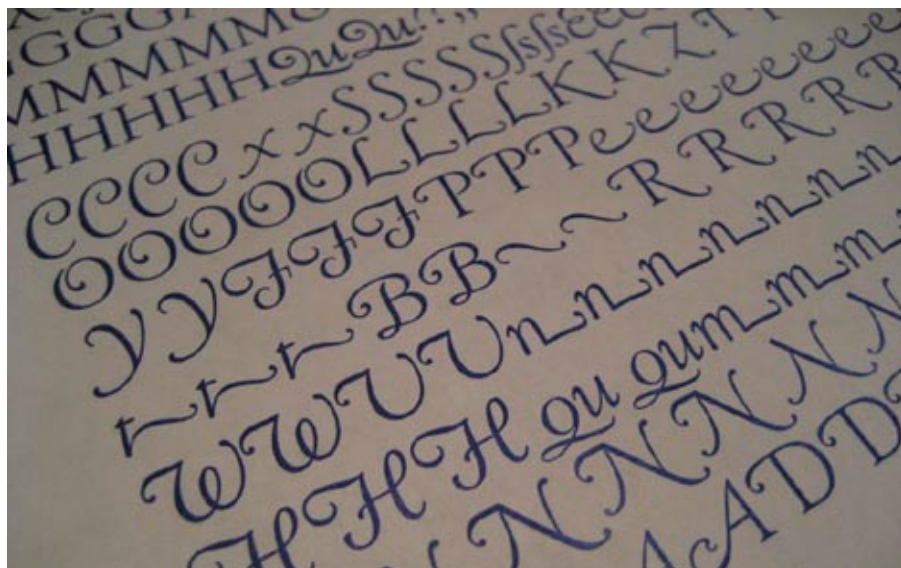
Bertha («First Lady of Printing») e com o aprendiz Will H. Ransom, fundou a *Village Press & Letter Foundry* em 1903.

Em 1906, Goudy mudou-se para New York; montou de novo a *Village Press*, num edifício em Manhattan. Em 1908, a *Village Press* foi pasto das chamas; apenas algumas matrizes sobreviveram o fogo devastador. Depois da I Guerra Mundial, a *Village Press* foi relançada em Forest Hill para, em 1924, ser trasladada para Marlborough, New York.

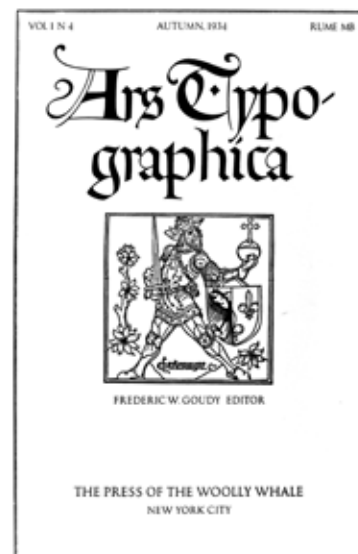
Goudy, que não gostava do modo mecânico de como as fundições comerciais traduziam os seus desenhos de tipos feitos à mão, decide criar a sua própria fundição em 1925 – para controlar todas as fases do processo. Em 1939, outro incêndio arrasa a sua oficina, destruindo máquinas e desenhos.

Em 1920, Goudy aceitou o posto de director artístico da fundição *Lanston Monotype Co.*, que assumiu de 1920 até 1947. Durante os seus últimos 25 anos, Goudy foi homem famoso, conferenciando e palestrando sobre Tipografia e Desenho de livros. Os seus artigos e livros exerceram forte impacto na comunidade tipográfica.

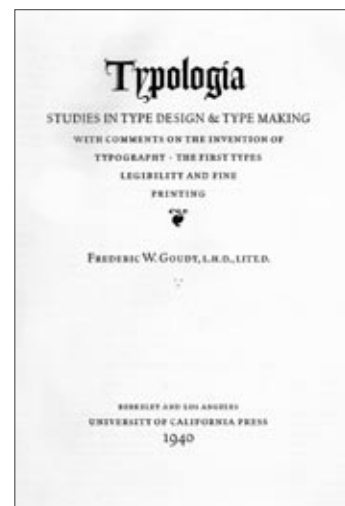
Fontes: Alguns dos mais famosos typefaces de Goudy são: Camelot (1896), Pabst Roman (1902), Village (1902), Copperplate Gothic (1905), Goudy Old Style (1914), Hadriano (1918), Goudy Newstyle (1921), Garamont (1921), Deepdene (1927), Goudy Text (1928), Kennerley (1930), Tory Text (1935). A Goudy Sans foi a única letra sem serifas que desenhou.



A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z



Paixão pelas góticas: capa da revista de Frederic W. Goudy *Ars Typographica*, publicada em 1934 pela sua Woolly Whale Press.



A fonte Goudy Old Style, fotografada por Anemone Letterpress.

Uma das belas blackletters de Goudy: Goudy Text MT.

Linotype: a composição mecaniza-se

Enquanto a impressão sempre foi mecânica, a composição foi durante longo tempo uma tarefa manual que dependia do knowhow do compositor (typesetter). A aceleração da impressão pelas máquinas movidas a vapor impulsionou o desenvolvimento de soluções mecanizadas para a composição, e diversas máquinas para fundir e compor tipos foram implementadas em meados do século XIX.

A mecanização da composição de textos aconteceu na década de 1880, com matrizes de fundição dentro das máquinas, que produziam o texto composto linha por linha (na Linotype), ou em matrizes (a Monotype). Passados 400 anos depois da revolucionária invenção de Gutenberg, a Tipografia tinha conhecido poucos aperfeiçoamentos. A tecnologia dos tipos de chumbo e do prelo de imprensa trouxeram incalculável benefício ao desenvolvimento da Humanidade, impulsionando as Artes, a Ciência e a Educação. A produção de livros foi uma curva exponencial, mas a partir do século XIX aumenta de forma explosiva a procura por publicações de todo o tipo: jornais, revistas, livros, periódicos, panfletos, folhetos e catálogos. A era industrial clamava por novos sistemas de impressão, de desempenho industrial: muito mais rápidos, menos artesanais e mais mecanizados, menos custosos.

As máquinas que em breve irão substituir o tradicional mestre-compositor das pequenas e grandes oficinas tipográficas são a Linotype (1886) e a Monotype (1893). Foi já só no final do século XIX que surgiram sistemas automáticos de produção de tipos «em tempo real» para acelerar a montagem do texto a ser impresso.

A invenção de maior sucesso foi a máquina de composição inventada pelo emigrante alemão Ottmar Mergenthaler em 1884, em Baltimore, EUA. Quando Mergenthaler analisou o resultado de um dos primeiros testes da sua máquina, exclamou entusiasmado: “A line of type!” Isto sucedeu em 1886 na sala de imprensa do New York Times. Ottmar Mergenthaler viu nesta sua interpretação um ótimo nome para uma empresa; e com a marca Mergenthaler Linotype começou em Nova Iorque a produção em série da máquina de composição por ele inventada.

Em 1887, Mergenthaler aperfeiçoou uma vez mais a tecnologia, para conquistar, primeiro os Estados Unidos, e depois, o mundo inteiro. ‘Linotype’ será em breve sinónimo de “tipografia e composição” – e de uma empresa a exportar a nível mundial.

A Linotype produzia impressos a baixo custo, intensificando a «informação» das massas. A tipografia tradicional era o texto composto à mão, juntando tipos móveis individuais. Com a Linotype era possível compor uma linha inteira, a qual, assim que batida no teclado da própria máquina, era logo fundida em chumbo. A máquina, equipada com chumbo em ponto líquido, fundia imediatamente a linha de texto, para ser integrada na composição de colunas e de páginas.

