

Iara Pierro de Camargo*

Abordagem tipográfica alusiva e interpretativa em design de livros em prosa

* Iara Pierro de Camargo é doutora pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo na área de concentração Design e Arquitetura (2016) e é mestre em Arquitetura e Urbanismo pela mesma instituição e área (2011). Possui pós-graduação (especialização) em Design Gráfico pelo Centro Universitário Senac (2008), graduação em Filosofia pela Universidade de São Paulo (2005), graduação tecnológica em Projetos Gráficos para Mídia Impressa pela Universidade Anhembi Morumbi (2005) e curso técnico em Desenho de Comunicação pela ETE Carlos de Campos (1999). Atualmente leciona nos cursos de design, publicidade e editoração das Faculdades Integradas Rio Branco e desenvolve pesquisa nas áreas de design editorial, história do design e tipografia.
<iaritcha@hotmail.com>

Resumo Há duas principais abordagens para a escolha tipográfica de livros em prosa: uma abordagem funcional, que leva em consideração aspectos práticos como legibilidade, leitura e neutralidade (para que essa escolha não interfira na leitura); e uma abordagem mais subjetiva e interpretativa, que busca estabelecer relações semânticas entre o texto e as formas ou questões históricas e culturais de uma família tipográfica. Essa abordagem pode privilegiar aspectos como alusão (tipografia alusiva), atmosfera, entre outros. Neste artigo, apresentamos a argumentação de críticos, designers e tipógrafos sobre escolhas tipográficas de livros de prosa que vão além de questões funcionais, e três estudos de caso em que os designers Rudolph Ruzicka, Helen Gentry, Daniel Berkeley Updike, William A. Kittredge, Wilber H. “Chip” Schilling e Elaine Ramos usaram a tipografia para estabelecer relações semânticas com o texto.

Palavras chave design de livros, tipografia, tipografia alusiva

Allusive and interpretative typographic approach in prose book design

Abstract *There are two approaches to the typographic choice for prose books: a functional one, that considers practical aspects like legibility, readability and neutrality (so that this choice doesn't interfere in reading); and a more subjective and interpretative approach, that aims to establish semantic relations between text and its forms or historical and cultural questions regarding a typographical family. This approach can privilege aspects like allusion (allusive typography), atmosphere, etc. In this article, we present the argumentation of critics, designers and typographers about typographical choices of prose books that go beyond functional questions and three case studies in which designers Rudolph Ruzicka, Helen Gentry, Daniel Berkeley Updike, William A. Kittredge, Wilber H. “Chip” Schilling and Elaine Ramos used typography to establish semantical relations with the text.*

Keywords book design, typography, allusive typography.

Introdução

A escolha tipográfica para a composição de livros em prosa é muitas vezes baseada em critérios econômicos e funcionais. Muitos projetos gráficos de livros produzidos em grandes casas editoras não são feitos de forma individual, mas a partir de *templates* ou modelos, como forma de otimizar os processos. Mesmo hoje, com uma grande variedade de novas famílias tipográficas para uso em texto, muitas editoras acabam usando fontes clássicas e conhecidas, dado que se comprova pelo estudo de Danilo Pegorara Ferreira (2007), que fez um levantamento sobre a escolha de fontes para composição de livros de ficção no Brasil e verificou que a maioria delas são clássicas, como a Garamond e a Times, ou padrão em softwares de editoração eletrônica como a Minion. Nesse estudo, Ferreira (2007) analisou 32 volumes de editoras diferentes e verificou que nessas publicações a Garamond foi usada 9 vezes; a Minion 8, a Sabon 3, a Times 3, a Bembo 2, e cada uma das seguintes fontes foi usada 1 vez: Deepdene, Electra, Helvetica, Joanna, Baskerville, Palatino e Schneidler.

A partir de entrevistas com os designers de alguns desses livros, Ferreira (2007) percebeu que o uso de determinadas fontes não corresponde a uma escolha baseada em critérios estéticos específicos adequados a cada tipo e ao tema do texto, mas ao aproveitamento desses tipos em blocos de texto por economia de espaço, legibilidade ou identidade da editora.

Richard Hendel (2013, p. 7) apresenta duas ideologias relativas à escolha tipográfica para livros:

Existem duas abordagens filosóficas ao design de livros: há os que acreditam que o design deva ser neutro e atemporal, e outros que ele deva refletir o conteúdo de uma forma mais óbvia (usando tipografia ou elementos de design relativos ao tema do livro).

Hendel apresenta exemplos de designers que trabalham com base em uma ou outra dessas ideologias e, como exemplo de designer que busca estabelecer relações entre forma tipográfica e conteúdo verbal, cita como exemplo Virginia Tan, diretora de design da editora norte-americana Knopf. Em entrevista a Hendel, Virginia Tan explica sua abordagem:

A escolha de uma fonte de texto se baseia tanto na legibilidade como no fator “sabor” – eu gosto de tipografias historicamente relevantes, bem como de capturar a sensação da trama, especialmente na ficção. Se a história é masculina ou feminina, noir, romântica, de aventura, cômica ou trágica; ambientalista etc., qualquer desses fatores poderia influenciar minha escolha tipográfica. Mesmo dentro do texto em que poderia utilizar fontes mistas em extratos; um itálico para passagens descritas no texto como sendo escrito à mão, um bold sem serifa para sinalização, Times Roman composto em tamanho pequeno e condensado para um artigo de jornal. Esses são estímulos visuais para o leitor que, espero, chamam a atenção do olho e da mente para a história. Eu, pessoalmente, sou uma

leitora lenta porque inconscientemente, enquanto leio, exibio uma história como um filme em minha cabeça. Eu quero dar isso aos leitores nos livros em que trabalho (HENDEL 2013, p. 127-128).

Como se pode perceber, Virginia Tan procura aproveitar as conotações que os diferentes estilos tipográficos podem trazer. Nesse mesmo depoimento (HENDEL, 2013), explica que nem todas as editoras trabalham como ela e que muitas usam templates, sem uma escolha tipográfica específica para cada tipo de texto.

Os aspectos formais dos tipos podem carregar ideias, assim como o leiaute e demais recursos tipográficos. Existem hoje milhares de famílias de tipos digitais para texto e, apesar de muitas vezes serem um pouco semelhantes, é possível observar diversas diferenças em suas formas, como observa Claudio Rocha (2003, p. 46):

As variações de estilo podem ser muito sutis. Devem, obviamente, carregar os sinais mínimos que tornem possível sua decodificação durante a leitura. Portanto, conhecer suas diferenças e nuances permite escolher a letra mais adequada ao texto que será “vestido” por essa fonte.

