

**STURM
blond**



Publicidade para a revista 'die neue linie', em 1929. no cabeçalho vê-se a «sturm blond». foto de georg bienek, 1932.

o alfabeto sturm blond de herbert bayer

um artigo de paulo heitlinger com a digitalização da «sturm blond». um estudos sobre a modularidade como conceito de construção de letras com geometria elementar.

entre os docentes da bauhaus que desenvolveram protótipos tipográficos para concretizar novos padrões estéticos e para os conjugar com o funcionalismo professo naquela escola, destacam-se os pioneiros josef albers e herbert bayer. não esquecendo o artista húngaro lászló moholy-nagy, brilhante especialista em projectos multimédia. no meu livro tipografia escrevi que «a maioria destes estudos experimentais não teve quaisquer resultados comerciais». infelizmente tinha cometido um erro bastante generalizado, talvez explicável pelas dificuldades de acesso a informações de boa qualidade. antes de corrigir esta formulação, será talvez boa ideia rever a biografia de bayer.

com 19 anos, herbert bayer começa uma aprendizagem no atelier do arquitecto georg schmidhammer em linz, no seu país natal, a áustria, onde desenvolve os primeiros trabalhos tipográficos. a partir de 1921 trabalha como assistente do arquitecto josef emmanuel margold, na colónia de artistas de darmstadt. depois de absolver estas aprendizagens, herbert bayer ingressou como estudante na bauhaus, de 1921 até 1923. já no ano de 1925, walter gropius, então director desta famosa escola de design, convidou-o para dirigir a oficina de tipografia e publicidade; assim, passou imediatamente a integrar o corpo docente.

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

O alfabeto de caixa baixa **sturm blond** de herbert bayer tem por base duas formas geométricas elementares: o círculo e a linha. as letras g e k foram consideradas ainda imperfeitas, resultados preliminares. Uma versão definitiva nunca foi editada, mas este desenho protótipo serviu de base para outras versões da fonte de bayer - veja a revista 'die neue linie'.

herbert bayer pensou poder superar os limites impostos pelo vaivém das modas; para tal, subordinou o seu design a leis «intemporais» e «objectivas». um dos seus lemas: os problemas de estilo e da expressão individual deviam retroceder face à «pureza da geometria» e às exigências da funcionalidade.

herbert bayer apresentou em 1925 o protótipo de uma letra de formas sumárias: a célebre «sturm blond» (tempestade loura). um alfabeto reduzido aos elementos geométricas mais elementares: linha recta e circunferência. bayer justificou a sua proposta de desenho: «a tipização dos elementos da letra, tendo por base o quadrado, a circunferência e o triângulo, reduz o consumo de material tipográfico.»

o método reducionista culminaria numa tipografia com formas tão elementares que pudessem atingir uma validade «universal». no alfabeto que bayer apresentou, a redução foi ainda mais extrema, pois optou por ignorar as maiúsculas; este seu alfabeto estava reduzido à formula gráfica mais rudimentar e simples possível.

para justificar a redução à caixa baixa, bayer argumentava que a palavra falada não fazia distinção entre maiúsculas e minúsculas. as versais seriam então desnecessárias; além disso, também se facilitava a aprendizagem da leitura na escola primária e o tipógrafo economizava espaço de armazenagem para os tipos, etc, etc.

esta tendência – minúsculas, geometria, redução, universalidade – foi em breve seguida por outros gráficos. **jan tschichold** também desenvolveu, entre 1926 e 1929, um abecedário «universal». tschichold eliminou as maiúsculas e foi ainda mais longe: sem mais nem menos, formulou uma revisão radical da grafia da fonética alemã. este alfabeto foi digitalizado pela FOUNDRY (uk) assim:

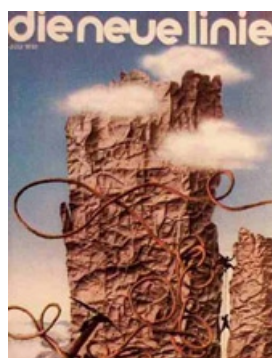
a b c d e f g h i j k l m n o æ p q r s ß
 T U V W X Y Z • 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

bayer, um dandy e *radical de salão*, como é costume dizer-se na alemanha, opinava que a cultura era «artificial», enquanto a ciência e o raciocínio seriam «puros».



