

# EL DISEÑO DE TIPOS VERNÁCULOS EN BRASIL Y LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES

Priscila Lena Farias\*

**Resumen / Abstract.** *The Design of Vernacular Types in Brazil and the Digital Technologies.*

**Palabras clave / Keywords:** tipografía digital, historia de la tipografía, diseño tipográfico contemporáneo, diseño posmoderno, Brasil / digital typography, history of typography, contemporary graphic design, postmodern design.

El diseño de tipos es una actividad relativamente nueva en Brasil. Su práctica se ha incrementado desde finales de 1980, como resultado de la difusión de las tecnologías digitales. De manera paralela al fenómeno de creación tipográfica, se desarrolló en el diseño gráfico una tendencia que se caracteriza por la incorporación de formas y estilos inspirados en objetos y prácticas populares, manifestaciones gráficas previas al surgimiento de las modernas escuelas de diseño; esta tendencia se ha denominado "diseño vernáculo". El presente artículo analiza la producción de tipografía brasileña inspirada en elementos vernáculos, con el objetivo de revelar sus motivaciones, las estrategias de diseño implicadas y los nuevos significados que esas fuentes pueden adquirir en el uso cotidiano. / The type design is a relatively new activity in Brazil. Its practice has increased since the late 1980's, as a result of the spread of digital technologies. In parallel to the phenomenon of typographic creation, graphic design developed a trend characterized by the incorporation of forms and styles inspired by objects and popular practices, graphic demonstrations prior to the emergence of modern design schools; this trend has been called "vernacular design". This article examines the production of Brazilian type design, inspired on vernacular elements with the aim of revealing their motivations, the design strategies involved, and the new meanings that these sources may acquire in everyday practice.

## INTRODUCCIÓN



unque se existen algunos intentos iniciales en los siglos XVII y XVIII (Rizzini, 1977:164-175), la tecnología de impresión con tipos móviles llegó de manera oficial a Brasil en 1808, al mismo tiempo que se dio la transferencia de la Corte Real Portuguesa desde Lisboa a Río de Janeiro. Investigaciones históricas han aportado evidencias de la fundición de tipos en Río de Janeiro desde comienzos del siglo XIX (Cunha Lima, 2009). Bragança (2008) ha

\* Profesora e investigadora, Universidad de São Paulo y Centro Universitario Senac, São Paulo, Brasil, [priscila.farias@pq.cnpq.br](mailto:priscila.farias@pq.cnpq.br)

demostrado recientemente la conexión entre la *Impressão Régia* (Imprenta Real Brasileña) y el taller tipográfico portugués *Arco do Cego*, donde hay indicios de que se llevaron a cabo experimentos con diseño de tipos. Por su parte, la producción de tipos de madera sigue esperando una investigación sistemática en Brasil. Sin embargo, hasta el momento no hay evidencia alguna de que tipos de metal o de madera hayan sido diseñados en el país, o de que exista algún diseño de tipo brasileño elaborado para procesos de composición mecánica o de fotocomposición.

Una tipografía llamada *Viaface*, distribuida por la compañía francesa de letras transferibles Mecanorma a inicios de 1970, sería probablemente el primer tipo diseñado en Brasil.<sup>1</sup> *Viaface* fue concebida por Hans Donner, diseñador austriaco radicado en Brasil desde 1975 (Donner, 2002), mejor conocido como jefe diseñador de la mayor cadena de televisión en Brasil, Rede Globo.

La práctica del diseño de tipos en Brasil sólo ha florecido a finales de 1980, a consecuencia de la popularización de las tecnologías digitales. Hasta ese momento, cuando los ordenadores personales, las tecnologías de autoedición y los *softwares* de edición tipográfica como Fontographer (a partir de 1985) y FontLab (1993) llegaron a estar disponibles, el diseño de tipos no se consideraba una actividad profesional. Si en países con larga tradición tipográfica el diseño de tipos era, hasta ese momento, considerado una actividad altamente especializada, en un país sin tradición como Brasil la mayoría de los diseñadores haría caso omiso de la existencia misma de tal actividad.

A pesar de la vigencia, desde 1984 hasta 1992, de una ley que restringía la importación de equipos y programas informáticos (conocida como Política Nacional de Informática, PNI),<sup>2</sup> y de una cierta resistencia por parte de diseñadores de generaciones anteriores a la incorporación de tecnologías digitales en la enseñanza y práctica del diseño, los jóvenes diseñadores gráficos brasileños empezaron a usar los ordenadores Macintosh de Apple tan pronto como pudieron.

<sup>1</sup> No consideramos en este caso los conjuntos de caracteres diseñados como parte de proyectos de identidad corporativa, pero que nunca fueron distribuidos o usados mediante tecnologías tipográficas.

<sup>2</sup> Ley número 7.232, aprobada por el Congreso Nacional el 29 de octubre 1984, y válida durante 8 años. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/17232.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/17232.htm)

Una vez que la PNI se conectaba a la intención del recientemente depuesto gobierno militar de promover la industria nacional y los valores relacionados, el contrabando de ordenadores de Apple —especialmente de los Macintosh, lanzados desde 1984— se convirtió en una actividad liberadora y una actitud de rebeldía. A principios de 1990, con la popularización de Internet, se hizo mucho más fácil comprar *software* directamente de los productores extranjeros, a veces incluso con descuento para estudiantes.

En el campo de la educación, la enseñanza de la tipografía también ganó relevancia en ese momento y el diseño de tipos, la historia de la tipografía y la tipografía digital se convirtieron en componentes regulares de los programas de diseño gráfico para licenciatura en muchas universidades de Brasil. A finales de 1990 y principios del 2000 la publicación de libros sobre tipografía (Farias, 1989; Rocha, 2002; Farias & Piqueira, 2003), la realización de exposiciones de diseño de tipos (Consolo, 2000 y 2001) y la organización de reuniones (Farias & Piqueira, 1999) por parte de diseñadores brasileños ayudaron a plantear nuevas ideas en torno a este fenómeno. Corroborando la importancia dada a la práctica del diseño tipográfico, la Bienal Brasileña de Diseño Gráfico (promovida por la Associação dos Designers Gráficos, ADG) incluyó la “tipografía” como una de las categorías de sus premios en 2002 (Homem de Melo, 2002).