Já que há tanta variação formal em fontes de texto, pode-se pressupor que essas variações estéticas podem criar significados em relação ao seu contexto, da mesma forma que uma roupa pode comunicar ideias sobre a pessoa que a veste. Roupas, assim como a tipografia, podem ser expressivas como as feitas em tecidos de cores vivas, ou neutras como um uniforme cinza. Assim, pode-se entender que quando se busca usar uma abordagem tipográfica mais neutra, a ideia é não desviar a atenção do leitor, usando soluções convencionais às quais ele já está acostumado. Quando a escolha da tipografia se baseia em critérios subjetivos e interpretativos, busca-se, na maioria das vezes, estabelecer conexões entre o conteúdo verbal e a forma tipográfica.

Embora as estratégias acima não sejam excludentes, sendo até muitas vezes empregadas em conjunto, já que não se pode eliminar da área editorial a funcionalidade do objeto para a leitura, é comum nesse campo ignorar a abordagem semântica, privilegiando apenas a funcional. Abordagens tipográficas interpretativas não são recentes e há muito tempo já se discutia a adequação da forma tipográfica com o conteúdo verbal das páginas de um livro, como, por exemplo, no século XIX, quando alguns tipógrafos procuraram usar fontes para compor seus textos que fossem historicamente relevantes (tipografia alusiva). Além dessa abordagem histórica, no início do século XX foram conduzidas pesquisas que provaram que aspectos formais dos tipos de texto podem comunicar e produzir sensações diferentes no leitor (valor atmosférico da tipografia).

Pretende-se neste artigo apresentar um breve panorama dessa abordagem tipográfica em livros em prosa a partir de diversos autores da área e apresentar estudos de caso que demonstrem esse modo de trabalho.

As ideias de valor atmosférico, alusão e interpretação para a escolha da tipografia em livros de prosa parecem ser adotados por designers em

diversos períodos da história do design editorial e da tipografia, no entanto, nas primeiras décadas do século XX, em especial nas décadas de 1920 e 1930, a abordagem alusiva ganhou muito destaque e é também apresentada neste artigo. Como este período é fundamental para entender essa abordagem, escolheu-se, como estudo de caso que apresenta estratégias mais interpretativas para a composição tipográfica, um folheto produzido em 1940 nos Estados Unidos que apresenta quatro soluções de design para um mesmo texto em prosa.

Pode-se perceber nas últimas décadas também uma crescente preocupação com a adequação tipográfica em livros que pode ser verificada tanto pelo breve panorama conceitual apresentado na quarta seção deste artigo, quanto pelo estudo de caso em que duas edições do texto *Bartleby*, o escrivão publicados pela Indulgence Press em 1995 e pela Cosac Naify em 2004 na quinta seção, refletem a preocupação de se buscar relações entre o texto literário e a tipografia.

Valor atmosférico

Como já se viu, muitos tipos apresentam variação formal. Algumas pesquisas, em especial realizadas nas primeiras décadas do século XX, indicam que a forma dos tipos pode comunicar ideias e causar diferentes impressões ou expressões na página impressa. Alguns dos termos que podem ser usados para representar essas ideias são “valor atmosférico” ou “congenialidade”.

Spencer (1969) apresenta estudos realizados nas primeiras décadas do século XX, como o experimento feito em 1933 por Poffenberger e Fanken, em que foi criada a correspondência entre vinte e nove faces tipográficas a cinco qualidades (baixo preço e qualidade inferior; dignidade; economia; luxo; força) (SPENCER, 1969). O autor apresenta também a pesquisa de Ovink, que realizou testes e “propôs avaliações sobre a adequação de treze tipos para livro a oito assuntos literários e dezessete tipos display para oito temas de publicidade” (*idem*, 1969, p. 29). Spencer explica que em seu experimento, Ovink concluiu que as faces tipográficas, em termos de “valores de atmosfera” (*atmosphere-value*), podem ser agrupadas a partir de três qualidades: luxo e refinamento; economia e precisão; força (*idem*, 1969, p. 29).

Spencer (1969, p. 29-30) usa o termo congenialidade, que se refere a uma escolha predominantemente histórica, que segundo outros autores ganha o nome de “tipografia alusiva” (*allusive typography*). A partir de Spencer entende-se, no entanto, que a congenialidade tipográfica pode apresentar instabilidade temporal, anacronismo ou ambiguidade.

Ovink (1938, p. 127) explica que “Chama-se de valor atmosférico de uma face tipográfica as propriedades e sentimentos que ela provoca no leitor” e que o leitor tem uma percepção sobre as propriedades visuais da tipografia que vai além de qualquer “julgamento de beleza ou legibilidade. A natureza e vivacidade dessa impressão é expressa pelo valor atmosférico da face tipográfica”.

Alem de “valor atmosférico” (*atmosphere-value*), Ovink (1938, p. 127) usa o termo “feeling-tone” que se refere à percepção de uma composição tipográfica “de transmitir uma mensagem e ao mesmo tempo criar certo ‘estado de espírito’ ou ‘sensação’”. O autor (*idem* 1938, p. 128) assinala que os tipógrafos franceses estiveram entre os pioneiros “na adaptação da tipografia ao caráter do texto”, citando como exemplo o editor francês Edouard Pelletan. Nesse contexto, o termo ‘valor de atmosfera’ parece apresentar um paralelo com o termo ‘tipografia alusiva’, usado por outros autores. Mas valor de atmosfera, conforme os experimentos feitos por Ovink, difere da alusão, pois o autor testa as sensações dos leitores ao ver certos tipos fora de um contexto específico, ou seja, fora das páginas de determinado livro ou de uma peça publicitária.

A partir de Priscila Farias (2001, p. 72) pode-se ampliar o grupo de pesquisadores sobre a temática da atmosfera tipográfica com R. Linkens, que procurou identificar associações a partir de um sistema de classificação tipográfica, em lugar de uma tipografia específica:

O pesquisador francês Gérard Blanchard cita um experimento efetuado pelo semiologista belga R. Linkens, no qual este testou a convergência dos “significados tradicionais” normalmente atribuídos a certas fontes. Linkens dividiu as fontes em cinco grupos – Garaldes, Réales, Didones, Mécanes e Lineales – e buscou verificar a validade de atributos tais como ‘elegância’, ‘equilíbrio’, ‘dignidade’, precisão, ‘legibilidade’, etc., habitualmente relacionados a eles. Segundo Blanchard, Linkens demonstrou que mesmo leitores pouco familiarizados com convenções tipográficas são capazes de atribuir ‘significados verbais’ distintos e convergentes para fontes de grupos diferentes (FARIAS, 2001: 72).