lászlo moholy-nagy
desenhou a capa do
primeiro número da
revista 'die neue linie', que
estreu em setembro de
1929. no cabeçalho vê-se a
facilmente identificável
«sturm blond». Em baixo:
o título composto com a
fonte digital sturmblood.

die neue linie



consequentemente, deduzia que as formas de letras simples e geométricas teriam um efeito benéfico para a sociedade – porque usando-as, a sociedade não teria de se induzir em ilusões e não precisaria de usar estilizações e elitistas. os protagonistas dos alfabetos elementares e da **universal-typographie** pensavam que este sistema de glifos deveria ser «nu» – nu como uma máquina, livre de embelezamentos, e isento de qualquer ideologia da cultura.

de facto, o alfabeto que bayer apresentou estava radicalmente despojado de qualquer ornamento, reduzido a formas modulares; linhas e segmentos de círculo. Apesar disso, tinha excelente legibilidade, já que não estava muito distante das formas de uma Akzidenz-Grotesk, por exemplo. Contudo, a redução foi audaz, e é curioso que a sua «sturm blond» nunca foi digitalizada – até ao autor destas linhas se aventurar nessa tarefa.

apesar de herbert bayer advogar uma linguagem visual «nua», também se mostrou apto a trabalhar de forma mais refinada. pois em 1928, tinha deixado a BAUHAUS para seguir uma carreira de designer freelance. flutuando elegantemente entre os estilos e os processos praticados da época – surrealismo, verismo, fotomontagem – com um interesse muito eclético e com resultados pouco brilhantes, começou a fazer tudo: exposições, fotografia, desenho, escultura e direcção de arte.

em tipografia, desmobilizou o seu rigor e purismo, para vender o seu trabalho. em 1933, a fundição berthold encomendou a bayer um tipo para uso comercial; bayer apresentou a sua sturm blond, mas numa variante vestida, ou seja: ornada com serifas, e bastante condensada. Esta versão, um alfabeto híbrido de caixa baixa, posiciona-se algures entre letra elementar e uma clássica Bodoni; foi digitalizado pela fundição digital londrina the foundry:

aæbcçdefgijklmno

æpqrstuvwxyz

["1234567890?€"]

nos tempos pioneiros da BAUHAUS poucos clientes do exterior estavam interessados no design moderno e na nova tipografia feitos na escola. o sucesso comercial das ideias, dos protótipos e dos produtos (móveis,



capa de um catálogo da bauhaus, desenhado em 1923 por herbert bayer. letras impressas por gravura de linóleo.



este cartaz de herbert bayer para a exposição europeia de artes e ofícios em leipzig, no ano de 1927, mostra que o designer alemão também criou letras versais do tipo «sturm blond».

talheres, etc.) da BAUHAUS só começou a esboçar-se no fim dos anos 20. esta aceitação aumentou nos primeiros anos da década de 30 – para ser brutalmente interrompida pela barbárie nazi. Mas houve excepções.

entre 1929 e 1943 foi publicada a revista «die neue linie» pela editora VERLAG OTTO BEYER, sedeada em leipzig. esta publicação, recentemente lembrada numa exposição do BAUHAUS ARCHIV em berlin, foi o mais importante lifestyle-magazine alemão da sua época. nenhuma outra publicação conseguiu pôr em prática de forma tão conseguida as ideias da radical «nova tipografia». Não admira que assim fosse, pois foram designers da BAUHAUS –lászló moholy-nagy e herbert bayer –, que trabalharam como directores de arte para esta revista. Olhando para o cabeçalho da revista, logo identificamos a «sturm blond»; no primeiro número, ainda algo magra, nos seguintes, com traço mais gordo.

Será importante assinalar que a revista ficou algum tempo livre de represálias dos nazis, já que lhes serviu de alibi para insinuar na opinião pública do estrangeiro que nem tudo tinha sido nivelado pelos fascistas, reinando a mais perfeita liberdade no desenho editorial. a revista «neue linie» servia para passar uma falsa imagem da alemanha nazi – quando praticamente todos os vanguardistas já tinham sido forçados a exilar-se. (a exposição sobre a «die neue linie» esteve patente na primavera de 2007 no BAUHAUS ARCHIV BERLIN. catálogo: patrick rössler: DIE NEUE LINIE 1929-1943. DAS BAUHAUS AM KIOSK, 176 p. 17,50 euros.)

