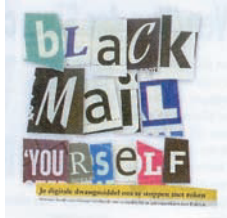
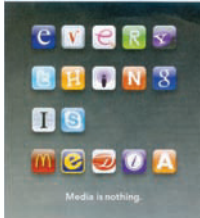
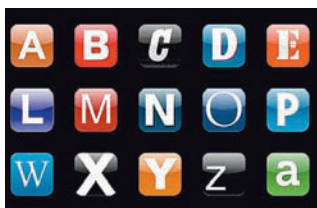


BlackMail



Blackmail is nu geheel salonfähig

Die Blackmail Yourself-advertentie van Stivoro is voor het betere afpersgevoel met losgeknipte letters gemaakt (door Publicis). Het gaat tenslotte om een 'digitaal dwangmiddel' om je te helpen stoppen met roken. Maar die jongensboekletters zie je nu wel héél veel, vindt Evert Barendrecht van Kunst en Cultuur Noord-Holland. In de 'Waarschuwing' aan 'Alle media...' van Mediagebouw De Nieuwsbron in Almere. In het zoveelste logoletteralfabet. En in de advertenties met 'Everything is media' van het laatste MWG Congres. Die laatste ook nog in van die app-lettertjes die nu elke artdirector gebruikt. Webdesigner Ine Reijnen kwam in 2010 met een heel Apphabet (thtot.nl/apphabet). Daarmee tover je een iPhone-scherm om tot een haiku van 16 letters. Het gaat allemaal terug op het font BlackMail, dat ontwerper Martijn Oostra in 1996 samenstelde uit letters die hij uit kranten en tijdschriften knipte. Dat is nog in zwart-wit en nog steeds (voor 50 euro) te koop bij FontShop.