Mesmo que muitas vezes termos como congenialidade ou valor atmosférico não sejam usados, ideias de que a forma dos tipos transmite significados são comumente expressas por outros autores e designers, como Marshall Lee (2004: 117), que explica que faces tipográficas para uso em texto apresentam tanta variação formal quanto aquelas usadas em títulos (*display*). Particularidades formais em fontes de texto nem sempre são notadas, pois costuma-se ver os tipos em tamanhos pequenos mas, mesmo que os leitores não percebam “conscientemente as distintas características de um tipo para texto, eles podem ser afetados por elas”. Dessa maneira, para o autor, os tipos “devem ser escolhidos a partir de sua harmonia com o texto” (*idem*, 2004, p. 117).

Uma das diferenças mais perceptíveis em faces tipográficas são seus níveis de força e delicadeza. Alguns tipos são definitivamente fortes e robustos, outros são claramente leves e delicados, alguns estão no meio termo. Embora aqui, como em outras classificações de caráter, podem existir diferenças de opinião, é razoavelmente seguro dizer que quase todo mundo consideraria as fontes Caledônia, Times Roman e Monticello relativamente fortes; Granjon, Weiss, e Bodoni book, relativamente deli-

casas. Mas, em todos os casos, a sensação transmitida pelo tipo depende em parte da forma como é usado (LEE, 2004, p. 117).

Marshall Lee acredita que certas características formais são capazes de conotar personalidades tipográficas:

Tipos, assim como os rostos de pessoas, possuem características distintas que indicam aspectos do caráter, além de apenas força e delicadeza. Alguns atributos são bastante pronunciados, outros são mais sutis e sujeitos à interpretação pessoal (LEE, 2004, p. 117).

Lee cria uma lista de fontes de uso relativamente comum para composição de textos com suas respectivas características: Baskerville, clássica e elegante; Janson, arredondada e acolhedora; Granjon, arredondada, acolhedora e graciosa; Caledonia, limpa, firme, corporativa; Times Roman, rígida, fria e formal; Electra, leve, descolada e eficiente; Fairfield, imprecisa; Bodoni, dramática; Waverly, arredondada e descolada.

Para Lee (2004, p. 118) é mais importante considerar as características formais de uma fonte, ou seja, sua expressividade ou personalidade formal (e suas possíveis conotações) do que trabalhar de forma historicamente alusiva: “É o caráter do tipo, não sua história, que afeta o leitor”.

Tipografia alusiva e interpretativa

A abordagem alusiva refere-se especialmente a correspondência histórica entre algum tema do texto e a tipografia. Essa abordagem relaciona-se especialmente ao resgate histórico da impressão, que se iniciou no século XIX, por tipógrafos ingleses como William Pickering. De acordo com Lommen (2012, p. 274):

Por volta de 1840, ingleses amantes da tipografia começaram a trazer de volta para o uso alguns materiais originais de William Caslon, fundador de tipos do século XVIII, e gostaram de usar esses elementos historicamente alusivos em designs tipográficos.

Essa abordagem ganhou força, sendo praticada por integrantes do chamado Movimento da Imprensa Particular, como William Morris no final do século XIX e por tipógrafos e impressores do início do século XX, que imprimiam livros em tiragens limitadas tanto na Europa quanto nos Estados Unidos.

Stanley Morison e Kennet Day (1963, p. 7) observam que:

Na Inglaterra e nos Estados Unidos, há uma geração o estilo usual no negócio da impressão era mais eclético e retrospectivo que atualmente. A tendência na Inglaterra e nos EUA de fazer a tipografia de livros “coleccionáveis” e “alusivos” tornou-se frequente durante o último meio século. Um autor do século 16 e 17 ou do 18 era composto com tipos e decorações

similares às encontradas nas edições originais. A fórmula era que esses trabalhos fossem interpretados de maneira mais apropriada ao se recorrer a materiais do período, que criam uma atmosfera de concordância. Embora esse esforço pela alusão histórica às vezes não consiga agradar, e os teóricos da tipografia, com certa justiça, possam considerá-lo estéril como uma fórmula de design, não há dúvida de que a inspiração no “período” produziu inúmeros volumes que um colecionador que conhece e ama os livros adora possuir.

Daniel Berkeley Updike (*in* PETERSON, 2002, p. 42), importante tipógrafo e designer americano do início do século XX, era conhecido por suas práticas “alusivas” e explica no ensaio *The Essentials of a Well-Made Book*, de 1940, que embora a “invenção” da tipografia alusiva tenha sido atribuída a ele, esta é uma prática antiga, já que a tipografia gótica é há muito tempo associada a textos sagrados e jurídicos, e a tipografia romana à literatura e a outros textos “profanos”. Updike apresenta como exemplo de praticantes dessa abordagem os impressores Pickering, Wittingham, no século XIX, e Bruce Rogers e Francis Meynell da Nonesuch Press, no início do século XX.

A tipografia alusiva teve bastante destaque nas décadas de 1920 e 1930, nos Estados Unidos e Europa. Essas décadas no campo do design editorial, especialmente nos Estados Unidos, foram marcadas pela produção de livros clássicos e ilustrados, em tiragens limitadas, impressos com materiais nobres e cuidadosamente projetados por designers de renome como Bruce Rogers e D. B Updike. O trabalho desses designers se destaca pela abordagem alusiva, ou seja, esses designers baseavam suas escolhas tipográficas em sua adequação e relevância histórica com o conteúdo textual.

A abordagem alusiva, como explica Megan Benton (2000, p. 92-93), não se restringe apenas à escolha tipográfica, mas a outros elementos e materiais do livro:

Este termo de arte se referia à composição tipográfica de um livro que se baseia no estilo do local e período em que o texto foi originalmente escrito. Dessa maneira, tomam-se por referência tipos, regras, ornamentos, convenções de layouts e estilos de ilustração, comuns nessa época e nesse local. A tipografia alusiva também buscava ser fiel à gênese do texto através de decisões que envolvem a escolha do papel, cor da tinta, formato, encadernação e até mesmo os métodos de produção.