Os jornais – e antes mais que tudo os diários que apareceram céleres a partir de 1870 – alcançaram tiragens incríveis. Nas grandes metrópoles – Barcelona, Madrid, Paris, Berlin, Londres e Nova Iorque – em breve saíam vários jornais diários, com espantosas tiragens, alguns até com edições da manhã e da tarde. A substituição da impressão



As máquinas planas, que imprimiam o jornal folha por folha, foram substituídas pelas rotativas, muito mais rápidas, que usavam enormes bobinas de papel e já finalizavam a dobragem e até o empacotamento do jornal impresso...

plana pela impressão em offset rotativa permitiram, no século XX, a transformação das editoras de jornais em grandes empresas de comunicação; formaram-se os impérios chamados New York Times, National Geographic, Washington Post, etc.

Na composição, a produtividade aumentara na proporção que um operador de Linotype podia compor um equivalente à produção de 7 ou 8 compositores manuais! Não admira portanto que os monstrosos gigantes da composição semi-automática, pesando toneladas, fossem um enorme sucesso de vendas. Sucesso para os industriais, morte lenta para os operadores.

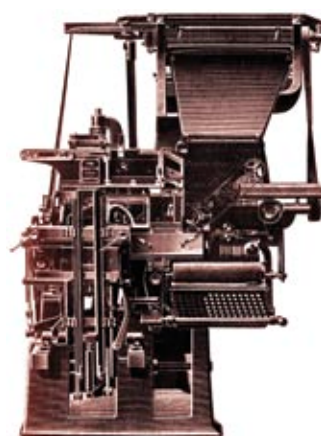
O chumbo líquido, que causava envenenamentos graduais, continuou sendo a fatal “doença do ofício” dos fundidores/compositores. Como panaceia, os compositores tinham “direito” a um copo de leite diário, supostamente um antídoto contra os letais efeitos do chumbo.

Eram agora as grandes empresas da composição mecânica, como a Linotype e a Monotype, as que encomendavam novos typefaces; cada vez mais estas monopolizaram o negócio tipográfico, levando as fundições mais pequenas (e, em parte, mais inovativas) à falência.

Depois da II Guerra Mundial, a Linotype já não conseguiu afirmar a sua posição quase monopolista; hoje, este pioneiro da composição moderna já não era nem a sombra do que tinha sido, depois que reorientou completamente o seu negócio. A tecnologia de composição mecânica foi ultrapassada pela composição digital.

A descendente, Linotype Library GmbH, vende hoje fontes digitais, muitos clássicos indispensáveis ao trabalho do designer gráfico – parte deles, linda herança da antiga empresa. A Linotype Library GmbH passa a fazer parte do consórcio internacional Heidelberg Druckmaschinen AG. Depois de uma longa sequência de aquisições (veja os detalhes em www.linotype.com), em 2006 a Monotype Imaging Inc. comprou a Linotype GmbH.

Hoje é raro poder observar uma máquina Linotype em funcionamento; o Museu da Imprensa no Porto é um dos poucos institutos europeus com uma destas máquinas em estado operacional.



A Monotype de Tolbert Lanston

A máquina de composição Monotype nasceu da imaginação do norte-americano Tolbert Lanston. Esta máquina tinha duas componentes: uma fundidora de tipos e um módulo de teclado, separado da fundidora. A primeira patente, de 1887, foi obtida para um modelo que não chegou a ser construído em série. Em 1896 surgiu a primeira máquina de composição Monotype funcional.

No módulo com o teclado de 276 teclas, que obteve a sua forma definitiva em 1908, uma bobina fornecia a longa fita de papel que era perfurada para registar digitalmente (!) a sequência dos glifos batidos no teclado. Este registo transmitia à unidade fundidora quais as matrizes a serem fundidas, saindo os textos compostos em linhas justificadas.

Uma vantagem importante desta separação das funções composição/fundição era o facto de a matriz permitir correcções pontuais, em proveito da qualidade final do impresso. A máquina Monotype é formada por dois aparelhos:

— Um módulo para a composição, com um monstruoso teclado; a composição aí feita produz uma fita perfurada.

— Uma máquina fundidora que descodifica a fita, produzindo tipos soltos, compostos em linhas-blocos justificados.

O principal campo de aplicação da máquina de composição Monotype eram os trabalhos de composição de livros e as tarefas mais complicadas, como as tabelas. Nos outros trabalhos, dominava o uso da Linotype.

A Lanston Monotype Machine Company, fundada em 1887 por Tolbert Lanston em Washington D.C., precisava de fundos, e para tal fundou uma sucursal em Londres, no ano de 1897 – a Lanston Monotype Corporation Ltd. Em 1936, a Lanston Monotype foi posicionada na Bolsa, já como Monotype Corporation Ltd. Esta acabou por ser dividida em três blocos operativos:

- a Monotype International, que produzia fotocompositores;
- a Monotype Limited, produzindo ainda «hot metal machines»
- e a Monotype Typography, que desenhava e vendia typefaces.

Foi só no início do século xx que começou um período mais criativo no mundo do desenho de tipos de chumbo. Nos EUA surgiram importantes profissionais: Morris Fuller Benton, Frederic W. Goudy, William A. Dwiggins e Oswald Cooper. Todos eles fizeram história.

Imprint Old Face, Series 101 foi o primeiro revival de uma romana de feição histórica, conseguida pela empresa Monotype. A *Imprint* foi um sucesso comercial; ainda hoje é esporadicamente usada. Outro sucesso de arranque para a Monotype foi a fonte *Plantin*, um tipo proposto por Pierpoint e Steltzer, e realizado em 1913.

Os moldes da *Plantin* foram encontrados no *Index characterum* impresso pela oficina Plantin-Moretus em Antuérpia, no ano de 1905. Este *Index* foi compilado e publicado pelo primeiro director do Museu Plantin-Moretus. Pouco depois da *Plantin* saiu a *Monotype Garamond*, um re-design que gerou forte polémica entre os tipógrafos da época. Um dos personagens a impulsionar a *English Monotype Garamond* foi o tipógrafo e historiador Stanley Morison, então com apenas 32 anos. O seguinte revival foi a *Monotype Baskerville*, igualmente impulsionado por Morison. No ano de 1932 deu-se o lance do tipo que iria alcançar expansão mundial: a *Times New Roman*, algo pare-

Os EUA tiveram o papel decisivo no desenvolvimento da mecanização da composição de tipos.

As principais máquinas de composição eram de origem americana: a Linotype, inventada pelo imigrante alemão Ottmar Merghenthaler (apresentada em 1886, entrou em produção em torno de 1890) e o sistema Monotype (difundido a partir de 1894), inventado por Tolbert Lanston, em 1887.

cido a uma *Plantin* modernizada; terá tido origem na *Granjon Gros Cicero*, fonte histórica também documentada no *Index Characterum* do Museu Plantin-Moretus.

Paralelamente à emissão da *Baskerville*, a Monotype levou ao comércio a veneranda *Poliphilus*, um tipo que era facsimile das letras gravadas por Francesco Griffo para o editor veneziano Aldus Manutius.

No ano de 1955, a Monotype começou a produzir máquinas de fotocomposição, abandonando gradualmente o «hot metal», a composição a quente.

Em 1998, a Agfa-Compugraphic comprou a Monotype, passando esta a chamar-se Agfa-Monotype. Em 2004, o bloco Monotype foi adquirido pela investora TA Associates de Boston, e esta nova empresa chama-se agora Monotype Imaging. Com a recente aquisição (2006) da Linotype GmbH pela Monotype Imaging, ficou claro que este consórcio se está a dirigir para uma posição quasi-monopolista; já hoje, a Monotype Imaging clama ser um «global leader in fonts and font technologies».

Linn Boyd Benton

Tipógrafo, impressor, inventor e empresário, fundou em 1894 a famosa empresa American Type Founders Company (ATF). É a figura que assentou a originalidade da Tipografia norte-americana, tornando-a completamente independente da europa.

