

18 DE FEVEREIRO DE 2021

Sobre “O detalhe na tipografia”

por Catherine Dixon

CLUBE DO LIVRO TIPOGRAFIA

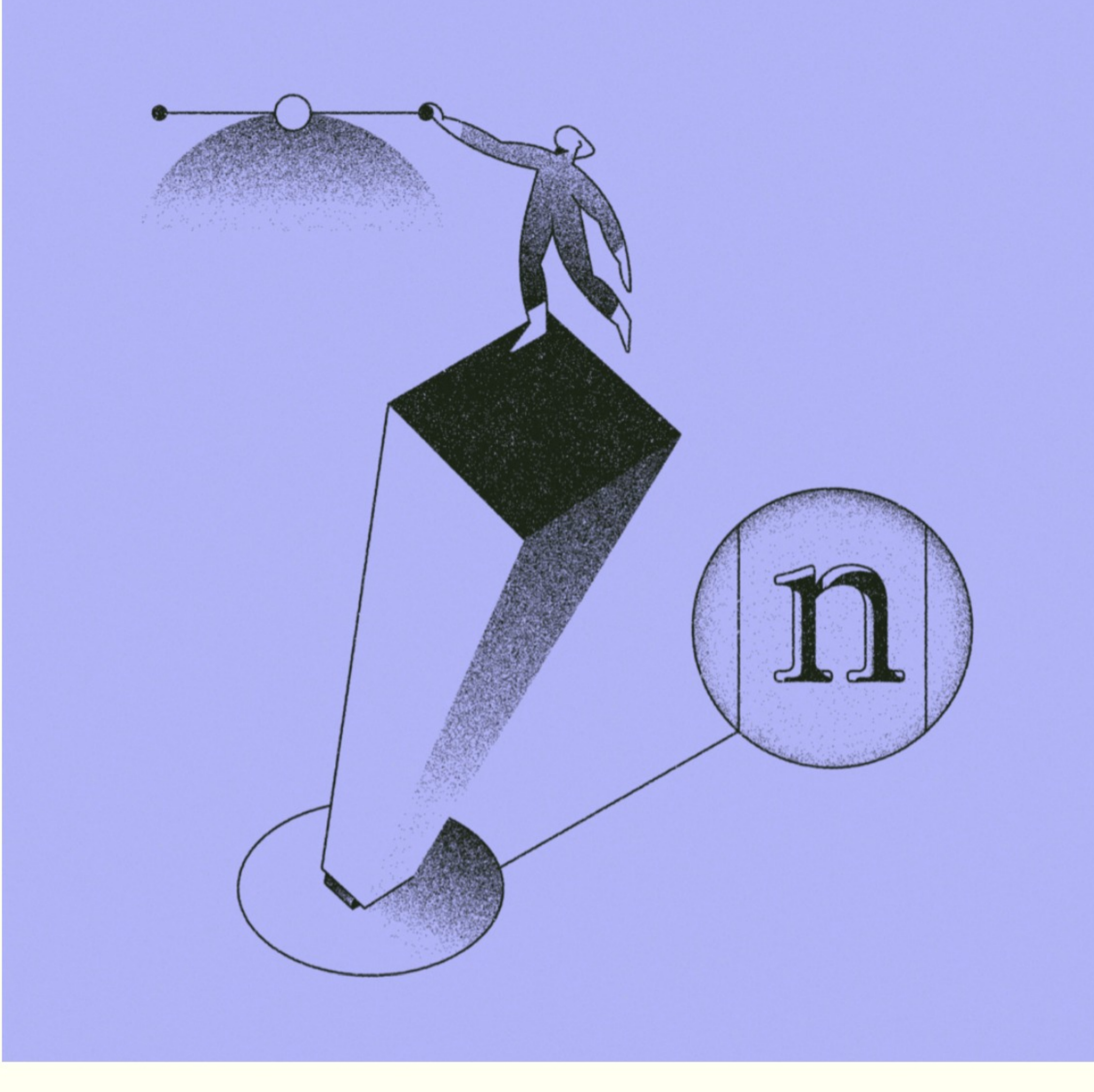


Ilustração por Beatriz Batisteli e Flora de Carvalho / Estúdio Passeio

Este livro curtinho de Hochuli está sempre ao meu alcance, seja quando estou trabalhando como designer editorial, seja quando estou ensinando. É um dos poucos livros que eu recomendo aos estudantes de fato investirem, não só porque manteve preço e custo de produção justos nesse mercado de livros de design, muitas vezes feitos de forma dispendiosa. Seu valor, para mim, também se sustenta na medida em que meu próprio conhecimento se aprofundou e eu fui capaz de voltar a ele e apreciar melhor os sutis argumentos visuais que ele elabora. É mesmo sempre bom rever a razão dessas recomendações e essa oportunidade de refletir exatamente sobre qual o valor desse livro me permitiu não só fundamentar minhas opiniões anteriores, mas encontrar ainda mais relevância em suas páginas no que diz respeito aos debates atuais de design.

Detalhe e especialização

O simples fato de ser um livro sobre detalhes o torna fora de moda em uma época em que, como Matthew Crawford observa, “diz-se que a economia exige trabalhadores que sejam flexíveis. Parece que o ideal é que não se sintam sobrecarregados com nenhuma série de habilidades ou conhecimentos... E assim uma educação do século 21 deve formar trabalhadores que sejam matéria-prima igualmente indeterminada e disruptível. Quanto menos situados, melhor”¹. Tal pensamento é reforçado de dentro da educação em design com apelos por mudanças em direção a uma compreensão estratégica mais totalizante do design, com particular ênfase no Design Thinking. Como mencionei em uma crítica dessa ênfase excessivamente estratégica, “enquanto o mundo do design está ocupado respondendo ao chamado de Tim Brown da IDEO para se envolver no panorama socialmente inovador do design, gerir as minúcias do espaçamento tipográfico pode ficar um pouco perdido – ainda mais em uma pauta pedagógica”².