Ainda segundo Benton (2000), a tipografia alusiva também foi alvo de críticas, uma vez que, voltando-se ao passado, era difícil desenvolver um estilo propriamente contemporâneo, isto é, do início do século XX. Benton lembra também que a tipografia alusiva era acusada por alguns como uma “epidemia de roubo” e que a tipografia, também conhecida por “*period typography*”, podia ser “tediosa como um móvel antigo”.

Além da abordagem alusiva, outra abordagem semelhante é a interpretativa, que, conforme definição de Benton, refere-se à interpretação gráfica de um texto por um designer. Benton (2000, p. 102-103) explica que:

“Se o designer alusivo funcionava como um designer cenográfico, na interpretação tipográfica o designer torna-se o centro da performance, a estrela do show”, e que a escolha da tipografia tem um papel fundamental na abordagem do design interpretativo:

A tipografia é a principal ferramenta expressiva para o designer. Cada tipo de letra oferece uma mistura única de associações históricas e culturais, bem como as características visuais de cor ou qualidade de traço (firme, bold, vigoroso, delicado, frágil e assim por diante). Designers habilidosos desenvolveram sensibilidades aguçadas relativas a estas qualidades tipográficas (*idem*, 2000, p. 105).

Joseph Blumenthal, impressor e tipógrafo de livros de edições limitadas, explica que em um dos livros que projetou procurou escolher uma fonte que estabelecesse uma relação formal entre as ilustrações em xilografia e o texto. Ele explica que “essa abordagem seria chamada alusiva” (BLUMENTHAL, 1982, p. 16) ou seja, a partir dessa afirmação percebe-se que a alusão vai além da questão histórica e pode ser uma estratégia em que se procura estabelecer relações entre a tipografia e as linguagens verbal e visual (no caso ilustrações). Mesmo que Blumenthal use o termo alusivo em relação a estabelecer relações entre outras linguagens (ilustração e tipografia), devido à conotação histórica, talvez uma expressão melhor seria a abordagem interpretativa ou associativa, ou mesmo de coerência formal entre elementos gráficos do objeto livro.

Cal Swann (1991:55) trabalha com ideias similares às da tipografia alusiva, porém substitui esse termo por conotação. Para o autor os leitores podem, em alguns casos, associar a forma de alguns tipos às suas origens históricas e geográficas, como Baskerville e Bell, que remetem à Inglaterra; góticos que remetem à Alemanha e tipos modernos como Bodoni, que se relacionam com a Itália. Swann usa como argumento texto de Emil Ruder em que ele explica que vários centros europeus, ao se separarem, começaram a imprimir suas línguas nacionais com famílias tipográficas produzidas na região:

O desenvolvimento de fontes nacionais está intimamente ligado às diferenças entre as línguas daquele país. Garamond está intimamente associada com a língua francesa, Caslon com a língua inglesa e Bodoni com o italiano. Se um deles é usado para uma língua estrangeira, pode perder seu efeito. (RUDER, 1996: 44)

Além da questão geográfica, Ruder aponta para as diferenças entre as línguas, suas especificidades e, por conseguinte, suas diferenças visuais na página impressa (textura). Ele explica que apenas algumas fontes podem ser utilizadas em ampla variedade de línguas, como Meridien e Univers, ambas desenhadas por Adrian Frutiger. Sabe-se que Ruder, professor da Escola de Design de Basileia, na Suíça, foi um dos mentores do “estilo internacional”, que clamava por designs objetivos, neutros, atem-

1 Thoreau's "Cape Cod": A problem in Book Design as solved by Rudolph Ruzicka, Helen Gentry, D. B. Updike, William A. Kittredge. *A Keepsake of The American of Graphic Arts*.

2 American Institute of Graphic Arts

3 Cape Cod, de Henry David Thoreau, descreve uma região praiana no Estado de Massachusetts, na costa leste dos Estados Unidos. O capítulo inicial, "Shipwreck", apresentado no projeto das quatro versões, apresenta o local, a etimologia do nome do local (em que o capitão Bartholomew Gosnold encontrou bacalhau na região em 1602) e o desastroso acidente com uma embarcação, que teve como consequência inúmeras mortes.

porais e "internacionais", que pudessem romper barreiras nacionais. Ruder, dessa forma, em vez de defender a tipografia alusiva, defendia uma tipografia neutra, funcional e atemporal.

Estudo de caso: 4 propostas para a AIGA

Para mostrar que alterações na escolha dos tipos modificam a percepção da página impressa de um livro, utilizaremos como exemplo o panfleto de número 67¹, publicado em 1940 pela Associação dos Designers Gráficos Americanos, a AIGA², que apresenta diferentes soluções de design para um mesmo texto em prosa criadas por quatro designers: Rudolph Ruzicka, Helen Gentry, Daniel Berkeley Updike e William A. Kittredge. O texto escolhido foi um relato de viagem de Henry David Thoreau intitulado *Cape Cod*³, que trata da jornada do autor no Estado de Massachusetts. Cada designer criou uma página de rosto, uma abertura de capítulo e uma página de texto. No folheto, além dos leiautes, foram apresentadas as justificativas de projeto redigidas por cada designer.

O primeiro leiaute foi criado por Rudolph Ruzicka (figura 1), que escolheu para o texto a fonte Fairfield de sua própria autoria. A composição do texto foi feita em tipos de corpo 12 e entrelinha de 14 pontos, com alinhamento justificado. A mancha de texto possui 31 linhas e, na largura, comporta uma média de 63 caracteres por linha. Os títulos correntes foram compostos em maiúsculas de corpo de 12 pontos espaçadas e o fólio foi recuado da mancha de texto em 1 cm. A mancha gráfica do texto é arejada, devido à própria leveza dos caracteres da Fairfield, que apresentam pouco contraste entre traços grossos e finos e relativamente baixa "altura x".

O segundo projeto é de autoria de Helen Gentry, da Gentry Press (figura 2). A designer explica que escolheu a fonte Bembo para o projeto por não ser nem "seca" nem "barulhenta".

Na página de rosto, o título foi composto em Bembo, no entanto a tipografia, de classe garalde (Bembo), em tamanho *display*, ou seja, para título, apresenta muitas irregularidades de desenho. O texto foi composto em Bembo também com corpo e entrelinha de 11/13 pontos. A mancha gráfica possui 35 linhas de texto, com rendimento médio de 58 caracteres por linha.

A terceira proposta foi projetada por Daniel Berkeley Updike, na The Merrymount Press, em Boston (figura 3). Para as páginas de texto foi utilizado o tipo Bulmer, composto em corpo 10 e entrelinha de 14 pontos com 27 linhas com um rendimento médio de 55 caracteres por linha. Como o tipo Bulmer é mais escuro (mais denso e contrastado que os tipos usados nas duas propostas anteriores), é provável que o designer tenha utilizado uma entrelinha maior para compensar a tonalidade da mancha gráfica.