Tanto Linn Boyd Benton como o seu filho dedicaram as suas vidas profissionais à liderança da ATF, que surgiu no mercado como merger de 23 pequenas fundições que lutavam pela sobrevivência. A evolução da tipografia moderna norte-americana foi impulsionada de forma decisiva por Linn Boyd Benton e pelo seu filho Morris Fuller Benton. Pai e filho souberam introduzir com sucesso uma imensidade de fontes, clássicas e modernas, no *design* norte-americano dos anos 20 e 30.

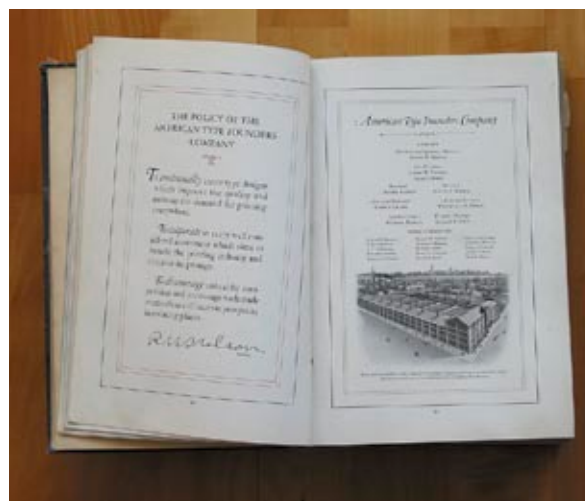
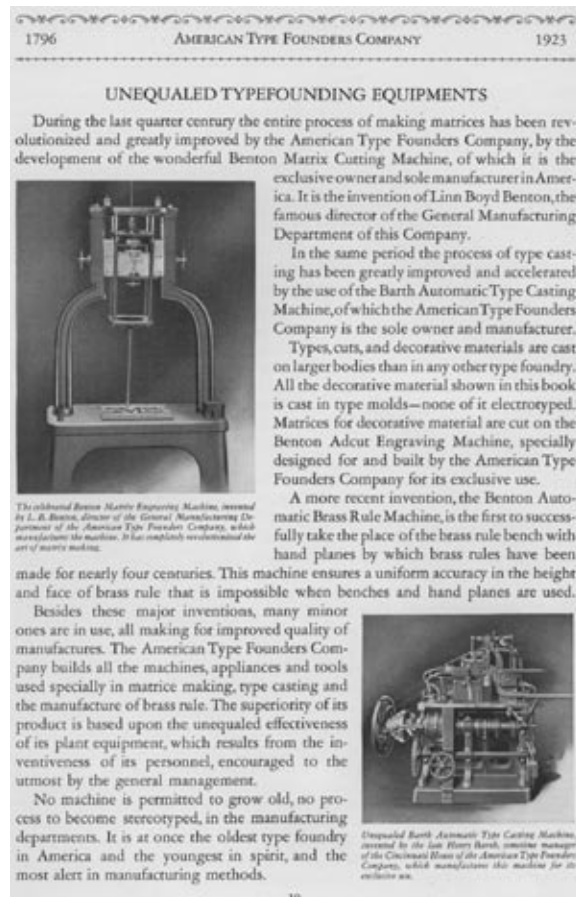
Antes de 1920, as chamadas *gothics* estavam limitadas a servir no display e na publicidade; quase sempre em grandes tamanhos e pesos negros. A partir da Franklin Gothic (veja o artigo sobre esta fonte), as *gothics* passaram ao uso geral.

Linn Boyd Benton fez-se em 1873 co-proprietário de uma pequena fundição de tipos em Milwaukee. Aí, este engenheiro mecânico autodidacta pôs a funcionar a sua primeira máquina de gravar punções de aço, um *punch-engraver* que foi patenteado em 1885.

Enquanto a composição de tipos e a velocidade de impressão iam crescendo de maneira fenomenal, a produção de tipos de chumbo ainda era morosa. Em 1885, Linn Boyd Benton inventou um dispositivo pantográfico que automatizava o processo de gravação de matrizes de tipos. A sua máquina – o *matrix engraver* – permitia que os desenhos e os caracteres fossem ampliados ou diminuídos na escala desejada, criando versões de diferentes corpos da mesma fonte.

Ao primeiro modelo sucederam — até 1930 — toda uma série de inovações que iriam revolucionar a produção de tipos móveis. A *pantographic punchcutting machine* que Benton inventou, industrializou o processo de produção de punções de tipos.

A ATF em breve iria liderar a Tipografia nos EUA. Uma parte do sucesso das fontes da ATF deve-se ao facto que a partir de 1920 começaram a surgir cada vez mais agências de publicidades – cujos directores de





THE WELL-GROOMED COMPLEXION

A SMART costume cannot overshadow a threadbare complexion. But the loveliness of youth, preserved and imprisoned in a well-groomed skin, more than repays a woman for any time and effort given to her personal care.

The modern woman, caught up in the whirl of social and business life, has wisely resorted to the friendly advice of the beauty specialist. It is but a matter of simple daily routine to protect, cleanse and nourish her skin with Marie Barlow Facial Preparations.

Rightly used, these creams and cosmetics preserve and enhance her natural beauty and help maintain that alluring quality of youthful charm.

If not found at your favorite Toilet Goods counter write to Miss Barlow direct.

Send for your copy of "Youthful You", a booklet on the care of the skin.

DEPARTMENT 1234

Marie Barlow
358 - 52 Ave.
NEW YORK CITY

AFTER SHOPPING...
BEFORE TEA...
VISIT



MARIE EARLE'S
new SALON

FIFTH AVENUE
at FIFTY SECOND STREET

IS THE most fashionable and most convenient shopping section of all New York—

Marie Earle, specialist in faces; maker of exquisite preparations for the skin; well known to smart women the world over, invites you to visit her new salon. . . . If you are to be in town ever so briefly this summer, make an appointment for a Marie Earle treatment at the most original, most distinguished new salon on the Avenue. See your own face before a treatment, after shopping! After a treatment, before tea! You will be convinced that if Marie Earle takes a hand in your fortune, you will face the future beautifully. . . . Especially in the summer, you are wise to give your complexion the most faithful care. Marie Earle's Emall 77 absolutely prevents sunburn. Her Essential Cream is both cleansing and nourishing. Established in Paris in 1910, and now at 659 Fifth Avenue.



Marie Earle



Marie Earle
NEW YORK

arte estavam sempre ávidos por adquirir novidades tipográficas para dar mais individualidade aos desenhos publicitários. Outro vetor foi que os magazines de grande tiragem tiveram igual aceleração nos anos 20. Também estes desejavam novos typefaces.

Na ATF, o processo de fabricação de fontes começava com a aprovação dos desenhos originais por M.F. Benton. Seguidamente, os desenhos para os vários corpos eram produzidos com o aparelho *Delineator* — uma invenção de Linn Boyd Benton. Depois, utilizavam-se os pantógrafos para criar moldes em cera. Seguiu-se a produção dos *patterns* e a gravação das matrizes, usando as máquinas de gravar de L.B. Benton. O pantógrafo permitia a fácil produção de matrizes de tipos a partir de qualquer desenho, podendo gerar uma infinidade de estilos e pesos. O pantógrafo facilitava ainda diversas distorções do desenho original (condensar, expandir, alongar, etc.).

Com esta aceleração industrial, Morris F. Benton desenvolveu 252 fontes (e famílias de fontes), quase todas publicadas e comercializadas pela ATF.

Morris Fuller Benton: abundância de tipos

O norte-americano M.F. Benton foi engenheiro, typeface designer e empresário na ATF. É considerado o inventor das famílias de fontes e o mais prolífico type designer de sempre. Benton foi o principal designer da American Type Founders, de 1892 até 1937.

MORRIS FULLER BENTON, filho único de Linn Boyd Benton, tinha uma extraordinária habilidade para o desenho técnico, o que parece tê-lo predestinado para o estudo de Engenharia de Máquinas na *Cornwallis University*. Aí se graduou em 1896.