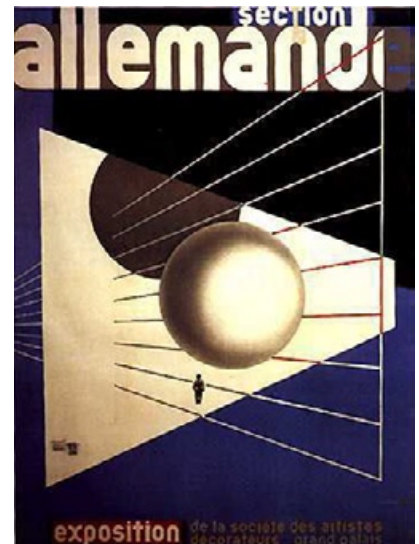
bayer trabalhou a tempo inteiro para a agência de publicidade DORLAND INTERNATIONAL e depois como director de arte para o famoso magazine feminino VOGUE. HARPER'S BAZAAR (a mais antiga revista de moda dos eua) teve herbert bayer como director artístico no final da década de 1920-1930. nas revistas de moda, o elegante e distinto bayer continuou a plagiar, mas acabou por encontrar a sua verdadeira vocação. mais tarde, iria revelar um enorme talento para a infográfica, realizando trabalhos notáveis nos eua.

bayer chegou a nova iorque em 1938 para finalizar os preparativos da exposição BAUHAUS 1919-1928; concebeu a exposição no **moma** e desenhou o catálogo. este evento lançou as bases da energia vanguardista que impulsionou o design norte-americano a partir dos anos 40.

a sturm blond nos EUA

Um grupo de industriais norte-americanos decidiu fundar em 1937 em Chicago uma escola de design e chamou László Moholy-Nagy para dirigi-la. Este artista húngaro tinha sido um dos grandes dinamizadores da Bauhaus, especialmente na área da tipografia e das publicações (bauhausbuecher).

Na América, a nova instituição, primeiro «the new bauhaus», viria depois a ser designada «School of Design» e mais tarde «Institute of Design». Na brochura impressa em 1937/38, László



herbert bayer, poster 'section allemande' para a exposição do werkbund, paris 1930.



nos eua, bayer gostou de usar letras similares à «universal». poster para a cca, março de 1942.

Moholy-Nagy usa uma vez mais a sturm blond, com um t modificado, e ascendentes mais altos, num desenho tipográfico mais coerente.

Ao longo da sua carreira – 60 anos! –, Paul Rand foi diretor de arte, docente, escritor e consultor de design de empresas como a IBM, ABC e UPS. A sua influência foi enorme nas áreas do design gráfico e da comunicação. Paul Rand, o designer mais criativo da sua geração, lançou uma abordagem nova e fresca ao design norte-americano. Aos 23 anos de idade começou como designer editorial e criador de publicidade para as revistas *Apparel Arts*, *Esquire*, *Ken*, *Coronet* e *Glass Packer*.

O seu conhecimento da arte moderna europeia, particularmente da obra de Paul Klee, de Wassily Kandinsky, dos Cubistas, Dadaístas e Suprematistas, influenciou Rand na invenção de novas formas. O dinamismo visual, aliado a um humor refrescante e a uma provocação moderada, marcaram inconfundivelmente o estilo pessoal do seu trabalho.

László Moholy-Nagy, o pioneiro tipógrafo, fotógrafo e gráfico do movimento vanguardistas dos anos 20, docente na Bauhaus em Weimar, descreveu Paul Rand como «um idealista e um realista, usando a linguagem de um homem de negócios e de um poeta. Pensa em termos do necessário e da função. É capaz de analisar os seus problemas (racionalmente), mas a sua fantasia não conhece limites.»

De 1941 até 1954, Rand trabalhou para a agência de publicidade Weintraub. Depois de deixar a agência, tornou-se designer independente e desenvolveu como freelancer importantes trabalhos de identidade corporativa – entre outros para a emissora ABC (logo ao lado), para a IBM, a Westinghouse, a UPS e a NEXT. Em 1956, Rand, já amplamente reconhecido em todo o mundo, começou a leccionar Graphic Design na Universidade de Yale. Morreu em 26 de Novembro de 1996, aos 82 anos de idade.

herbert bayer, depois de trabalhar 30 anos para as cultivadas «upper classes» como artista plástico e gráfico, legou o seu espólio ao DENVER ART MUSEUM.