A última proposta deste panfleto é de William A. Kittredge, da Lakeside Press, uma divisão de livros especiais da editora R.R Donnelley & Sons Company, em Chicago (figura 4). Kittredge explica que:

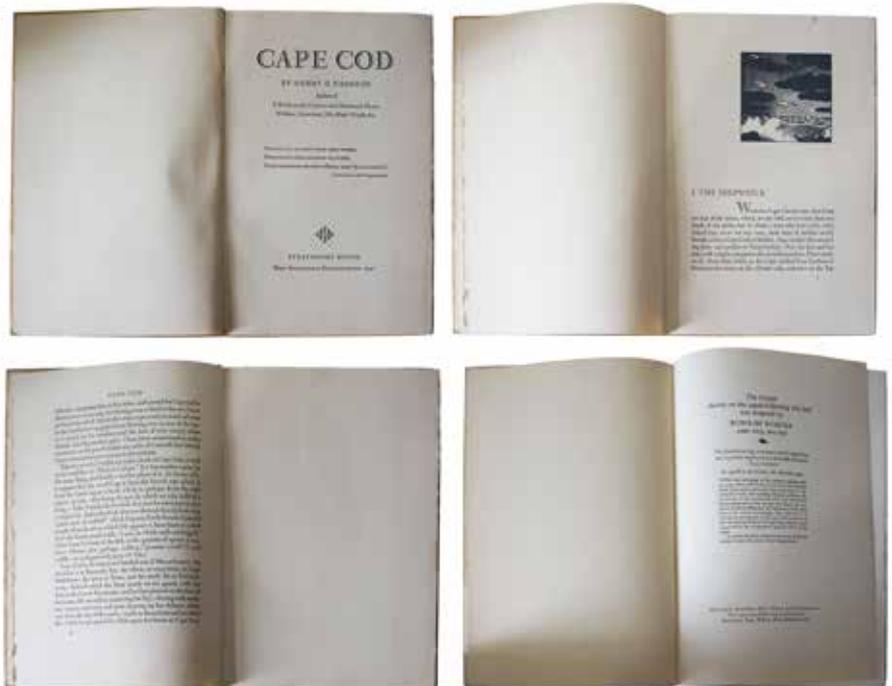


Figura 1 Proposta de design de Rudolph Ruzicka para Cape Cod. Dimensões do original: 15,5 x 23 cm.

Fonte Da autora.

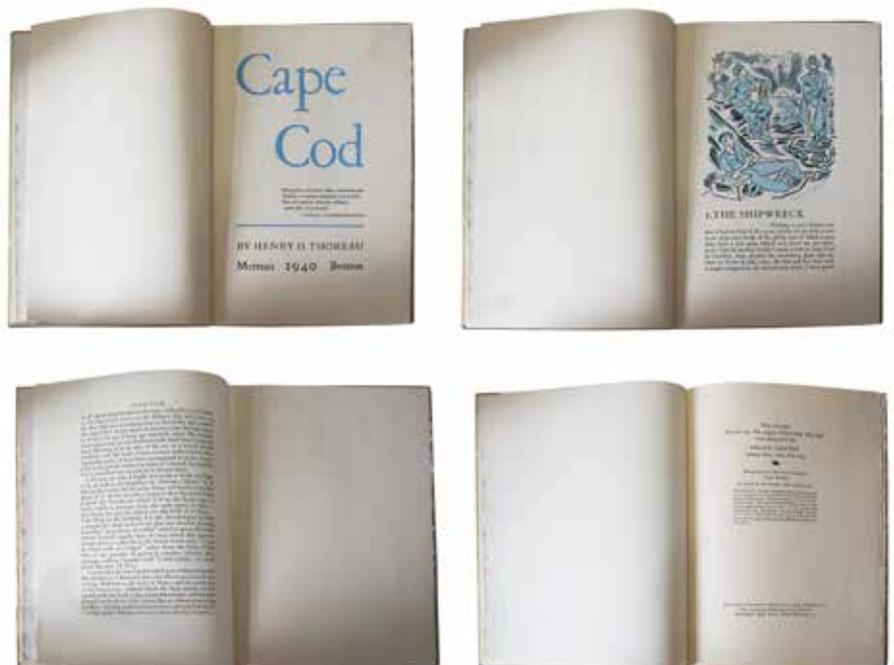


Figura 2 Proposta de design de Helen Gentry para Cape Cod. Dimensões do original: 15,5 x 23 cm.

Fonte Da autora.

Ao conceber este volume de “Cape Cod” de Henry D. Thoreau, tentei imaginar um livro impresso em tipo claro impresso em preto sobre um reluzente papel branco (...). Se o livro é convencional na forma, é porque o designer quis interpretar com maior clareza os pensamentos do escritor sem se distrair com ‘truques tipográficos’.

As páginas de texto foram projetadas de acordo com as seguintes características: o texto foi composto em Scotch Roman em corpo 12 e entrelinha de 16 pontos. As entrelinhas e margens generosas provavelmente foram escolhidas para equilibrar a densidade do peso do tipo, que também apresenta contraste acentuado entre traços finos e grossos, por ser de classe moderna.

É possível perceber nesse panfleto como cada solução é uma interpretação do designer sobre o texto. Ruzicka e Gentry escolheram tipos para a composição do corpo do texto mais leves e Updike e Kittredge, tipos mais pesados, mais contrastados e expressivos, talvez para conotar certa tensão e peso e, além disso, há certa alusão histórica ao período em que o texto foi escrito, já que esses tipos são uma criação do século XIX e, apesar de Kittredge e Updike terem escolhido esses tipos mais pesados, eles compensaram usando entrelinha maior para facilitar a legibilidade⁴.

⁴ Bringhurst (2006, p. 45) assinala que tipos mais pesados requerem mais entrelinha: “Fontes como a Bauer Bodoni, com cor forte e eixo vertical rígido, precisam de muito mais entrelinha do que fontes como a Bembo, em que a cor é clara e o eixo se baseia na escrita manual”.

⁵ D. B. Updike foi o único designer convidado pela AIGA que criou um projeto com dimensões menores que os demais, tendo formato próximo ao de um livro de bolso.