A primeira tarefa de M.F. Benton na *American Type Founders Company* foi a de comparar os diversos typefaces que tinham entrado no ativo da ATF, quando esta empresa nasceu da junção de 23 fundidoras independentes.

Como assistente congenial do seu pai na central nova-iorquina da ATF, Morris F. Benton contribuiu para aperfeiçoar as *punch-engraving machines* e os outros aparelhos que o seu pai tinha inventado. Na ATF, dirigida pelo seu pai, Linn Boyd Benton, Morris assumiu a posição de chefe typeface designer já em 1900 — e ocupou-a quase 40 anos!

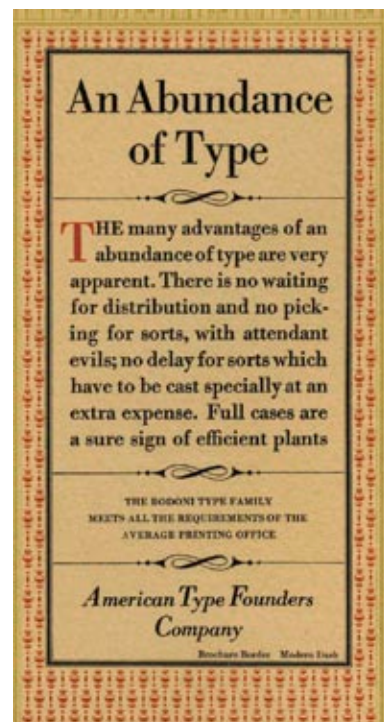
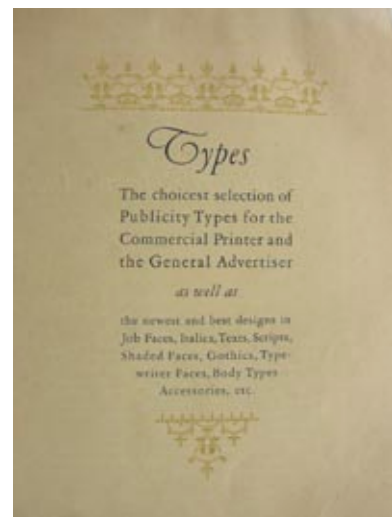
Por causa do seu estado de doença, M.F. Benton teve que sair em 1937 da empresa; em 1948 morreu de uma embolia pulmonar.

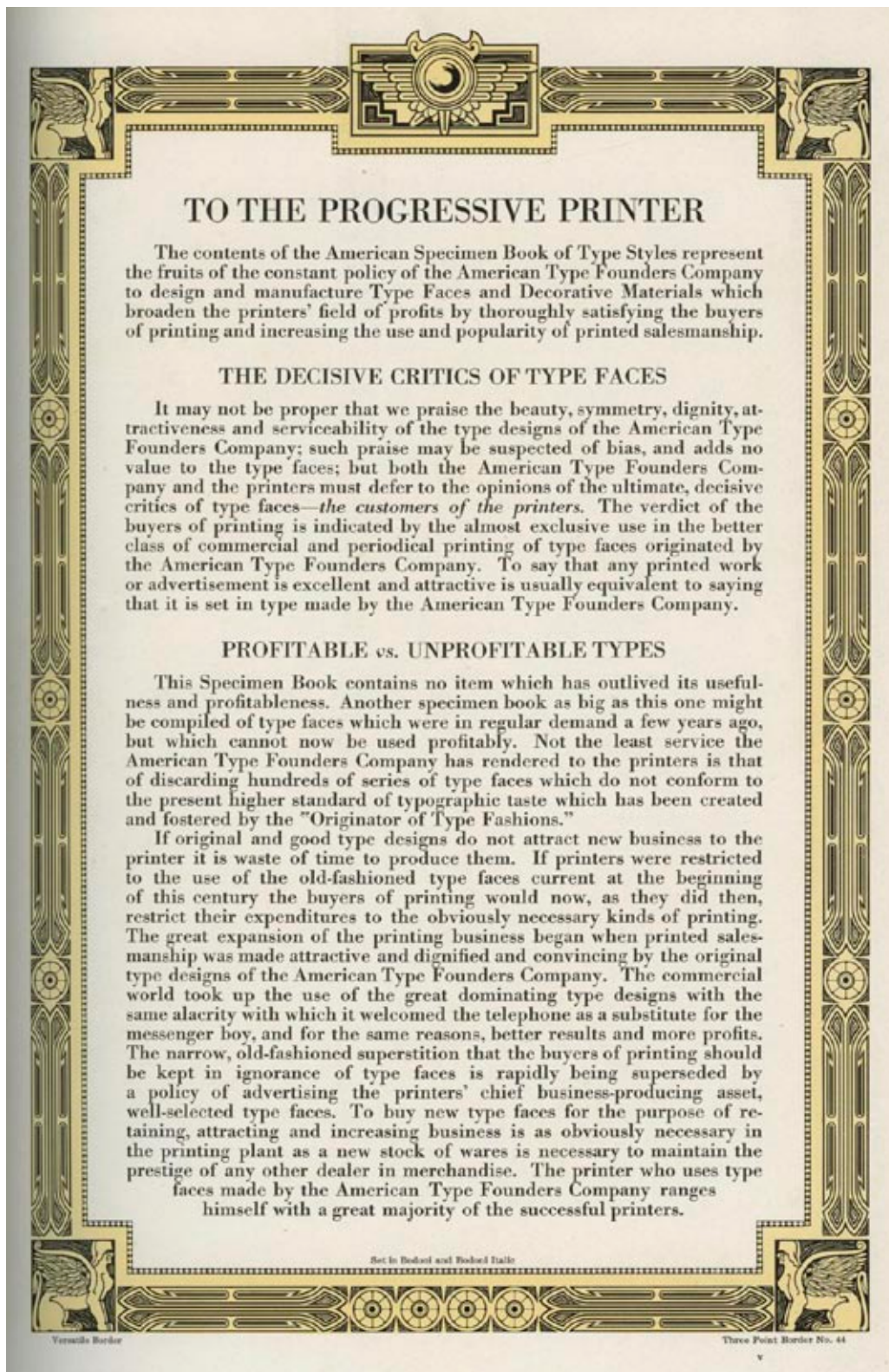
Baseado em extensos estudos histórico-tipográficos, M.F. Benton desenhou uma longa série de typefaces: a American Garamond, Century, Parisian, Broadway, Cheltenham, Franklin Gothic, Poster Bodoni, Balloon Light, News Gothic. Muitas destas fontes continuam a ser clássicos da tipografia. As suas letras sem-serifa, chamadas *Gothic* ou *Standard*, foram derivadas (entre 1905 e 1930) da fonte alemã *Ältere Grotesk*.

Foi esta a época em que a ATF se intitulava *Originator of Type Fashions*, alegando só por à venda os tipos de sucesso, que geriam valor comercial, e descartando todos os outros, considerados não-rentáveis. Decididamente, a «lógica» capitalista tinha-se apoderado da Tipografia norte-americana...

Morris F. Benton terá realizado mais que o dobro das fontes do *star-typographer* F. W. Goudy (123 fontes), erradamente aclamado como o «mais prolífico desenhador de typefaces em toda a História do graphic design». Morris Fuller Benton é considerado autor de 252 fontes, entre elas: Agency Gothic, Alternate Gothic, American Text, Announcement Roman, Bank Gothic, ATF Bodoni, Broadway, Bulmer, Canterbury Old Style, Century Expanded, Century Schoolbook, Cheltenham, Civilite, Clearface, Clearface Gothic, Cloister, Black Cloister Open Face, Commercial Script, Eagle, Empire, Engravers Old English, Franklin Gothic, Garamond No. 3, Garamont Amsterdam, Goudy Handtooled, Hobo, Lightline, Gothic News, Gothic Parisian, Phenix, American Piranesi, Souvenir, Tower, Stymie, Typo Upright, Wedding Text, Wichita.