Los primeros tipos digitales brasileños, como se muestra en *Fontes digitais brasileiras* (Farias & Piqueira, 2003) fueron lanzados en 1989. El libro presenta una selección de 273 familias tipográficas creadas por 63 diseñadores entre 1989 y 2001. Las familias están organizadas en 10 categorías: texto, manipuladas, étnicas, modulares, pixeladas, escrituras manuales, grunge, vernáculos, dibujadas y *dingbats*. Dieciocho familias de tipos aparecen en la sección dedicada a los tipos digitales vernáculos.

El interés por el diseño inspirado en referencias vernáculos no es una tendencia exclusiva de Brasil (véase Glauber, 1993; Heller y Thompson, 2000:14-55; Poynor, 2003:81-89). Sin embargo, mientras que en Estado Unidos o Europa esta tendencia pudiera ser interpretada como un desafío o una rebelión contra el *statu quo* de una tradición tipográfica, en el caso brasileño el interés por lo vernáculo es contemporáneo al nacimiento mismo de alguna forma de tradición tipográfica.

Este trabajo analiza los tipos brasileños inspirados por referencias vernáculos, con el objetivo de revelar sus motivaciones, estrategias de

diseño, para así mostrar cómo estos signos podrían adquirir nuevos significados debido a su uso.

## DEFINIENDO LO “VERNÁCULO”

El término *vernáculo* deriva del latín *verna* o *vernaculus* que, según el filólogo Chester Starr Jr., ha sido usado para significar *nativo*, pero también para identificar al natural de un lugar específico —la ciudad de Roma— o, aún más específicamente, para referirse a un esclavo nacido en casa romana (Starr Jr., 1942). De acuerdo con el historiador Darron Dean, el término *vernáculo* fue aplicado por primera vez en relación con el diseño por George Gilbert Scott, en su libro *Domestic and Secular Architecture*, publicado en Londres en 1857 (Dean, 1994:153).

En los estudios contemporáneos de diseño, la expresión “diseño vernáculo” ha sido usada ampliamente por lo menos desde mediados de 1960 (Rapoport, 1969). En el campo de la arquitectura, donde se han realizado la mayoría de los estudios sobre este tema, el vocablo ha sido usado como sinónimo de popular, folclórico (Hubka, 1979) o como antónimo de *high-style design* (“alto diseño”, Rapoport, 1999). En el diseño gráfico, el interés por las formas vernáculas ha sido más explícito y constante desde 1990, especialmente en el contexto de posturas posmodernas; los ensayos organizados por Barbara Glauber (1993) son buenos ejemplos de esto.

En el contexto de la comunicación visual, tipografía y rotulación, se podría describir “vernáculo” (o “vernacular”) como el producto de prácticas de diseño desarrolladas antes, o a despecho de la institución de las escuelas de diseño moderno, actividad realizada mayoritariamente por artistas anónimos, en el contexto del comercio. Signos pintados a mano e impresos efímeros (como carteles y embalajes) son ejemplos típicos de esto, y las letras que se encuentran en tales artefactos han sido fuente de inspiración para muchos diseñadores.

Según Heller & Thompson (2000:18) la apropiación de caracteres vernáculos por parte de diseñadores profesionales podría clasificarse en dos vertientes: “como *pastiche*, o la repetición de un enfoque pasado de moda para alcanzar una estética de periodo, y como parodia o simula-

ción satírica de un viejo método usado con ingenio e ironía". Esta explicación hace eco de la opinión dada por Jeffery Keedy en su ensayo "I Like the Vernacular... Not!" (Glauber 1993:6-11), donde describe el término *vernáculo* como algo que se usa para "producir nostalgia" o un sentido de "otredad". Para Poynor (2003:17), dentro de la amplia gama de posibilidades estéticas ofrecidas a los diseñadores gráficos contemporáneos, "abordajes informales inspiradas por el vernáculo", son lo opuesto de "formas virtuosas de creación de imágenes digitales".

En Brasil, especialmente en el ámbito de los estudios de comunicación y también en los estudios de diseño, el término "popular" —no en el sentido de algo muy querido o aceptado, sino como antónimo de "erudito" o "clásico"— es con frecuencia empleado para nombrar o describir lo que, en este artículo, se llama "vernáculo". Ejemplos de esto son los libros *Tipografía popular* (Martins, 2007) y *Comunicação popular escrita* (Pellegrini, 2009), la disertación *Panorama tipográfico dos letreiramentos populares* (Finizola, 2010) y la monografía *Letras que flutuam* (Martins, 2008). Mientras que las dos primeras obras se concentran en los rótulos anónimos, y en el contenido de los mensajes escritos, las dos restantes enfocan los aspectos visuales de los rótulos estudiados, y se basan en métodos de investigación que incluyen entrevistas a sus autores.

Según Rapoport (1999) son cuatro las posibles actitudes que se pueden adoptar en cuanto al diseño vernáculo: 1) Hacer caso omiso de él; 2) Admitir su existencia, pero negar la utilidad de sus lecciones; 3) Copiarlo; o 4) Buscar extraer de él lecciones más o menos universales. Si bien la mayoría de los ejemplos examinados abajo sin duda forman parte de la tercera categoría, es decir, imitan o idealizan lo vernáculo, el objetivo de este artículo es llamar la atención sobre lo que puede aprenderse de los tipos de letras inspirados por referencias vernáculas.