Esses exemplos criados para o folheto da AIGA mostram a preocupação dessa Associação em promover o design editorial na época e, ao selecionarem quatro reconhecidos designers para criarem quatro projetos gráficos diferentes de páginas de um livro em prosa, de certa forma apontam que podem existir diversas possibilidades de leiaute para o mesmo texto e que a simples mudança da fonte é uma mudança estética substancial, pois os diferentes desenhos desses tipos podem transmitir mensagens diversas. Os designers podem ter escolhido a tipografia e os demais elementos gráficos de forma a criar uma atmosfera para o texto. Ou como no caso de Daniel Berkeley Updike, que em seu texto sobre o conceito criativo explicou que preferia um modelo compacto, funcional⁵ e que não atrapalharia a leitura, porém a fonte que ele escolheu é bastante densa se comparada às demais, o que por consequência gerou uma página mais pesada, que poderia ou não remeter à densidade do texto, especialmente sobre o início, que trata de um naufrágio. Mesmo que as páginas de texto sejam parecidas e não tenham muita ornamentação, se comparadas às páginas de abertura ou às de rosto, a escolha da tipografia, a composição da mancha das quatro edições têm densidades, tons e pesos diferentes. Assim, mesmo alterações aparentemente “sutis” podem ter algum impacto, especialmente quando as quatro edições são comparadas.

Não se pode saber qual era a real intenção do designer na escolha da tipografia, mas se o conteúdo é o mesmo, sua “entonação” visual é diferente, assim como diferentes atores ou diretores teatrais dão diferentes interpretações ao mesmo texto.

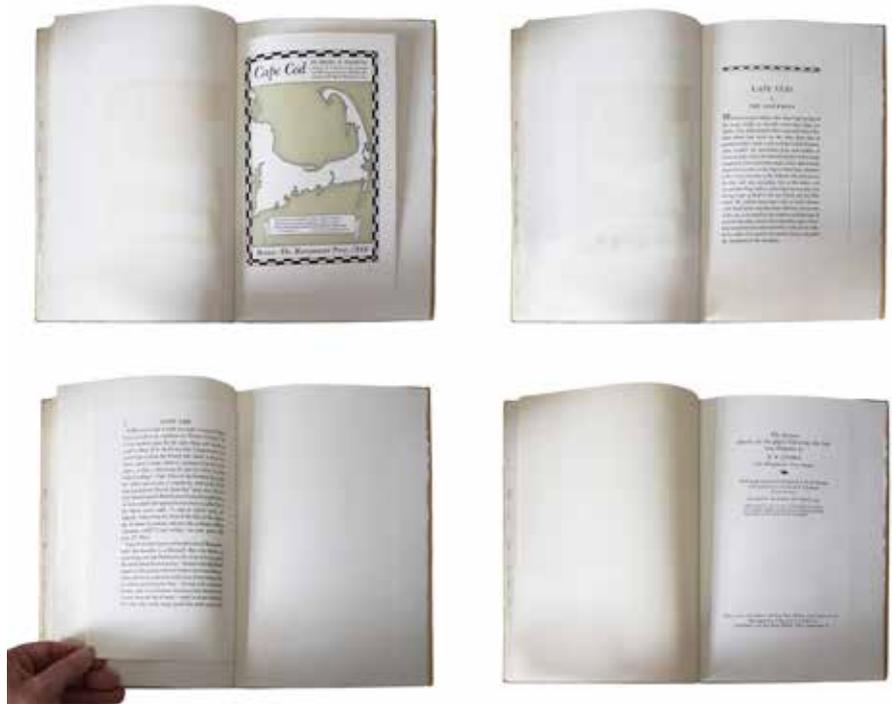


Figura 3 Proposta de design de Helen Gentry para Cape Cod. Dimensões do original: 12,7 x 19,4 cm.

Fonte Da autora.

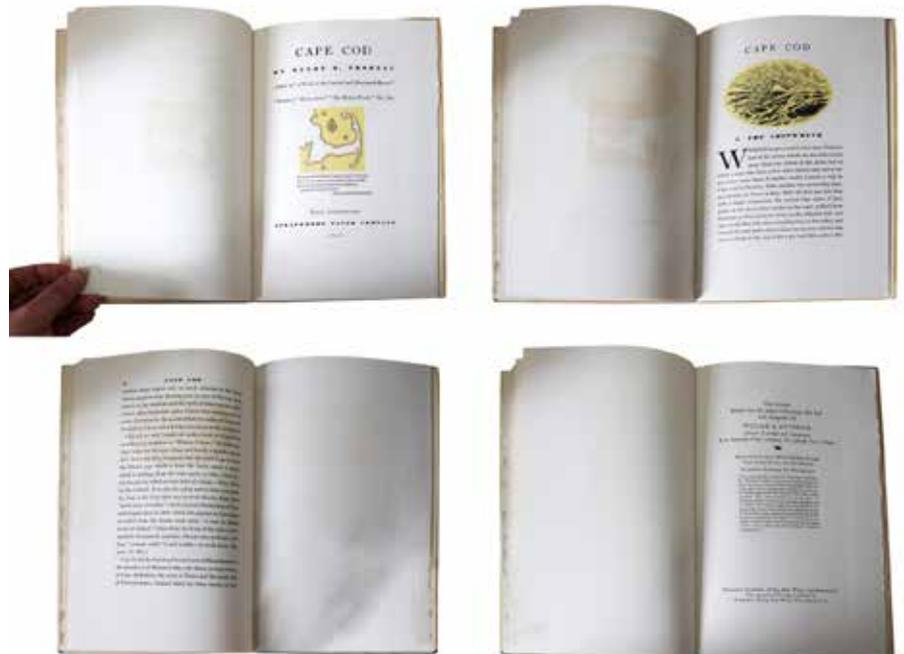


Figura 4 Proposta de design de William A. Kittredge para Cape Cod. Dimensões do original: 15,5 x 23 cm.

Fonte Da autora.

A defesa contemporânea de abordagens alusivas ou atmosféricas

Como visto nas seções anteriores, as abordagens alusivas ou de valor atmosférico tiveram grande importância especialmente nas primeiras décadas do século XX, pois muito se escreveu sobre esses temas na época. No entanto, talvez por própria necessidade da produção editorial em larga escala, abordagens alusivas são menos frequentes do que abordagens funcionais. Mesmo assim, há ainda hoje os que defendem práticas que levem em consideração aspectos formais e conceituais da tipografia como forma de enriquecer a experiência da leitura.