A família de fontes Franklin Gothic acabou por ser um dos mais exitosos «longsellers» tipográficos de sempre.

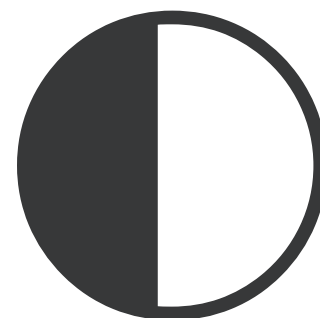




Uma página do catálogo da ATF de 1912: «To The Progressive Printer: This Specimen Book contains no item which has outlived its usefulness and profitableness ... Not the least service the American Type Founders Company has rendered to the printers is that of discarding hundreds of series of type faces which do not conform to the present higher standard of typographic taste which has been created and fostered by the "Originator of Type Fashions."» Que mais acrescentar? Esta página e outras mais estão disponíveis em http://levien.com/type/atf_1912/

Broadway, ao gosto Art Déco

American Type, 3



Meio branca, meio negra: uma fonte como o jazz-song Night and Day.

A BROADWAY foi desenhada por Morris Fuller Benton para a ATF em 1929.

THIS IS
ONE OF TWELVE
MODERNISTIC
TYPE FACES
TO BE ISSUED
- - -
ALL CLEVER
ALL GOOD

Broadway BT, em 21 pt, composta numa imitação do prospecto da ATF de 1929.

The Century Family

Na Century Roman manifesta-se pela primeira vez o conceito de «família de fontes», composta por formas condensadas, regulares e expandidas, com pesos desde o Light até ao Ultra-Bold. Todos os cortes e pesos possuem uma versão itálica. Na Century Roman, embora classificada como Didone, os contrastes de grossura não são acentuados como nas romanas classicistas. Com serifas bem pronunciadas, foi desenhada para ser uma fonte funcional, algo condensada para atingir boa economia de espaço. No prospecto da American Typefounders Co., a Century Family vinha apregoada como uma *Exceedingly Dignified Type Family*.

abçdefghijklmnoœpqrsßtuvwxyz13579
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ?!

Alguns cortes e pesos da ITC Century

abçdefflghijklmnoœpqrsßtuvwxyz1234567890,
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ?!

abçdefflghijklmnoœpqrsßtuvwxyz13579
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ?!

abçdefflghijklmnoœpqrsßtuvwxyz13579
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ?!

abçdefflghijklmnoœpqrsßtuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abçdefflghijklmnoœpqrsßtuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

THE CENTURY MAGAZINE

Vol. LVII.

APRIL, 1899.

No. 6.



FRANKLIN AS PRINTER AND PUBLISHER

THE MANY-SIDED FRANKLIN.

BY PAUL LEICESTER FORD,

Author of "The True George Washington," "The Honorable Peter Stirling," etc.

"VIRTUE and a Trade, are a Child's best Portion," said Poor Richard, and he not merely claimed, "He that hath a Trade, hath an Estate," but "He that has a Trade has an Office of Profit and Honour." Through all Franklin's life, he never missed an opportunity to praise the workman, be his calling what it might, and nowhere did he show tice, who was easily found in his brother Benjamin, though not so easily bound, for the lad had a "hankering for the sea," and so objected to being apprenticed to the more humdrum life of printer's devil. "I stood out some time," he relates, "but at last was persuaded and signed the indentures when I was but twelve years old. I was to serve as

Franklin Gothic, a sem-serifa norte-americana

A popularíssima família de fontes Franklin Gothic, de Morris Fuller Benton, foi lançada já em 1904 – numa época em que a Akzidenz-Grotesk estava apenas a começar impor-se na Alemanha.

Seria errado pensar que as sem-serifa só tiveram o seu tremendo impacto tipográfico a partir dos desenhos suíços da segunda metade do século xx. A presença da *gothic letter* tem sido uma constante na Tipografia norte-americana desde 1850, conforme o demonstram os três anúncios reproduzidos ao lado.

Quando se discutem as fontes sem-serifa suíças, de modo nenhum podia deixar de lado as antepassadas (e concorrentes) mais antigas das ubíquas Helvetica e Univers: as *grotescas* norte-americanas, os *gothic typefaces*, como são chamados nos EUA.

A Franklin Gothic nunca teve os problemas de aridez estética e «despersonalização», típicos das letras sem serifa oriundas da Alemanha e da Suíça.

A News Gothic, que data de 1908, também não mostra falta de temperamento. Na autoria destes (e de outros mais *gothic typefaces*) estão os prolíficos Linn Boyd Benton (pai) e Morris Fuller Benton (filho). Pai e filho souberam introduzir com sucesso as letras sem serifa no *mainstream design* dos anos 20 e 30. Antes de 1920, as *gothics* estavam limitadas a servir no display e na publicidade; quase sempre em grandes tamanhos e pesos negros.

A partir de 1920, e continuamente até hoje, as sem-serifa têm sido usadas nos EUA também para compor texto, no desenho editorial, em sinaléticas, para Corporate Identity, logótipos e outros fins. Só viu a sua posição de destaque ameaçada quando surgiu a Helvetica, por iniciativa dos adeptos do Estilo Internacional.

A Franklin Gothic acabou por ser um dos mais exitosos «longsellers» tipográficos de sempre, saiu em diversas versões, de diversas fundições; a ITC anunciou em 2004 um *relaunch* desta fonte com o nome ITC Franklin e com nada menos que 72 variantes; parece que este projecto nunca se concretizou.



g

abçdeffiflghijklmn
oœpqrstuvwxz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ?!
1234567890
ITC Franklin Gothic



William Addison Dwiggins

Notável artista gráfico, ilustrador e desenhador de tipos norte-americano.

William Addison Dwiggins (1880-1956) foi designer de livros, calígrafo, ilustrador, aluno no curso de *lettering* de Frederic W. Goudy na Frank Holme Schools of Illustration, em Chicago. Esta versátil e criativa personalidade também é conhecida pelo teatro de marionetes que concebeu.

Lançada no mercado em 1935, a fonte *Electra* de Dwiggins é uma das mais marcantes reinterpretações da tipografia classicista, fabricada para as máquinas de composição Linotype. A inspiração veio de Pierre Simon Fournier (1712-1768), gravador de punções e fundidor de letras, tipógrafo contemporâneo de Didot, autor de várias fontes classicistas e de ornamentos tipográficos (infelizmente, a maior parte do seu trabalho perdeu-se). A fonte *Monotype Fournier* e a *Barbou* foram baseadas no estilo do mestre francês; Dwiggins também baseou o seu desenho no de Fournier, mas deu-lhes uma «imagem» *yankee*.

Pouco depois da *Electra*, foi introduzida no mercado em 1939/1940 a *Fairfield* de Rudolf Ružicka (um amigo de Dwiggins), também para a Linotype. Ambas as fontes, não muito diferentes, foram durante 40 anos (!) profusamente usadas para a composição de texto corrido nos EUA – por exemplo, em revistas.

Os desenhos originais de Dwiggins estão patentes na Boston Public Library. A *Electra* apareceu com uma romana inclinada a fazer de cursiva, mas foi o próprio Dwiggins que acabou por desenhar em 1940 o corte itálico hoje comum. A fonte digital dispõe dos estilos Regular, Display, Cursive, Bold e Cursive Bold.

A princípios de 1942, durante a época de restrições impostas pela II Guerra Mundial, Dwiggins começou uma série de testes, buscando uma tipografia económica; ao mesmo tempo, solicitaram-lhe uma tipografia com *aire* espanhol. Os dois projectos confluíram num só — e o resultado foi a *Eldorado*, lançada em 1953.

Fontes de WAD: *Electra*, *Caledonia*, *Eldorado*, *Falcon*, *Metro* e *Winchester*.



Eldorado, a
compact Roman
font by WAD:
ABCDEFGH
IJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567.

Bibliografia

Tracy, Walter. *Letters of Credit: A View of Type Design*, London. Gordon Fraser Limited, 1986.