Esses argumentos vão ao encontro da suposição inconveniente de que a maioria das pessoas hoje em dia vai entender como tipografia funciona só porque sabem o que são fontes e usam computadores. Como Paul Atkinson observa com precisão, o ponto positivo aqui é que “o acesso a novas ferramentas [como o DTP] deu às pessoas independência e autoconfiança”. No entanto, talvez menos positiva seja a sua afirmação de que essa nova democracia as libertou “das garras dos artífices profissionais e dos artesãos qualificados” e permitiu “reagir contra os princípios e os decretos dos *sommeliers* do design”³. Mais cautelosamente, Monika Parrinder e Colin Davies observam que, enquanto o imediatismo do acesso tipográfico é libertador, “é preciso tempo, formação e paixão de aprender” e que o fracasso (ou recusa) em reconhecer o design como “um composto de práticas especializadas” configura uma lacuna problemática na compreensão⁴.

A preocupação deles em apontar essa lacuna alinha-se com uma vontade de combater o achatamento redutor do mercado digital por meio da difusão ampla de narrativas de ofício. Como observou a *maker* Laura Potter, precisamos entender “o contexto de produção de um objeto, habilidades e conhecimentos incorporados nele e a qualidade dos materiais – sua complexidade – para que [nós] possamos desenvolver uma compreensão de como e por que coisas semelhantes podem ser valorizadas de forma diferente”⁵.

Detalhe no contexto

O contexto de produção do livro de Hochuli enquanto objeto tem seus problemas, sendo a cultura de publicação editorial do design na Europa predominantemente branca, colonialmente orientada e masculina. Deixando isso de lado, o livro fala para um público de colegas designers como se estivesse compartilhando uma experiência aprendida dentro de uma “comunidade de prática”. A forma como o conhecimento é transmitido parece mais generosa do que didática. O livro foi escrito originalmente em alemão e publicado pela Agfa-Compugraphic em 1987, mas desde então foi impresso em várias edições, formatos e línguas por muitas editoras diferentes. O mercado dos textos tipográficos “clássicos” e da sua reprodução ao longo dos anos já está bem estabelecido. Um exemplo é *Finer points in the spacing and arrangement of type*, de Geoffrey Dowding, originalmente publicado em 1966 como uma cartilha para estudantes de tipografia e que continua à venda. Parece importante, então, diferenciar dessa prática obsoleta a abordagem mais responsiva empregada para a produção do livro de Hochuli, ao qual foi permitido evoluir em resposta à mudança de contexto de suas várias edições.