Para Williamson (1985, p. 104), aspectos estéticos e “valores atmosféricos” influenciam a escolha tipográfica:

(...) O caráter, a origem ou a ‘atmosfera’ de uma série pode exercer uma influência sutil sobre a seleção. Sejam as letras delicadas ou robustas na aparência pode ser óbvio o suficiente; há características menos óbvias de detalhe, que podem ser percebidas, mas dificilmente descritas sem o recurso a uma extravagância de linguagem. Num sentido limitado, o caráter de uma série pode ser derivado de sua origem; para um texto relativo a um período ou a um país, um design de tipo desse lugar ou dessa época pode ser uma escolha particularmente adequada. Uma escolha alusiva como essa deve, porém, ser ponderada ante considerações práticas.

Andrew Haslam (2007) também defende uma abordagem que contemple toda a complexidade do produto editorial como exemplificado abaixo:

Quando se escolhe um tipo de letra para determinado livro, muitas questões influenciam a decisão do designer, incluindo o conteúdo, sua origem, o período em que foi escrito, seus antecedentes históricos, seu público leitor, a possibilidade de sua publicação em outras línguas, as questões práticas de legibilidade, a variedade de pesos, versaletes ou frações disponíveis na fonte, além dos custos de produção estimados. (HASLAM, 2007, p. 92)

Sutton e Bartram (1999, p. 7) acreditam que a tipografia pode transmitir o tom da voz do autor, mas que deve ao mesmo tempo ser clara e legível, ou seja, a composição deve ser funcional mas deve expressar ligeiramente a personalidade do texto.

Hochuli e Kinross (2007, p. 46) promovem uma abordagem historicamente alusiva: “qual tipografia para cada livro? Um tipo contemporâneo para literatura? Caslon para Dr. Johnson? Walbaum para Goethe? E para Homero, Dante, Henry James?”. Porém, como se pode observar na passagem a seguir, não se pode depender apenas da escolha do tipo, mas de questões que abrangem todo o projeto e a composição da página:

Cada tipografia interpreta o texto, mas a tipografia sozinha não faz nada. Os tipos manifestam-se meramente como formas de letras. O tamanho do tipo, a largura da linha, a entrelinha, a profundidade da coluna, a posição da área do texto na página, a tinta, o uso da cor e a qualidade do papel, materiais de encadernação; a presença física do livro, sua rigidez ou flexibilidade: todos esses elementos contribuem para dar sua impressão. (HOCHULI e KINROSS, 2007, p. 46)

Baines e Haslam (2005, p. 125) explicam que tipos podem ser escolhidos por motivos históricos, por exemplo, “enquanto um romance que se passa na Itália Renascentista ou no século XVIII na Inglaterra pode se beneficiar pelo uso de Bembo, ou Baskerville, respectivamente” mas que esse não deve ser o principal argumento para justificar seu uso em um projeto de livro:

O que importa é que o texto seja passível de leitura e atraente para seu público desejado hoje. Um conhecimento abrangente de história – da arquitetura e social, bem como da tipográfica – é um auxílio útil no processo de design, mas isso não deve se tornar uma camisa de força.

A partir do exposto acima, verifica-se que muitos autores concordam que a escolha do tipo pode ser usada para conotar certas ideias em relação a determinado texto, porém não se pode ignorar questões práticas. Há inúmeras fontes disponíveis para composição de textos, como já foi exposto, e cada uma delas apresenta particularidades tanto históricas quanto formais que, de forma explícita ou implícita, podem contribuir na construção de significado ou criar certa “atmosfera”. Mesmo que muitas vezes o leitor não perceba diferenças entre fontes, talvez possa ter uma experiência agradável com um leiaute bem feito, com uma página bem composta e impressa e talvez possa perceber ou estabelecer alguma relação dos elementos tipográficos e gráficos com o tema da obra.

Há projetos gráficos, porém, em que essa relação entre tipografia e conteúdo verbal em vez de sutil é um pouco mais óbvia. Pode-se usar como exemplo em que a tipografia atua como elemento expressivo e apresenta uma forte relação com o tema da obra, duas edições de *Bartleby, o escrivão*, de Herman Melville.

Estudo de Caso: duas edições de *Bartleby, o escrivão*

Nesta seção serão apresentadas duas edições de *Bartleby, o escrivão*, em que a tipografia atua como elemento chave do projeto e mantém relações com o conteúdo literário.

Bartleby, the Scrivener, publicado em 1995 pela Indulgence Press e projetado por Wilber H. “Chip” Schilling (figura 5), é uma edição especial e limitada com tiragem de apenas 100 exemplares. A fonte utilizada para a composição do texto (impressa em tipografia em metal – *letterpress*) foi a Bulmer, criada em 1928 pelo americano Morris Fuller Benton.

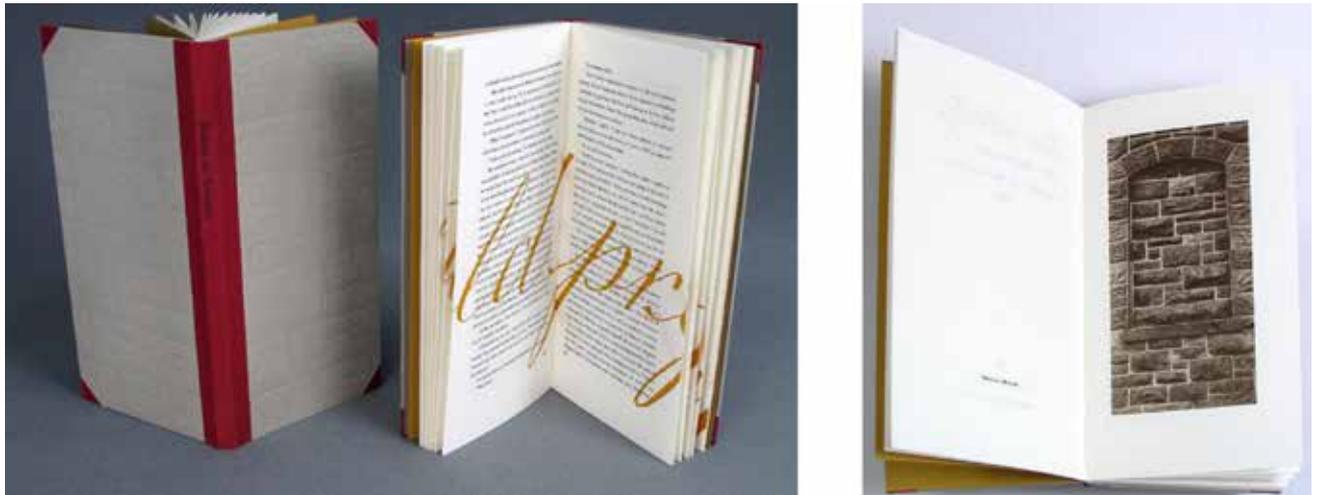


Figura 5 . Capa e páginas de *Bartleby*, da Indulgence Press. Dimensões do original: 15,2 x 30,4 cm.
Fonte Imagens do site da casa publicadora.