Tracy, Walter. *The Typographic Scene*. London. Gordon Fraser Limited, 1988.

Connare, Vincent. *The Type Designs of William Addison Dwiggins*. May 22, 2000

Livingston, Alan e Isabella. *Dictionary of graphic design and designers*. London. Thames and Hudson, 1992

The Dwiggins Marionettes: A Complete Experimental Theatre in Miniature, Dorothy Abbe (Harry N. Abrams Inc. 1964)

Blumenthal, Joseph, *The Printed Book in America*. London. The Scolar Press Limited, 1977.

Carter, Sebastian. *William Addison Dwiggins, Twentieth Century type designers*. London. Lund Humphries, 1995.

Dwiggins, William Addison, *WAD to RR a letter about designing type*. Cambridge, MA: Harvard College Library, 1940.

McGrew, Mac. *American Metal Typefaces of the Twentieth Century*. Delaware: Oak Knoll, 1993.

Shaw, Paul. *Tradition and Innovation: The Design Work of W. A. Dwiggins* in Design Issues, Vol. I, N° 2.

www.smith.edu/libraries/lib/rarebook/exhibitions/skaggs/dwiggins.htm

www.connare.com/essays.htm

<https://listserv.heanet.ie/cgi-bin/wa?A2=indo308&L=typo-l&T=o&P=9864>

Electra, WAD

American Type, 5

AaBbCcDdEeFfGgHhIi
JjKkLlMmNnOoPpQq
RrSsTtUuVvWwXxYyZz!?

SMALL CAPS

áBbCçDTtUüVvwxÿž&
ÆCE½¼¾, 1234567890 \$&

Bold Electra

*FfGgHhIiJjKkLlMm
TtUuVvWwXxYyZz&ÆCEfi.*

Display Style:

»ABCDEZGHIJKÆCEXLM«

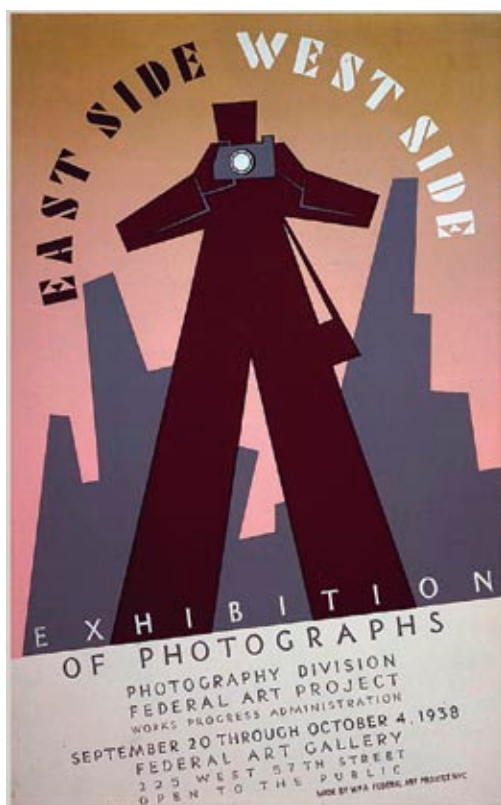
Q

Os posters da WPA, 1936-1943

Works Projects Administration (WPA) foi a principal agência estatal criada para por em prática o *New Deal* de Franklin Roosevelt. Foi instituída em Maio de 1935, por ordem presidencial e financiada pelo Congresso. A WPA empregou milhões de americanos, duramente atingidos pela Grande Depressão; os programas estenderam-se a todas as regiões e localidades, principalmente às regiões montanhosas e rurais do Oeste dos EUA. A WPA completou a Federal Emergency Relief Administration estabelecida sob a presidência de Hoover, e foi mantida durante o mandato de Franklin Roosevelt. Dirigida por Harry Hopkins, a WPA tinha como objectivos proporcionar trabalho e pensões aos milhões de desempregados, ultrapassando uma das maiores crises do Capitalismo a nível mundial. O programa contribuiu para a construção de numerosos edifícios públicos e de estradas, mas também dirigiu numerosos projectos no campo das Artes, do Teatro e da Educação de Adultos. A WPA alimentou crianças, distribuiu viveres, roupas e alojamento. A WPA fez construir ou renovar 110.000 escolas, estações e Estações de Correios; 100.000 pontes e 800.000 km de estrada. A WPA *Poster Collection* da Library of Congress (LOC) integra 907 posters produzidos de 1936 a 1943, por diferentes secções da WPA. São conhecidos um total de 2000 posters; a colecção da LOC é a maior – e está online. A maioria dos cartazes refere-se às regiões Califórnia, Illinois, New York, Ohio e Pennsylvania.

The By the People, For the People: Posters from the WPA, 1936-1943 collection consists of 908 boldly colored and graphically diverse original posters produced from 1936 to 1943 as part of Franklin Delano Roosevelt's New Deal. Of the 2,000 WPA posters known to exist, the Library of Congress's collection of more than 900 is the largest. These striking silkscreen, lithograph, and woodcut posters were designed to publicize health and safety programs; cultural programs including art exhibitions, theatrical, and musical performances; travel and tourism; educational programs; and community activities in 17 states and the District of Columbia. The posters were made possible by one of the first U.S. Government programs to support the arts and were added to the Library's holdings in the 1940s.

lcweb2.loc.gov/pp/wpaposhtml/wpaposabt.html



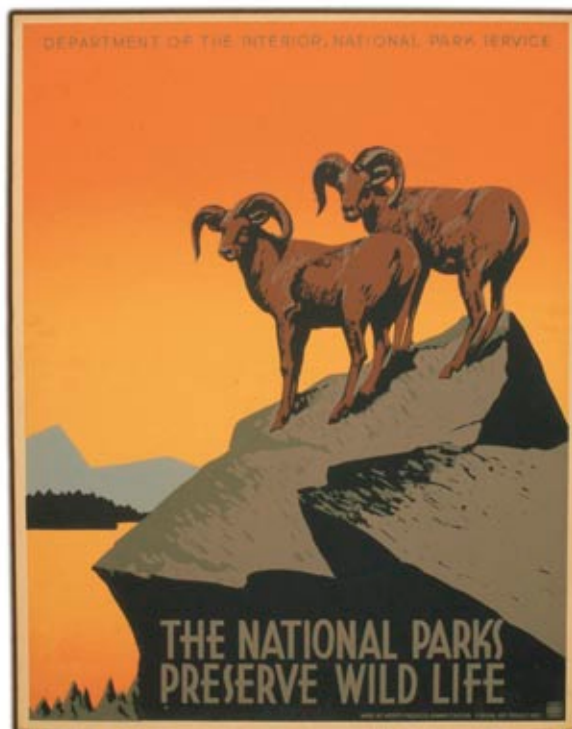
East side, West side. Exhibition of photographs. Serigrafia de Anthony Velonis. 1938.



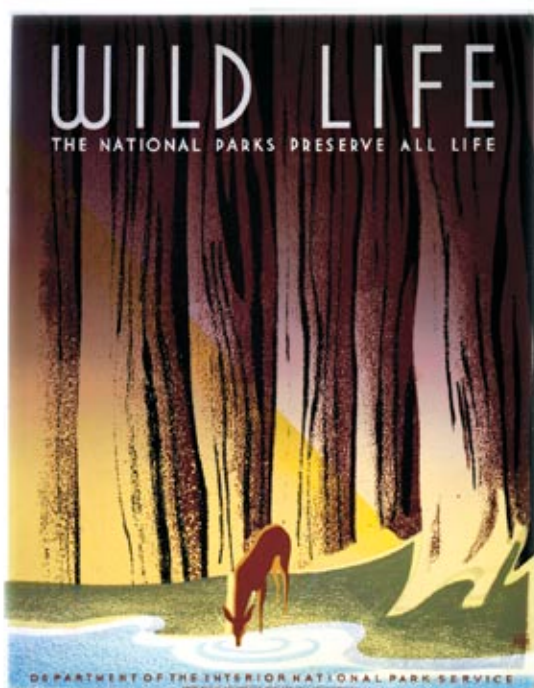
Um cartaz da WPA que não pode negar influências do design europeu da época: «neue typographie», Construtivismo, etc. Um invulgar design gráfico para um Teatro de marionetes, década de 1930.