## TIPOGRAFÍAS BRASILEÑAS INSPIRADAS EN SIGNOS VERNÁCULOS

Los tipos de letras digitales inspirados en signos vernáculos son, por definición, formas producidas a través de medios tecnológicos sofisticados, que simulan o hacen referencia a grafías producidas por medios tradicionales y técnicas artesanales. En este sentido, se puede decir que el

diseñador que produce tipos digitales basados en referencias vernáculas utiliza signos vernáculos originales como modelo para su trabajo. A su vez, los objetos que sirven como referencias vernáculas también se basan, frecuentemente, en modelos establecidos por una tradición. Por consiguiente, es muy importante distinguir dos niveles de relación entre los modelos y los objetos: el de los creadores de las referencias originales y el de los productores de objetos (tipos digitales) basados en esas referencias. Por razones de simplicidad, la expresión “tipografía vernácula” será utilizada como una abreviatura de “tipo de letra inspirada en referencias vernáculas”, y debe ser entendida siempre como un producto de segundo nivel en la relación modelo-objeto.

En el artículo “A Framework for Studying Vernacular Design” (1999), Amos Rapoport propone un conjunto politético que consiste en 17 “características del proceso” (*process characteristics*) y 21 “características del producto” (*product characteristics*) para describir y analizar el diseño vernáculo de primer nivel (ver anexo). La mayoría de los atributos enumerados están estrechamente relacionados con la arquitectura y el entorno construido, pero muchos, sin embargo, pueden ser adaptados para un análisis de la tipografía y comunicación visual vernáculas. No es mi intención desarrollar una adaptación de ese modelo aquí; para efectos de este trabajo basta mencionar que el análisis que presento a continuación se centra principalmente en algunos de los aspectos que Rapoport identifica como “características del proceso”, especialmente las que tratan sobre la identidad, intencionalidad y grado de anonimato del diseñador de primer nivel, su dependencia de modelos y en un aspecto de las “características del producto”.

Finizola (2010) propone un marco para la descripción de graffias vernáculas de primer nivel, basado en tres aspectos: autoría, forma de representación del lenguaje gráfico verbal y atributos formales. El primer aspecto hace referencia a la identidad del diseñador, en consonancia con la primera “característica de proceso” formulada por Rapoport. El segundo se refiere a la proximidad con modelos escritos, dibujados o tipográficos y, por tanto, se acerca a la séptima característica de procesos elaborada por Rapoport: “la naturaleza de los esquemas en que se basa el modelo” (1999:62). El tercero está claramente relacionado con lo que Rapoport llama “características del producto”.

A pesar de tratarse aquí de productos de segundo nivel en la relación modelo-objeto, y aunque no siempre sea posible determinar quién es el autor original de las grafías, la identidad y grado de anonimato del diseñador de primer nivel, como indicio del estatus de este diseñador y/o de sus modelos, es un aspecto importante del análisis de la tipografía inspirada por signos vernáculos. A las letras basadas en modelos más formales, o también más idiosincrásicos,<sup>3</sup> por lo general se les dará un estatus mayor, aunque el diseñador de primer nivel sea anónimo; mientras que las producidas a partir de modelos vacilantes e irregulares por lo general serán tratadas como el producto de diseñadores anónimos, a los cuales se atribuirá un estatus menos elevado. Por tanto, algunas de las principales tendencias del diseño de tipografía vernácula en Brasil pueden ser identificadas en términos de la identidad y el grado de experiencia del diseñador (evidente o supuesto) de primer nivel, y dividirse en: tipografía vernácula no especializada, tipografía vernácula de especialistas y tipografía vernácula idiosincrásica.

La primera característica del producto indicada por Rapoport es el “grado de especificidad cultural y de lugar” de un entorno vernáculo (1999:61). Como muchos países en desarrollo, Brasil cuenta con un área rural grande y pocas áreas urbanas, incluyendo megalópolis como São Paulo y Río de Janeiro. En ese contexto, es posible observar dos tendencias opuestas relacionadas con ambientes diferentes: la tipografía vernácula rústica y la urbana.

### TIPOGRAFÍA VERNÁCULA NO ESPECIALIZADA

Los tipos de letra vernáculos no especializados son los inspirados en errores frecuentes, tales como el volteado de las letras, o por ejemplos de escritas manuales consideradas poco profesionales, poco sofisticadas, vacilantes o improvisadas. Muchos de los modelos que inspiran este tipo de letra son únicos, por ejemplo el cartel escrito por un propietario, cansado de pedirle a la gente que no se estacione frente al garaje de su casa.

<sup>3</sup> Por *idiosincrásicos* se deben entender, aquí, modelos que escapan a lo tradicional por presentar en trazos distintivos y propios al imaginario de sus autores.

*Maloca* y *Cadela* (fig. 1) son dos ejemplares de esta tendencia. Los nombres elegidos para las fuentes revelan un enfoque irónico en los signos vernáculos: “maloca” significa “vivienda india nativa”, pero también una casa muy pobre y sucia; “cadela” significa “perra”.



Fig. 1. Ejemplos de tipos vernáculos no especializados: *Maloca*, de Julio Dui (1997); *Cadela*, de Claudio Reston (1999) y *Brasileiro*, de Crystian Cruz (2000).

La figura 1 muestra también *Brasileiro*, una tipografía creada en 2000 y basada, según su autor, en un amplio análisis de formas encontradas en placas y paredes pintadas a mano (Cruz 2003). Mientras de *Maloca* y *Cadela* se puede decir que parodian caligrafías vacilantes o ingenuas, imitando sus aspectos de superficie con contornos irregulares y textura, *Brasileiro* se centra en aspectos constructivos de letras vernáculos producidas por no especialistas, mostrando curvas suaves alrededor de sus estructuras irregulares (como la “S” y la “N” volteadas, la “g” y la “j” cursivas). Distribuida de forma gratuita en Internet durante algún tiempo,<sup>4</sup> la fuente se hizo muy popular y ha sido utilizada en gran variedad de ocasiones, con mayor frecuencia en productos relacionados con la cultura popular, como portadas de discos de artistas del pueblo, pero también como variante para caligrafías informales, en envases de productos destinados a públicos jóvenes, por ejemplo ropa urbana y preservativos.

Las letras que se muestran en la figura 2 no componen, en realidad, una familia tipográfica, sino un conjunto de caracteres desarrollados para su uso en un menú de restaurante. Es un ejemplo de imitación, tanto de la estructura (similar al caso de *Brasileiro*), como de la de superficie de letras vernáculos no especializadas (igual que en *Maloca* y *Cadela*).