Figura 6 Capa e miolo de *Bartleby, o Escrivão*, publicado pela Cosac Naify em 2005. Imagens fornecidas pela editora. Dimensões do original: 16,7 x 23 cm.
Fonte Fotografia de Nino Andrés.

Nas páginas do livro há uma interferência caligráfica de Suzanne Moore que se sobrepõe ao texto. Há nesse projeto duas vozes tipográficas: a do advogado composta em Bulmer e a de Bartleby, caligráfica, e esta última acompanha a progressão do personagem na trama. À medida que Bartleby se torna mais inativo, a caligrafia torna-se cada vez mais ilegível pela escala das palavras (já que, ampliada, ela funciona mais como textura que como texto).

Muitos dos elementos utilizados por Schilling citam graficamente o conteúdo do texto e em especial a frase-chave do livro, “*I would prefer not to*” (Eu acho melhor não)⁶, em letra cursiva, que remete ao ofício de escrivão.

⁶ Tradução do termo na edição da Cosac Naify de 2005. Outra tradução possível seria “preferiria não fazer”.

Na edição de *Bartleby, o escrivão* publicada pela editora brasileira Cosac Naify e projetada por Elaine Ramos (figura 6), as escolhas tipográficas tanto da capa quanto do miolo apresentam uma interpretação tipográfica do conteúdo verbal.

Na capa do livro, a composição dos elementos textuais remete a composições tipográficas do século XIX, em que se costumava misturar diversas fontes num mesmo bloco de texto.

Para as páginas de texto, a escolha da família tipográfica Goudy OldStyle faz referência à localização geográfica: a história se passa nos Estados Unidos, o autor também é norte-americano, e a família Goudy foi desenvolvida no país pelo tipógrafo de mesma nacionalidade. O texto de *Bartleby* é composto em itálico, como uma referência à escrita cursiva e ao ofício do escrivão. É importante notar que a composição de textos em tipos itálicos (toda a mancha e não apenas ênfases no meio do texto) remete à criação dos primeiros itálicos tipográficos, cujos desenhos são inspirados na escrita cursiva criados por Francesco Griffo para Aldo Manuzio em Veneza na primeira década do século XVI com o intuito de serem utilizados para composição de livros portáteis.

Considerações Finais

A partir dessa breve apresentação de ideias relativas a uma abordagem tipográfica interpretativa e alusiva, e de alguns estudos de caso, percebe-se que isso pode ser interessante como forma de enriquecer o campo do design editorial e a experiência de leitura. A partir dos dois estudos de caso apresentados, nota-se que as relações que se estabelecem entre texto e tipografia podem ser mais sutis ou evidentes, mas em ambos os casos mostram que diferentes projetos, diferentes escolhas tipográficas podem dar diferentes vozes e “atmosferas” ao texto impresso. No entanto, todos os exemplos apresentados são do ponto de vista técnico e funcional bem feitos, ou seja, cumprem eficazmente o papel da leitura. Dessa maneira, pode-se concluir, tanto a partir dos estudos de caso quanto a partir deste panorama teórico, que a alusão, atmosfera ou interpretação não pode se sobrepor à função da leitura, ou seja, por mais que uma abordagem interpretativa seja rica em termos de design, ela não deve excluir a função da leitura, já que “Livros são feitos para serem lidos”, conforme escreveu Eric Gill. Ademais, o design do livro em prosa tem muito a ganhar se for tratado de forma específica e individual, e não de forma padronizada como se acostumou a fazer nos últimos anos. Textos específicos beneficiam-se de uma escolha tipográfica personalizada e adequada a eles.

Referências

BAINES, Phil. HASLAM, Andrew. **Type & Typography**. New York: Watson-Guption Publications, 2005.

BENTON, Megan L. **Beauty and the Book: Fine editions and cultural distinction in America**. New Haven & London: Yale University Press, 2000.

- BLUMENTHAL, Joseph. **Typographic Years: A printer's journey through a half century 1925-1975**. New York: Frederic C. Beil, 1982.
- FARIAS, Priscila. **Tipografia Digital: O impacto das novas tecnologias**. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.
- FERREIRA, Danilo Pegorara. **Análise de fontes utilizadas no mercado editorial Brasileiro entre 2006 e 2007**. Trabalho de Conclusão de Curso do Centro Universitário Senac: 2007.
- HASLAM, Andrew. **O livro e o Designer II: Como criar e produzir livros**. Tradução Juliana A. Saad e Sérgio Rossi Filho. São Paulo: Rosari, 2007.
- HENDEL, Richard. **Aspects of Contemporary Book Design**. Iowa City: University of Iowa Press, 2013.
- HOCHULL, Jost. KINROSS, Robin. **Designing Books: practice and Theory**. London: Hyphen Press, 2007.
- LEE, Marshal. **Bookmaking: Editing, Design, Production**. Third Edition. New York, W.W. Norton & Company: 2004
- LOMMEN, Mathieu et all. **The book of books: 500 years of graphic innovation**. London: Thames & Hudson, 2012.
- MELVILLE, Herman. **Bartleby, o escrivão**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- MORISON, Stanley. DAY, Kenneth. **The Typographic Book: 1450-1935**. Chicago, The University of Chicago Press: 1963.
- OVINK, G. W. **Legibility, Atmosphere-Value and Forms of Printing Types**. Leiden: A. W. Sijthoff's Uitgeversma Atschappij N.V, 1938
- PETERSON, William S. **The Well-Made Book: Essays & Lectures by Daniel Berkeley Updike**. New York: Mark Batty Publisher, 2002.
- ROCHA, Cláudio. **Projeto Tipográfico: Análise e produção de fontes digitais**. São Paulo: Rosari, 2003.
- RUDER, Emil. **Typography: a manual of design**. Verlag: Verlag Niggli AG, 1996.
- SPENCER, Herbert. **The visible word**. London: Lund Humphries, 1969.
- SUTTON, James. BARTRAM, Alan. **Typefaces for books**. New York: New Amsterdam books, 1999.
- SWANN, Cal. **Language and Typography**. London: Lund Humphries Publishers: 1991.