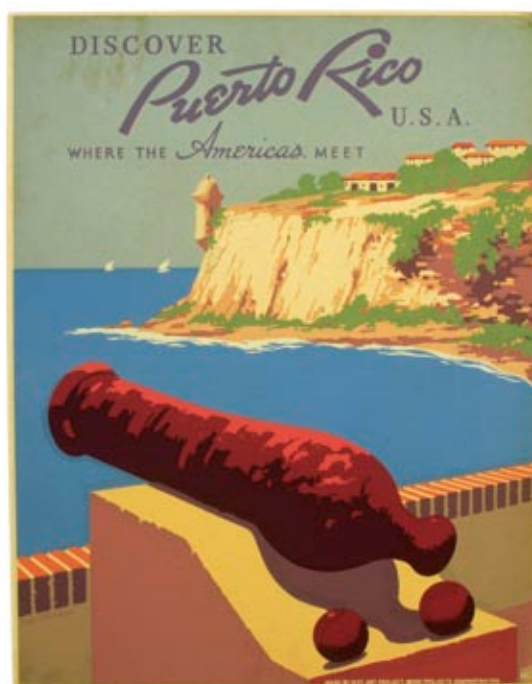
Exhibition of ceramics and prints.
Stanley Thomas Clough. 1938.



The national parks preserve wild life. NYC: Work
Projects Administration [1936 - 1939].



Wild life: The national parks preserve
all life. Serigrafia de Frank S. Nicholson.
NYC Art Project, Works Projects
Administration, [1936- 1940].



Discover Puerto Rico U.S.A. : Where
the Americas meet. Serigrafia de Frank
S. Nicholson. NYC Art Project, Works
Projects Administration [1936 - 1940].



A sparkling musical revue "Gaieties of 1936". Todo o lettering desta serigrafia foi feito manualmente - aliás como na maioria dos outros cartazes mostrados neste artigo.



See America. Alexander Dux. [1936-1939]. Na década de 1930, a letra geométrica e elegante teve enorme popularidade, como o atesta o cartaz de publicidade do US Travel Bureau. O carácter desta letra está próximo da Kabel e da Neutraface.



"The sun rises in the west" peça produzida pela Southwest Theatre Unit. Serigrafia policromática para o Federal Theatre Project. California : Federal Art Project, 1936 - 1941.



Duas serigrafias que mostram nitidamente que as letras foram feitas manualmente, recortadas de uma folha. Este momento artesanal transmite um grande vigor aos cartazes, cujo impacto por vezes chega quase a igualar o dos soviéticos...



Serigrafia policromática produzida para o Federal Music Project, "Carmen" no Philharmonic Auditorium, Los Angeles, Califórnia.



O artista gráfico Anthony Velonis, autor de muitas serigrafias da WPA.



«Sumarento», Juciful é a marca que usou este citrus crate label — uma empresa sediada em San Bernardino Valley, Redlands, Califórnia.

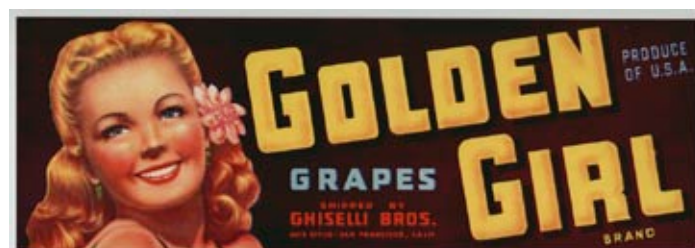
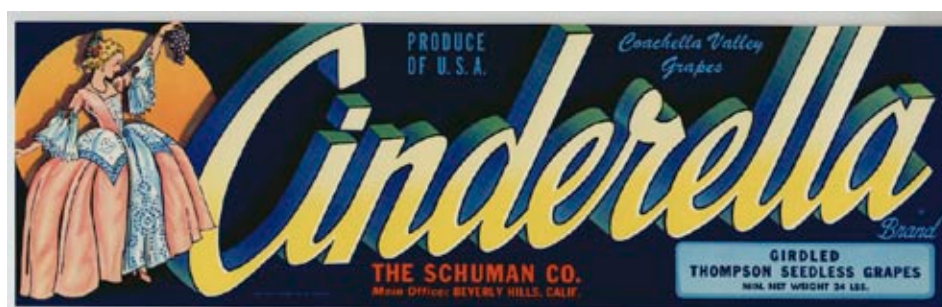
O posicionamento do objecto numa solarenta praia do Pacífico, obtido através de uma inovativa imagem fotográfica, assume já quase qualidades surrealistas.

Citrus crate labels, rótulos de caixas de fruta americanas

Grças aos apaixonados de «ephemera», temos agora acesso pela Internet a significativas colecções de criações gráficas. Entre as mais notáveis, estão os rótulos americanos para caixas de fruta — *citrus crate labels* — desenvolvidos por hábeis ilustradores das agências de publicidade para a indústria dos citrinos, que, nos EUA, está baseada na Califórnia e na Flórida. As criações gráficas oscilam entre as mais triviais e banais e as verdadeiramente criativas — na escolha do motivo, do lettering e no conceito cromático. Aprecie uma pequena selecção deste inesgotável universo, que muitas vezes pode ser fonte inspiradora para soluções gráficas contemporâneas. As datas abrangem, grosso modo, o período de 1900 até 1950. As impressões são, na maioria, cromolitografias. *ph*



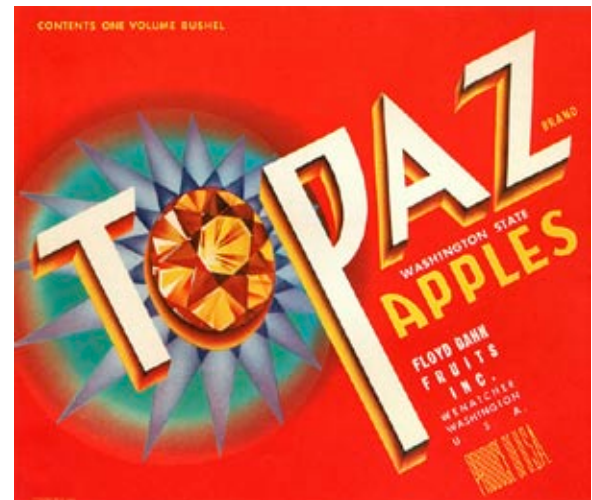
Citrus Crate Label alusivo à mascote dos Sports Teams da University of Redlands — San Bernardino Valley — Redlands, Califórnia.



Girls, girls, girls! O mundo das «pinups», das starletts de Hollywood, das louras oxigenadas e das fogosas mexicanas foi uma fonte inesgotável de lugares-comuns pictóricos para este género de publicidade.