<sup>4</sup> <http://www.promodesign.com.br/tipografia/>

La manera como se transmite el lenguaje verbal (con muchas faltas de ortografía deliberadas) es una señal de la intención irónica de los diseñadores. La fuente de inspiración no fue una muestra específica de letras vernáculas, pero sí una idea general de escritura hecha por mano "analfabeta", suplantada por los diseñadores.

La tipografía ha sido desarrollada para su uso exclusivo en un café sofisticado, a cargo de chefs renombrados procedentes de Río de Janeiro, que funcionó durante unas semanas como parte de una exposición muy elegante de diseño interior. Los platos presentes en el menú son, en su mayoría, de origen extranjero (*quiche*, *muffin*, *chicken curry sandwich*), pero el hecho de que el menú parece haber sido escrito en una servilleta por alguien que apenas sabe escribir en portugués y comete erratas cómicas en inglés y francés ("tio sa" en lugar de "tío", o *uncle*, "sam"; "quixi" en lugar de "quiche") sugiere que la comida ha sido preparada por un dócil y analfabeto esclavo nacido en casa.

### TIPOGRAFÍA VERNÁCULA DE ESPECIALISTAS

Los tipos de letras vernáculas de especialistas están inspirados en letras producidas por pintores profesionales, grabadores o rotulistas. A diferencia de los no especializados, los modelos que inspiran estas familias tipográficas revelan control, respeto por la ortografía y conocimiento de las normas profesionales. Los signos que inspiran la tipografía vernácula de especialistas usualmente aparecen en carteles comerciales realizados por encargo —como en mercados populares o anuncios de ofertas— y su estructura, por lo general, sigue los modelos tradicionales.

En Brasil uno de los primeros ejemplos de esta categoría es la familia tipográfica *Siara*, desarrollada por Nelson Eulálio, Maria Fernandes y Wellington Gadelha entre 1999-2000 (1ª línea de la fig. 3) y elaborada a partir de caracteres encontrados en un cementerio, a las afueras de Fortaleza. El nombre elegido para la fuente es la forma ortográfica antigua (anterior a 1799) para denominar la región que hoy se conoce como estado de Ceará, en el nordeste brasileño.



*Zebras caolhas gravam disco em New York*  
**ZEBRAS CAOLHAS GRAVAM DISCO EM NEW YORK**  
**ZEBRAS CAOLHAS GRAVAM DISCO EM NOVA YORQUE**  
**ZEBRAS CAOLHAS GRAVAM DISCO EM NEW YORK**  
*Zebras caolhas gravam disco em New York*

Fig. 3. Ejemplos de tipografía vernácula de especialistas: *Siara*, de Nelson Eulálio, Maria Fernandes y Wellington Gadelha (2000); *Suburbana*, de Fernando Pj (2003); *Caprichoza*, de Pedro Moura (2004); *Cabeça y Filezin*, de Vinicius Guimarães (2006).

La página de Internet *Tipos populares do Brasil*,<sup>5</sup> organizada por Pedro Moura, ofrece la descarga gratuita de una serie de fuentes digitales brasileñas basadas en referencias vernáculas desarrolladas por varios diseñadores. Algunos de estos tipos, incluyendo *Suburbana* y *Caprichoza* (2<sup>a</sup> y 3<sup>a</sup> líneas de la fig. 3), están explícitamente inspirados en letreros producidos por pintores profesionales. La primera, según su autor, se creó a partir de la obra de rotulistas de la ciudad de Salvador (Moura, 2005), mientras que la segunda se inspiró en “una placa de una casa en Niteroi, ubicada frente al tradicional bar *Barroquinho*” (Moura, 2004).

Otro ejemplo de la tendencia de tipos vernáculos de especialistas es la colección *Tipografía artesanal urbana*, desarrollada por Vinicius Guimarães en 2006, basada en grafías encontradas en Niteroi y São Gonçalo, áreas metropolitanas a las afueras de la ciudad de Río de Janeiro. Los cuatro tipos de letra (uno de ellos *dingbat*) se distribuyen de manera gratuita en la página *web* del diseñador y en su *blog*,<sup>6</sup> que también realiza un seguimiento de cómo éstas y otras fuentes vernáculas han sido utilizadas por otros diseñadores. En la sección de foto reportaje de la página *web* es posible encontrar muestras de los signos que sirvieran de modelo para *Cabeça* y *Filezin* (4<sup>a</sup> y 5<sup>a</sup> líneas de la fig. 3). Los nombres escogidos para algunas de estas últimas fuentes hacen referencia al contexto donde los modelos originales fueron encontrados, o a su forma. En la mayoría

<sup>5</sup> <http://www.tipospopulares.com.br/wptipos/>

<sup>6</sup> <http://www.viniguimaraes.com> y <http://tipografiaartesanal.blogspot.com/>

de las fuentes inspiradas en modelos vernáculos de especialistas, aunque algunos de los nombres sean divertidos, nunca son irónicos u ofensivos.

Una reciente incorporación a esta misma categoría es la tipografía *Abridor*, fundamentada en un estudio sistemático de letras pintadas a mano encontradas en barcos en el río Amazonas. Durante tres años la diseñadora gráfica Fernanda Martins fotografió embarcaciones en ciudades ribereñas del Amazonas como Belém y Macapá (fig. 4) y entrevistó a rotulistas locales, conocidos como “abridores de letras”. Comparando los resultados obtenidos Martins llegó a la conclusión de que la mayor parte de las letras en los barcos sugiere una tercera dimensión, y siguen modelos victorianos del siglo XIX: letras grotescas y letras con remates egipcios o toscanos. Las letras son casi siempre divididas horizontalmente, ya sea a la mitad de su estructura, por el color, o ambos. El nombre del proyecto de fuente es claramente un homenaje a los pintores amazónicos de letras.



Fig. 4. Letrero pintado a mano en un barco del río Amazonas, foto de Fernanda Martins.