Contexto de produção é um princípio central da abordagem de Hochuli para considerar a melhor forma de tratar os detalhes na tipografia. Aqui Hochuli está preocupado principalmente com a composição para o alfabeto latino e a relação com a interpretação do leitor dentro do gênero tipográfico específico da leitura contínua. Como Paul Luna observa, “a maioria dos desafios tipográficos são fincados em gêneros específicos”⁶, então, para as ideias de Hochuli, é importante determinar o contexto tipográfico. E embora Hochuli siga uma linguagem comum da discussão tipográfica, referindo-se a uma linguagem de “regras”, ele faz questão de se distanciar da armadilha óbvia insinuada por esse termo e de sua associação com uma aplicação inquestionável e mecânica da informação. É na sua responsividade, não na sua austeridade, que a tipografia se torna um ofício, “não no sentido de que cumpre prescrições incompreendidas, e sim de que emprega, de maneira precisa, uma experiência solidamente verificada”⁷.

Nem absolutas, nem universalmente aplicáveis, é possível que as “regras” que Hochuli estabelece operem apenas dentro do contexto umas das outras. Como ele deixa claro, “o detalhe nunca deve ser considerado isoladamente”⁸. A solução tipográfica dos problemas que surgem de um determinado texto exige que o designer equilibre uma série de fatores ao mesmo tempo, reconhecendo que cada decisão tomada tem influência numa sequência de outras. Pensar é incontornável. Isso deveria ser uma boa notícia, já que as ameaças da automação digital pairam sobre a profissão de design e, como designers, cada um de nós precisa considerar seriamente o valor humano que agregamos.

Detalhe como gosto?

Se esse valor agregado se resume a gosto, então prepare-se para o desemprego, porque o mundo vai questionar por que o seu gosto “de designer” é melhor do que o de qualquer um deles. Por isso, a importância de Hochuli explicar sua história de ofício tipográfico com uma defesa do engajamento em pesquisa, de maneira bastante centrada no humano. O que ele estabelece tem pouco a ver com a “liberdade estética pessoal ou gosto pessoal” dele, aceitando que outros designers podem resolver certos problemas de forma diferente. As “questões formais” que ele aborda estão além dos interesses “criativos” de muitos designers gráficos e tipográficos, e, em vez disso, dizem respeito aos “elementos visíveis que possibilitam uma recepção mais eficaz do texto”⁹.

Ao considerar as consequências de seu pensamento e ofício, Hochuli está cumprindo todos os três aspectos do design definidos por Norman Potter, na “concepção de uma ação, na confecção de meios para realizá-la

¹ The world beyond your head. London: Penguin/Viking 2013, p. 209-210.

² Catherine Dixon, “Strategy is never enough”, Eye Magazine, 94, 2017.

³ “Do It Yourself: Democracy and design”, Journal of Design History, vol. 19, n. 1, 2006.

⁴ “Type today and tomorrow”, em Scot Williams e Henrik Kubel, New perspectives in typography. London: Laurence King, 2015, p. 47.

⁵ Laura Potter, By hand & brain (Becker Northam, 2015).

⁶ Paul Luna, Typography, a very short introduction. Oxford: O. U. P., 2018, p. 127.

⁷ Ibidem, p. 52.

⁸ Ibidem, p. 55.

⁹ Ibidem, p. 7.

¹⁰ Norman Potter, What is a designer. London: Hyphen, 1989, p. 13.

¹¹ Paul Luna, Typography, a very short introduction. Oxford: O. U. P., 2018, p. 107.

¹² Ibidem, p. 52.

¹³ Visible language, 47:3, p. 7495.

¹⁴ Typography, p. 117-118.