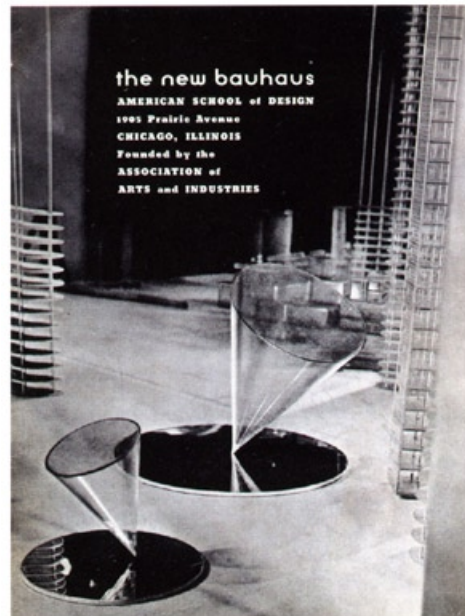
publicações de bayer:

Versuch einer neuen Schrift, in “Offset”, 7/1926

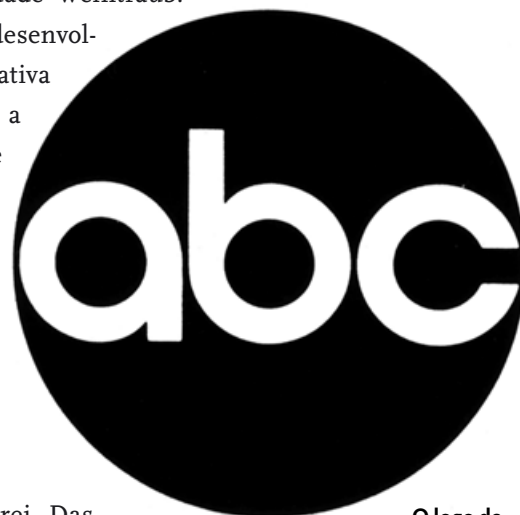
herbert bayer. Visuelle Kommunikation, Architektur, Malerei. Das Werk des Künstlers in Europa und USA. Otto Maier Verlag, Ravensburg 1967 (Original: herbert bayer. painter, designer, architect, Verlag Reinhold Publishing Corporation New York 1967)

«Ich stelle mir keine Grenzen». Gespräch mit Herbert Bayer von Jürgen Claus. Kunstreport 3’79, Informationsblatt Deutscher Künstlerbund e.V., Berlin 1979

Fotografie zwischen Realität und Montage. Gespräch mit Herbert Bayer von Jürgen Claus. Kunstreport 4’86, Informationsblatt Deutscher Künstlerbund e.V., Berlin 1986



the new bauhaus



O logo da emissora abc, na melhor tradição da bauhaus.criação de paul rand.

Revivalismos

Em 1975, o typeface designer Victor Caruso lembrou-se de criar a aberração tipográfica chamada ITC Bauhaus. Esta fonte, uma deturpada versão da sturm blond, foi feita em colaboração com o eclético Edward Benguiat. Esta bastarda continua a fazer as delícias de muitos estudantes de design, que despreocupadamente pensam que esta seja a «fonte original da Bauhaus», já que até têm a sua suposta origem no nome. Depois deste péssimo serviço feita à comunidade do design, demorou algum tempo até aparecer outra fonte vagamente associável ao espírito da Escola Bauhaus.

A fonte Modula, de Zuzana Licko (Emigré), foi «*the first high resolution headline face that I designed with the Macintosh computer. In 1985, the computer was very crude as far as being able to produce subtle curves, but it was outstanding at producing perfect geometric elements. As a guide, I used the proportions of my earlier Emperor Fifteen bitmap design and applied the precision of the computer's geometric elements.*» Especialmente a esguia variante Modula Sans aproxima-se da versão condensada da letra de Herbert Bayer:

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 ...