## TIPOGRAFÍA VERNÁCULA IDIOSINCRÁSICA

Los tipos vernáculos idiosincrásicos son inspirados por personas *sui generis*, usualmente escritores obsesivos, a menudo desposeídos. Entre éstos encontramos ejemplos como el autoproclamado profeta Gentileza, y artistas limítrofes como João Juvêncio Filho (apodado Seu Juca, fig. 5) y Arthur Bispo do Rosário. Las fuentes inspiradas por estos autores pueden ser consideradas casos diferenciados de tipografía vernácula de especialista, donde el especialista que inspiró la fuente es considerado, por el diseñador de segundo nivel, como autor de algo muy particular y especial, cuyas marcas extravagantes y únicas les conceden autoría, distinguiéndolas de otras manifestaciones similares.

En cuanto a la naturaleza de los mensajes, las letras que inspiran fuentes vernáculas especialistas tienden a aparecer en contextos comerciales, en tanto que las que inspiran tipografías idiosincrásicas suelen ser usadas para transmitir mensajes místicos, religiosos o personales. Las tipografías de esta categoría, por lo general, llevan el nombre de la persona que inspiró su diseño, como homenaje a su autor original.



Fig 5. Placa pintada a mano por Seu Juca.

Cuatro de las 18 familias tipográficas de la sección *vernáculos* del libro *Fontes digitais brasileiras* (Farias & Piqueira, 2003) están basadas en las letras del profeta Gentileza, un legendario predicador sin hogar de Río de Janeiro, que cuidadosamente pintó sus profecías en las paredes de la ciudad (fig. 6). La familia *Gentileza* de Gustavo Ferreira tiene dos pesos y es la familia más dinámica; su romana tomó como modelo la *Gentileza* pintada con pincel sobre pared, mientras que su itálica se basa en notas escritas en cuadernos con bolígrafo o lápiz. Todas las otras familias —*Gentileza* de Audrin Santiago y Felipe Barbosa, *Ghentileza* de Luciano Cardinali, y el conjunto *Antonio das Mortes/Beato Sebastião/Manoel/Cantador/Corisco* de Daniel Morena— se originaron de las letras pintadas con pincel por Gentileza. De todas ellas, la más formal y estática es *Ghentileza*, una versión geométrica y restringida de la escritura del profeta.



Fig. 6. Ejemplos de familias tipográficas vernáculos idiosincrásicas: *Gentileza*, de Gustavo Ferreira (1999); *Gentileza*, de Audrin Santiago y Felipe Barbosa (1999/2000); *Ghentileza*, de Luciano Cardinali (1999/2000); *Antonio das Mortes*, de Daniel Morena (1997).

Arthur Bispo do Rosário fue marino y mayordomo, antes de ser diagnosticado como esquizofrénico paranoico. Confinado en una clínica psiquiátrica en Río de Janeiro, afirmó que Cristo y los ángeles le habían confiado la tarea de inventariar todo lo que valdría la pena ser redimido el día del juicio final. Durante muchos años recolectó objetos y bordó los nombres de las personas y cosas que merecían la pena ser salvadas, usando generalmente la ropa y los uniformes del hospital psiquiátrico.

Basado en un cuidadoso estudio de los signos bordados por Arthur Bispo, Amir Admoni desarrolló en su tesis de licenciatura una familia de cinco fuentes, una de las cuales es *dingbat*. El trabajo de Bispo alcanzó fama en el mundo del arte, llegando a realizarse una retrospectiva de su trabajo en el museo de arte contemporáneo de la Paris Galerie Nationale du Jeu de Paume, en 2003. Sin embargo, la familia tipográfica *Bispo* nunca fue distribuida.

La familia tipográfica *Seu Juca*, distribuida por la fundidora tipográfica digital T-26, es un tributo a Seu Juca o João Juvêncio Filho, pintor de letreros que vivía en un taller de reparación de calzado en el centro de Recife, estado de Pernambuco. La familia ganó un premio en la Bienal Brasileña de Diseño Gráfico en 2002, y el trabajo de Juca se convirtió en un tema de interés para estudiantes de diseño, profesores y periodistas.

En 2002, cuando fue cerrado el taller de reparación de calzado, un nuevo bar, dirigido a un público joven e ingenioso, se inauguró en Recife, y el propietario invitó a Seu Juca a decorar las paredes con sus placas, y le ofreció un lugar para vivir en el garaje de la barra.

Seu Juca murió en 2006, pero la página *web* del bar<sup>7</sup> aún presenta una biografía y fotos de su trabajo. Si bien las tipografías basadas en los signos de Arthur Bispo do Rosário (fallecido en 1989) y del profeta Gentileza (que murió en 1996) pueden describirse como homenajes póstumos, los estudios de las placas de João Juvêncio Filho y el desenvolvimiento de una familia tipográfica basada en su trabajo otorgó beneficios directos al diseñador de primer nivel mientras él todavía estaba vivo.

## TIPOGRAFÍA VERNÁCULA RÚSTICA

La tipografía vernácula rústica está inspirada en tradiciones populares, fuertemente relacionadas con el folclor o fenómenos culturales típicos de regiones específicas, en su mayoría no urbanas. Tallas en madera y hierros para marcar ganado, especialmente los de los estados del nordeste de Brasil, son algunos ejemplos de dichas tradiciones. En cierto modo, y probablemente debido a la comercialización del turismo y a las imágenes de las telenovelas, pero también a las migraciones internas del

<sup>7</sup> <http://www.fiteiro.com.br/quadros.html>

norte hacia el sur del país, incluso personas que viven en otras regiones de Brasil usualmente toman las tradiciones culturales del nordeste como las más auténticamente brasileñas, imponiéndolas a veces sobre las tradiciones culturales de su propia región. Esto es en particular aceptado en lugares culturalmente heterogéneos como la ciudad de São Paulo, uno de los principales escenarios del diseño de tipos digitales.