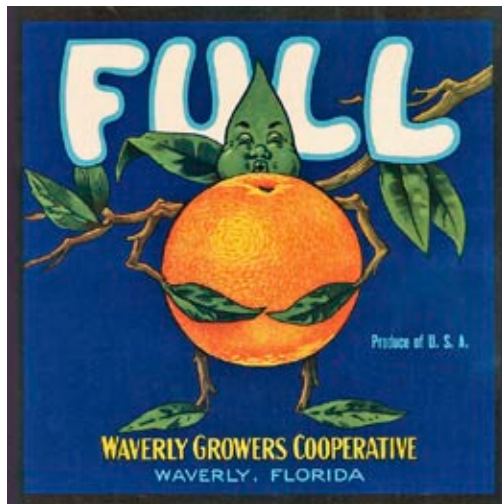


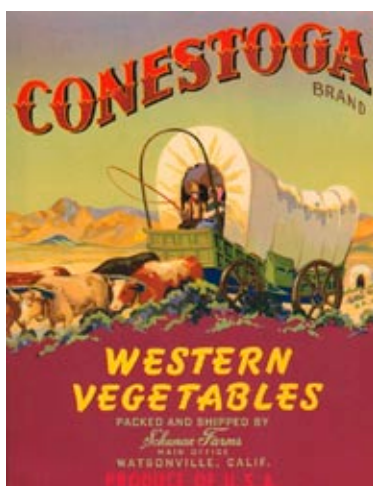




Uma curiosa solução gráfica: As pêras californianas «McCurdy» fazem uso de uma imagem nocturna do observatório astronómico Lick, situado no Monte Hamilton, na região de Santa Clara. Uma associação digna de René Magritte...

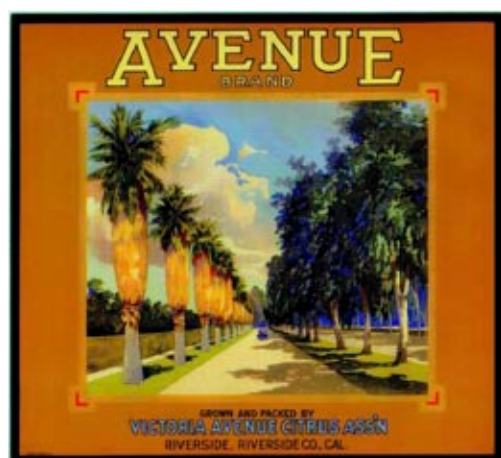
Ao contrário do que pudesse parecer provável, a alusão directa aos produtos vendidos - frutas - não se aplica à maioria dos rótulos. É um motivo frequente, mas não dominante. De notar a variedade dos letterings empregues.



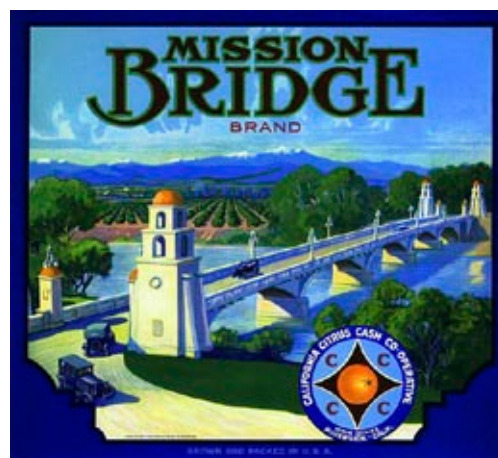




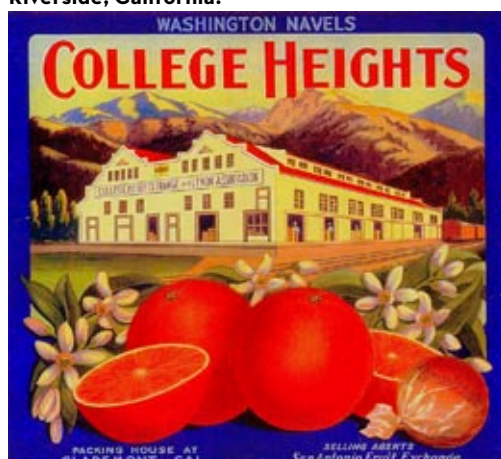
Citrus Crate Label – San Bernardino Valley – Redlands, Califórnia



A famosa Victoria Avenue em Riverside, Califórnia.



A Mission Bridge sobre o Santa Ana River - Riverside, Califórnia.



College Heights Packing House, Claremont, Calif.



Sunny Cove, San Bernardino Valley, Redlands, Califórnia.

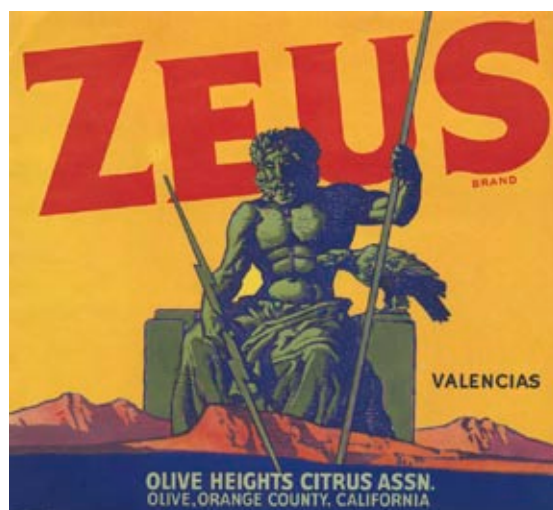


Uma típica etiqueta. Foto de Bryan Costin, web designer e manager de uma pequena universidade privada em Maryland, EUA.



Quem é que diz que os norte-americanos não sabem apreciar os valores da Antiguidade clássica? Zeus e Minerva provam que sim.

O rótulo do Minerva Brand - um dos muitos rótulos da coleção de zIDEAz/Matt, patente em flickr.com.



Anúncios

Paginação com InDesign

Workshop «hands-on», com início em fins de Março. Inscrições abertas! Aprenda a fazer profissionalmente layouts, paginação e arte final com a melhor ferramenta: InDesign

O InDesign CS oferece os melhores recursos para explorar as possibilidades mais criativas, aumentar a produtividade e a qualidade do designer.

Conheça todas as possibilidades, os layouts e crie documentos para diversos suportes de forma controlada, fiável e profissional.

Conheça como controlar a micro-tipografia, o texto, as imagens, as tabelas e as ilustrações. Faça definições correctas para CMYK, PDF, PDF/X. Interacção com Photoshop e Illustrator.

Gestão de documentos, composição e layouts,

ferramentas de desenho vectorial, texto e paginação, fontes OTF, estilos, tabelas, criação de documentos complexos: livros, revistas, etc. Importação de imagens, criação e manipulação de objectos, cor, preenchimentos e contornos, efeitos, exportação de PDFs, impressão.

Exemplos práticos ministrados por Paulo Heitlinger, profissional do design editorial com larga experiência. Exemplos de brochuras, anúncios, cartazes, newsletters, jornais, revistas.

O workshop dirige-se a estudantes e profissionais freelancer.

Terá lugar na zona de Faro, Algarve.

Início em fins de Março.

Peça já os detalhes (custos, hardware, etc):

info.tipografia@gmail.com

Tipos... fixes!

Um workshop para gente jovem, que aprende a fazer letras de modos divertidos...

Paulo Heitlinger oferece Workshops de Tipografia. Estes cursos livres são para crianças dos 7 aos 10 e jovens dos 10 aos 16 anos de idade.

Já foram realizados Workshops em Faro e Coimbra; estão agendados workshops em Viseu e Braga. Os workshops realizam-se numa atmosfera de «oficina de tipografia», com uma aproximação lúdica a tecnologias e processos da tipografia clássica e contemporânea.

Para muitos jovens, este workshop é o primeiro contacto com uma disciplina básica do Design de Comunicação, portanto, é também uma iniciação ao Design. A duração destes workshops é variável, 1 dia, 2 ou 3 dias. Uma sessão diária dura, em regra, duas a quatro horas. Tudo depende do público, da sua idade média, das necessidades e possibilidades da entidade que oferece o workshop, do orçamento.

O workshop destina-se a alcançar as metas:

- Desenvolver nas crianças uma atitude de curiosidade face às letras, a sua expressividade o seu uso.
- Desenvolver o «goosto pelas letras», apoiado numa atitude lúdica e criativa para as formas gráficas.
- Criar uma consciência do legado histórico que as letras representam.
- Incentivar a criatividade / fantasia nos processos gráficos subjacentes à criação de novos alfabetos.

Contactos: 289 366 106 - 91 899 11 05 - info.tipografia@gmail.com