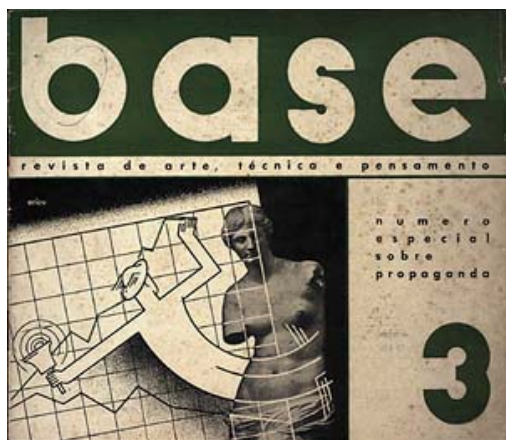
abcçdeflghijkl
mñooæpqrsβtu
vwxyzü!&|234
567890?\$(+)

duas versões digitalizadas de letras concebidas por herbert bayer: a p22 bayer universal e a bayerarchitype, da foundry. ambas possuem apenas caixa baixa, números árabes e pontuação.

sobre a primeira, a fundição digital p22 informa: «This font set includes three type faces designed by Herbert Bayer, including the famous “Universal” font most commonly associated with the Bauhaus school.»

abcdefghijklmnopqrsβtu
vwxyz! ? 124567890

Divulgação no Brasil e em Portugal



A Portugal, a estética da «nova tipografia» chega muito filtrada por um gosto de nítida tendência Art Déco, o que leva à preferência por formas condensadas, e de traços menos sóbrio.

Três belos exemplos: Livraria Bertrand, Chiado, Lisboa; Cinema Ossónoba, Estói, Algarve, Café Arcada, Évora. No último, as letras foram feitas em tubo de metal. Fotos: P. Heitlinger.

base

Revista base, nº 2. Rio de Janeiro, 1933.
Editor: Alexander Altberg. Fonte: IEB - Instituto de Estudos Brasileiros, São Paulo

O arquitecto alemão/brasileiro Alexandre Altberg, estudante da Bauhaus e acostumado às publicações que lia na Alemanha, decidiu iniciar em 1933 uma revista própria, que recebe o nome de «base - revista de arte, técnica e pensamento». Na capa, uma adaptação da sturm blond...



bibliografia

rössler, patrick. DIE NEUE LINIE 1929-1943. DAS BAUHAUS AM KIOSK, 176 p. 17,50 euros.

bauhaus-archiv – museum für gestaltung berlin (hrsg.): Herbert Bayer. Kunst und Design in Amerika 1938-1985, Gebrüder Mann Verlag, Berlin 1986, ISBN 3-7861-1407-2.

Arthur Allen Cohen Hg.: Herbert Bayer. The Complete Work Cambridge MA (USA) & London: MIT Press, 1984 ISBN 0-262-53075-9

Bernhard Widder: Herbert Bayer. Architektur, Skulptur, Landschaftsgestaltung Wien: Springer, 2002 ISBN 3-211-83450-8

Magdalena Droste Bauhaus 1919-1933 Taschen Verlag, 1998 ISBN 3-8228-7601-1

abcçdefgh
ijklmnopq
rstuvwxyz,
äöüüñ
sturmb blond.
ABCDEFGHIJK-
ZLMNOPQR
STUVWXYZ!



abcçdefghijkl
 mnoṑrstuwxȳz.
 óöúÿñ12345678
 ABCÇDEFGHIJKLM
 NOPQ̇RSTUVWXYZ



este belo poster de herbert bayer para uma exposição no museu de artes e ofícios em basileia, suíça, serviu de modelo para a digitalização apresentada nesta página. esta letra seria, interpretada com alguma liberdade, uma versão condensada da «sturm blond». a precisão da letra que se vê no cartaz aponta para a possibilidade de terem existido tipos móveis de metal. vê-se um peso medium e um peso light. A partir dos números romanos na última linha, podemos imaginar que existiu um jogo de maiúsculas.

em baixo: um trabalho publicitário de herbert bayer, para a gastronomia.



STURMBLOND
bayer condensed
UHERTYPE

Fontes digitais OpenType, formato único
para plataformas Mac e Windows,

Versão 1.1, 2007, 2008

Três fontes de Paulo Heitlinger

PVP: 39 Euros.

À venda em www.tipografos.net