Una fuente frecuente de inspiración para el diseño de tipos que sigue esta tendencia es el estilo de talla rudimentaria en madera, utilizado en la literatura de cordel. Cordel literalmente significa “cuerda”, en referencia a la forma en que se exponen los folletos que contienen estas tradicionales novelas populares en verso, para su venta. Las tipografías mostradas en la figura 7 son algunos ejemplos de esta categoría. Los folletos de cordel presentan habitualmente una combinación de ilustraciones xilografadas y letras impresas a partir de tipos de metal, con sólo unas cuantas letras finas talladas, generalmente en negativo (blanco sobre negro), como la firma del grabador. A pesar de esto, las fuentes digitales de “estilo cordel” se muestran grandes, pesadas y en positivo. La estrategia detrás de estas fuentes, ya que claramente no son el resultado del análisis y observación de los modelos reales, sería descrita como un *pastiche* antes que como un homenaje o parodia. En este sentido, *dingbats* como los que se muestran en la última línea de la figura 7 son las más fieles al lenguaje gráfico de los folletos de cordel.



Fig. 7. Ejemplos de tipografías vernáculas rústicas inspiradas por folletos de *cordel*: *Cordel*, de Buggy (1999); *Theresa Miranda*, de Fernando Rocha (2005); *Armoribat 1*, de Buggy y Mateus Barbosa (2007).

El nombre elegido para la fuente *dingbat* que se muestra en la figura 7 hace referencia al Movimiento Armorial, un esfuerzo para promover las tradiciones del nordeste brasileño en cuanto arte y cultura eruditos, propuesto por el escritor Ariano Suassuna en 1970. Si bien la literatura de cordel es una de las más elogiadas tradiciones populares dentro del Movimiento Armorial, Suassuna se interesó también en las marcas de ganado, que describió como parte de una heráldica y como modelo para un alfabeto regional (Suassuna, 1974; Maia, 2004).

Apoyado en la observación de los hierros brasileños del ganado, Suassuna desarrolló el conjunto de letras a las que llamó *Alfabeto Sertanejo* (alfabeto del *sertão*, nombre que se da a una región semiárida del nordeste brasileño, 1ª línea de la fig. 8) para uso en sus *iluminogravuras* (dibujos que combinan imágenes y poemas). El alfabeto se desarrolló más tarde en una fuente digital llamada *Alfabeto Armorial*, de Ricardo Gouveia de Melo y Giovanna Caldas. Esta última tiene un diseño más normalizado, con una altura en x mayor y una variación menor en el espesor de los trazos. Ha sido usada, desde 2007, en una variedad de publicaciones relacionadas con Suassuna, páginas *web* y cubiertas de libros.

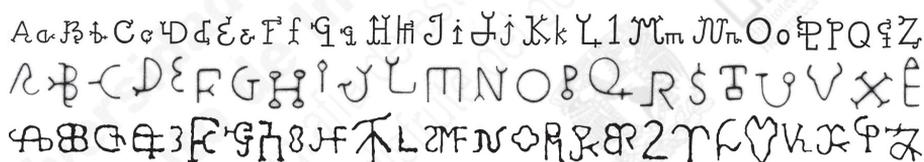


Fig. 8. *Alfabeto sertanejo*, de Ariano Suassuna; *Alfabeto Sertanejo* de Virgilio Maia y la fuente *Ferro de Boi*, de Emiliano Cavalcante, Alexandra Barreira & Buggy (1999).

Otro exponente del Movimiento Armorial, el poeta Virgilio Maia, también desarrolló un conjunto de caracteres, solamente capitales, basados en hierros de marcar ganado (2ª línea de la fig. 8). Este otro *Alfabeto Sertanejo* se convirtió primero en un conjunto de estampillas (Maia,

2002) y luego en una fuente digital.<sup>8</sup> Sin embargo, el aspecto rústico y quemado de las primeras muestras impresas del alfabeto de Maia, dado tanto por su alineamiento desigual cuanto por sus suaves variaciones de espesor, no fue muy bien captado en la fuente digital.

*Ferro de Boi*, de Emiliano Cavalcante, Alexandra Barreira & Buggy (3<sup>a</sup> línea de la fig. 8) es otro ejemplo de una fuente vernácula rústica inspirada en las marcas de ganado, esta vez desarrollada por estudiantes de diseño. Los modelos de signos para esta fuente fueron marcas de fuego encontradas en la puerta de un taller de herrería. Aunque muy fiel a la estructura de las marcas, al punto de afectar seriamente la legibilidad, el ancho de los trazos y contornos fue controlado, con el fin de obtener un resultado armónico. Los caracteres fueron alineados a partir del centro del signo (y no, como sería más común, desde abajo), otorgando un ritmo dinámico a la composición.

### TIPOGRAFÍA VERNÁCULA URBANA

Los tipos vernáculos urbanos están inspirados en las manifestaciones populares, más típicas de ambientes urbanos modernos, tales como las *pixações* (graffiti) y los *lambe-lambes* —carteles callejeros, usualmente impresos con tipos de madera— de la ciudad de São Paulo (fig. 9). La popularización de las tecnologías de impresión aplicadas al diseño de letreros es, con seguridad, una de las razones para el decreciente número de carteles hechos a mano en las grandes ciudades brasileñas.

En la ciudad de São Paulo hay leyes que restringen y normalizan el uso de los letreros comerciales, inhibiendo la tradición ilegal, aunque popular, de pegar grandes carteles tipográficos impresos (*lambe-lambes*) en las paredes. En tales contextos urbanos la mayoría de las letras que se encuentran son diseñadas y tipográficas, es decir, planeadas y obtenidas ya sea por medios mecánicos o automáticos, o por imitación de letras logradas por dichos procedimientos. Graffiti y *pixação*, planeados aunque

<sup>8</sup> Un ejemplo de poema en tarjeta postal usando la fuente tipográfica creada a partir del Alfabeto Sertanejo de Virgilio Maia puede ser visto en: [www.antoniomiranda.com.br/poesia\\_visual/virgili\\_maia.html](http://www.antoniomiranda.com.br/poesia_visual/virgili_maia.html)

ilegales, elaborados con spray, marcadores, rodillos, pinturas de cera, gis, o incluso con cortavidrios, dominan el paisaje urbano en lugares como el centro histórico de la ciudad de São Paulo, convirtiéndose en fuente de inspiración para muchos diseños de tipografía contemporánea.



Fig. 9. Carteles *lambe-lambe* en la ciudad de São Paulo, foto de Priscila Farias.

*Pixação*, originalmente un término general para graffiti (derivado de *pichar*, que significa “escribir con alquitrán”), es un estilo de graffiti desarrollado por pandillas juveniles, sobre todo en la ciudad de São Paulo, caracterizado por letras condensadas y angulares, hechas con spray o rodillos en las fachadas de edificios (fig. 10). Éstas no son exactamente letras vernáculas no especializadas, porque los *pixadores* deben prepararse y planificar antes de pintar sus letreros. Tampoco encajan bien entre las letras vernáculas de especialistas, porque su trabajo nunca es por encargo —al contrario, *pixação* es, casi por definición, algo no deseado e ilegal— y tampoco se ajustan totalmente bien a las idiosincrásicas, una vez que hay poco espacio para la innovación personal dentro de las normas que rigen la perpetuación de las *grifes* (marcas de identificación de la pandilla).



Fig. 10. Ejemplos de tipografías vernáculas urbanas: *Adrenalina*, de Gustavo Lassala (2007); *Brazil Pixo Reto*, de Tony de Marco (2007); *Cabulosa*, de Frederico Antunes (2009).

La mayoría de las pandillas adopta un estilo de letra conocido como *pixo reto* (graffiti recto) o *tag reto* (marca recta), caracterizado por letras altas de astas delgadas y huesudas. Los tipos mostrados en las dos primeras líneas de la figura 10 se basan en interpretaciones de ese estilo. Las tres tipografías mostradas en la figura tienen en común, además, el uso de la terminología de pandilla en sus nombres: es consistente con la mentalidad de los *pixadores* y su argot, decir, por ejemplo, cuán difícil es renunciar a esta práctica porque ésta les “da adrenalina”, y que una cosa extraordinariamente bien hecha (como una letra en un *pixo*) es *cabulosa* (asombrosa). Al adoptar el mismo argot, los diseñadores tipográficos se adjudican una actitud tributaria, como simpatizantes o compañeros de los diseñadores de primer nivel.

Las tipografías *Adrenalina* y *Brazil Pixo Reto*, ambas distribuidas por MyFonts, son más fieles con respecto a las proporciones típicas de las *pixações*, usualmente realizadas de la forma más larga que sea posible, muy a menudo con spray. Por lo que se refiere a los atributos de contorno y superficie, *Adrenalina* es más fiel al aspecto irregular de este tipo de letra en la pared, mientras que *Brazil Pixo Reto* y *Cabulosa* son visiblemente más controladas y geométricas, cercanas a planes ideales para la rotulación. *Cabulosa* es asimismo más pesada que la mayoría de las *pixações*, más próxima a las proporciones de las realizadas con rodillos anchos.

## CONCLUSIÓN

Comenzando con una breve introducción de las prácticas tipográficas en Brasil, y con una definición de lo que debería ser entendido por "vernáculo" en el contexto del diseño tipográfico contemporáneo, este artículo propone una tipología para la tipografía vernácula brasileña en medios digitales. Esta tipología incluye cinco categorías de tipos de letras vernáculas, divididos según su fuente de inspiración: no especializadas, de especialistas, idiosincrásicas, rústicas y urbanas.

Las cinco categorías son explicadas por medio de ejemplos de tipografías que representan a cada una, enfocando las motivaciones, estrategias de diseño y significados atribuidos por su uso.

Aunque los argumentos y evidencias presentados en este artículo concentran su atención en la experiencia brasileña, es posible que la tipología mostrada aquí sea válida para la producción de otros países latinoamericanos, e incluso relevante para el análisis del diseño tipográfico en otras partes del mundo.

La forma y amplitud en que esta tipología para los tipos vernáculos pueda ser aplicada en contextos más amplios, con o sin adiciones y ajustes, es tema de futuras investigaciones. 

### *Agradecimientos*

La autora desea agradecer el apoyo recibido por parte del Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) y la Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), para el desarrollo de esta investigación.

### BIBLIOGRAFÍA

BRAGANÇA, Aníbal. "Arco do Cego e Impressão Régia (Lisboa e Rio de Janeiro): sobre rupturas e continuidades na implantação da imprensa no Brasil", en *Actas de la XXXI Conferencia Brasileña de Ciencias de la*

- Comunicación*, 2008. [www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/index.htm](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/index.htm)
- CONSOLO, Cecilia (org.). *Tipografia Brasilis*. São Paulo: Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), 2000.
- \_\_\_\_\_. *Tipografia Brasilis 2: Brasil de corpo e alma*. São Paulo: Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), 2001.
- CRUZ, Crystian. "Nossa escrita brasileira", en *Tupigrafia 4*, 2003 [s. p.]
- CUNHA LIMA, Edna. "Fundição de tipos em órgão oficiais: Imprensa Nacional e Casa de Detenção", 2009. [Manuscrito inédito.]
- DEAN, Darron4. "A Slipware Dish by Samuel Malkin: an Analysis of Vernacular Design", en *Journal of Design History*, vol. 7 no. 3, 1994:153-167.
- DONNER, Hans. *Enter the Universe of Hans Donner*, 2002. [www.hansdonner.com](http://www.hansdonner.com)
- FARIAS, Priscila & Gustavo Piqueira (orgs.). *III Simpósio ADG de Design e Tecnologia: Tipografia Digital*. São Paulo: Associação dos Designers Gráficos (ADG), 1999.
- \_\_\_\_\_. *Fontes digitais brasileiras: de 1989 a 2001*. São Paulo: Rosari, 2003.
- FINIZOLA, Fátima. *Panorama tipográfico dos letreiramentos populares: um estudo de caso na cidade do Recife*. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2010 (Dissertação, maestria en diseño).
- GLAUBER, Barbara (org.). *Lift and Separate: Graphic Design and the "Vernacular"*. New York: Herb Lubalin Center of Design and Typography / The Cooper Union for Advancement of Science and Art, 1993.
- HELLER, Steven & Christine T. *Letterforms Bawdy Bad & Beautiful: the Evolution of Hand-drawn, Humorous, Vernacular and Experimental Type*. New York: Watson-Guptill, 2000.
- HOMEM DE MELO, Chico (org.). *6ª Bienal de Design Gráfico*. São Paulo: Associação dos Designers Gráficos (ADG), 2002.
- HUBKA, Thomas. "Just Folks Designing: Vernacular Designers and the Generation of Form", en *Journal of Architectural Education (JAE)*, vol. 32, no. 3, 1979:27-29.
- MAIA, Virgílio. "Comarca da escrita a ferro", en *Tupigrafia 3*, 2002 [s. p.]
- \_\_\_\_\_. *Rudes brasões: ferro e fogo das marcas avoengas*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

- MOURA, Pedro. "Caprichoza: a fonte do suburbano coração", en *Tipos Populares do Brasil*, 2004. <http://www.tipospopulares.com.br/wtipos/2004/caprichoza/>
- \_\_\_\_\_. "Suburbana: tipografia glamourosa e fascinante!", en *Tipos Populares do Brasil*, 2005. <http://www.tipospopulares.com.br/wtipos/2005/suburbana/>
- MARTINS, Bruno G. *Tipografia digital: potencias do ilegível na experiência do cotidiano*. São Paulo: Annablume, 2007.
- MARTINS, Fernanda de O. *Letras que flutuam: o abridor de letra e a tipografia vitoriana*. Monografía (Especialización en Semiótica y Cultura Visual), UFPA, 2008.
- PELLEGRINI FILHO, Américo. *Comunicação popular escrita*. São Paulo: Edusp, 2009.
- POYNOR, Rick. *No More Rules: Graphic Design and Postmodernism*. New York: Watson-Guption, 2003.
- RAPOPORT, Amos. *House, Form and Culture*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1969.
- \_\_\_\_\_. "A Framework for Studying Vernacular Design", en *Journal of Architectural and Planning Research*, vol. 16, no. 1, 1999:52-64.
- RIZZINI, Carlos. *O jornalismo antes da tipografia*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.
- ROCHA, Claudio. *Projeto tipográfico: análise e produção de fontes digitais*. São Paulo: Rosari, 2002.
- RUDOFKY, Bernard. *Architecture without Architects*. New York: Museum of Modern Art, 1964.
- STARR JR., Chester G. "Verna", en *Classical Philology*, vol. 37, no. 3, 1942:314-317.
- SUASSUNA, Ariano. *Ferros do Cariri: uma heráldica sertaneja*. Recife: Guariba, 1974.

## ANEXO

*Características del Proceso de Diseño*  
*(Rapoport, 1999:61)*

1. Identidad de los diseñadores.
2. Intención y propósitos de los diseñadores.
3. Grado de anonimato de los diseñadores.
4. Dependencia de un modelo y sus variaciones.
5. Presencia de un solo o de varios modelos.
6. Alcance de la puesta en común del modelo.
7. Naturaleza de los esquemas en que se basa el modelo.
8. Coherencia de la utilización de un mismo modelo para diferentes partes del sistema de habitación.
9. Tipo de relación entre los modelos utilizados en los diferentes tipos de ambientes.
10. Características del modelo de elección del diseño.
11. Congruencia del modelo de elección y de sus criterios de elección con los ideales compartidos por los usuarios.
12. Grado de congruencia y naturaleza de la relación entre el medio ambiente y la cultura/estilo de vida.
13. Uso de criterios de diseño implícitos/tácitos frente a criterios explícitos/legalistas.
14. Grado de conciencia o inconsciencia del proceso de diseño.
15. Grado de constancia/invariabilidad frente al cambio/originalidad (y velocidad del cambio en el tiempo) del modelo básico.
16. Forma de cambio temporal.
17. Alcance del intercambio de conocimientos sobre diseño y construcción.

*Características del Producto*

1. Grado de especificidad cultural y de lugar.
2. Especificidades del modelo, plan, morfología, formas, transiciones (dentro/fuera, interfases, entradas), etcétera.
3. Naturaleza de las relaciones entre los elementos y de las reglas subyacentes.
4. Presencia de determinadas cualidades formales: complejidad, relaciones sólido-vacío, fenestración, concentraciones y volúmenes, articulación, cambios de nivel y cómo se manejan la naturaleza, complejidad y articulación de los espacios urbanos y el grado de variaciones en el uso de la luz y la sombra, de la vegetación, etcétera.
5. Uso de materiales específicos, texturas, colores.
6. Naturaleza de la relación con el paisaje, el sitio, la geomorfología.
7. Eficacia de la respuesta a cambios climáticos.
8. Eficiencia en el uso de los recursos.
9. Complejidad de mayor escala debido a la especificidad de lugar.
10. Complejidad en otras escalas por el uso de un único modelo con variaciones.
11. Claridad, legibilidad y comprensibilidad del medio ambiente debido a la orden expresada por el modelo utilizado.
12. Apertura a cambios aditivos, sustractivos y otros.
13. Presencia de "equilibrio estable" (frente al "equilibrio inestable" del "alto diseño" o *high style*).
14. Complejidad debido a variaciones en el tiempo (cambios en el modelo, como en la 15<sup>a</sup> característica del proceso).
15. Carácter abierto respecto a actividades: tipos, números, coincidencias, usos múltiples, etcétera.
16. Grado de calidad multisensorial del medio ambiente (amplia gama de cualidades no visuales).
17. Grado de diferenciación de la configuración —número, tipo, especialización.

18. Efectividad del medio ambiente como escenario para sistemas de estilos de vida y actividad (incluyendo sus aspectos latentes) y para otros aspectos de la cultura.
19. Capacidad de la configuración de comunicarse de manera efectiva con los usuarios.
20. Importancia relativa de elementos con rasgos fijos frente a elementos con rasgos semifijos.
21. Importancia relativa de, y cambios entre, diferentes niveles de significado.

Universidad Nacional Autónoma de México  
Instituto de Investigaciones Bibliográficas  
La reprografía de este material no implica la transmisión  
o el disfrute del derecho autoral de la obra.

