



### **Anatomia Tipográfica**



O termo TIPO é o desenho de uma determinada família de letras como por exemplo: verdana, futura, arial, etc.





#### **Anatomia Tipográfica**



**Linha da ascendente**: Delimita as letras que ultrapassam a altura de x, inclusive a caixa alta, quando houver;

Linha da caixa alta: É a distância entre a linha base e o topo do caractere de caixa alta;

Altura de x: É a altura das letras de caixa baixa;

Linha base: Linha imaginária onde se a letra é apoiada;

Linha da descendente: Linha que delimitam as letras que ultrapassam a linha de base. Ex. Letra p e g;

**Haste**: Traço principal da letra que caracteriza a essência de sua forma; **Serifa**: São traços que formam o acabamento nos terminais das letras.



#### **Anatomia Tipográfica**

## **ABCabc**

As letras em maiúscula são denominadas caixa alta, e as minúsculas, caixa baixa.
O tamanho dos tipos é denominado corpo do texto. O corpo é medido em pontos (pt).



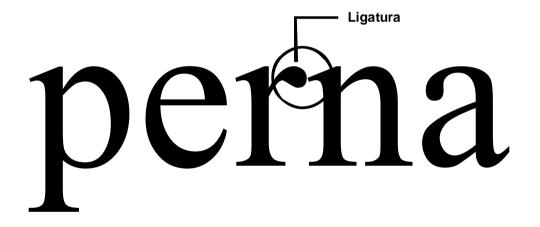
#### Principais características



Fonte é o conjunto completo de caracteres sob o mesmo estilo/tipo e em todos os corpos: caixa alta e baixa, sinais de pontuação, acentos e numerais.



#### Principais características



**Ligatura**: é a junção ocasionada em algumas letras, pela união das serifas.



#### Principais características

# Design Design

**Tracking**: É o nome dado ao ajuste de espaçamento entre os caracteres. Como no exemplo abaixo, podemos aumentar ou diminuir o tracking para distribuir melhor o texto na diagramação, como um recurso estético, ou melhorar a legibilidade.



**SERIFA** 



#### Família Romana



Família Sem serifa



Família Manuscrita



Família Decorativa

Família Egípcia



#### Classificação dos tipos

Família de tipos: são todas as variações de fontes classificadas em um mesmo estilo. Uma mesma fonte pode receber variações como bold, médium, extrabold, condensed etc.



#### **Alinhamentos**

Em algumas listas de discussão brasileiras sobre webwriting e arquitetura da informação, há quem defenda uma definição ainda mais aberta que as anteriores: conteúdo seria literalmente tudo o que está contido em uma página de web - texto e elementos gráficos. Entretanto, é preciso restringir o alcance dessa definição por uma questão de praticidade.

Alinhamento à esquerda

Em algumas listas de discussão brasileiras sobre webwriting e arquitetura da informação, há quem defenda uma definição ainda mais aberta que as anteriores: conteúdo seria literalmente tudo o que está contido em uma página de webtexto e elementos gráficos. Entretanto, é preciso restringir o alcance dessa definição por uma questão de praticidade.

Alinhamento à direita

Em algumas listas de discussão brasileiras sobre webwriting e arquitetura da informação, há quem defenda uma definição ainda mais aberta que as anteriores: conteúdo seria literalmente tudo o que está contido em uma página de webtexto e elementos gráficos. Entretanto, é preciso restringir o alcance dessa definição por uma questão de praticidade.

Alinhamento centralizado

Em algumas listas de discussão brasileiras sobre webwriting e arquitetura da informação, há quem defenda uma definição ainda mais aberta que as anteriores: conteúdo seria literalmente tudo o que está contido em uma página de web-texto e elementos gráficos. Entretanto, é preciso restringir o alcance dessa definição por uma questão de praticidade.

Alinhamento justificado





#### msn<sup>M</sup> Desca ▼ Marcador Nopções Pop-ups Permitidos 🔻 🜌 Hotmail Camas . Sofás . Colchões . Poltronas . Travesseiros Promoções Rede de Lojas Fale com a Copel Copel a Empresa FUNDADA EM 03 DE MARÇO DE 1965, PELO SR. ISRAEL SAPIRO (ATÉ HOJE SEU PRESIDENTE) A COPEL INICIA SUAS ATIVIDADES COM UMA LOJA NA AV. LINS DE VASCONCELOS, 160. VOLTADA PARA A REVENDA DE PLÁSTICOS, ESPUMAS E MATERIAIS PARA TAPECEIROS. TENDO SUA PRIMEIRA DENOMINAÇÃO COMO: COMÉRCIO DE PLÁSTICOS E ESPUMAS LTDA. SUA IDENTIFICAÇÃO COM O MERCADO DE COLCHÕES COMEÇOU QUANDO OS FABRICANTES DE ESPUMA INICIARAM A PRODUÇÃO DE COLCHÕES E TRAVESSEIROS. A VOCAÇÃO EXPANSIONISTA MANTEVE A EMPRESA DESDE OS SEUS PRIMEIROS DIAS EM PERMANENTE CLIMA DE DESENVOLVIMENTO. ATUALMENTE A COPEL É A MAIOR REDE VAREJISTA DE COLCHÕES DO BRASIL CONTANDO COM VÁRIAS LOJAS EM SÃO PAULO / INTERIOR E UM

#### **Aplicações**

**Dica**: Devemos evitar o uso de textos extensos em caixa alta.

Observe no exemplo como o projeto fica pesado visualmente e desinteressa a leitura.





#### **Aplicações**



**Dica**: linhas muito extensas de texto, também devem ser evitadas, com o intuito de não causar o desinteresse.





#### msn<sup>M</sup> 🔎 Busca 🔻 🥒 Marcador Opções Pop-ups Permitidos 🔻 🕍 Hotmail Norton RHODIA.COM Rhodia CHALLENGING BOUNDARIES Brasil LINKS FALE CONOSCO MAPA DO SITE RHODIA NO MUNDO Nosso Compromisso Grupo Rhodia Challenging Boundaries └□ O Espírito Rhodia Inovação Rhodia no Mundo RHODIA NO BRASIL A Rhodia é uma empresa jovem, cujo objetivo é promover o progresso contínuo e impulsionar Rhodia no Brasil mudanças aceleradas. Todos os dias, as equipes da Rhodia aplicam seus talentos e História energia, para transformar as iniciativas de nossos diferentes negócios em realizações Mapa de Localização Endereços concretas. Recursos Humanos Visando a incentivar o trabalho em equipe e a promover o valor das histórias de sucesso, a Nosso Compromisso Rhodia lançou os troféus "O Espírito Rhodia". Os troféus reconhecem anualmente os 12 > 0 Espírito Rhodia melhores projetos no mundo, que exemplifiquem os três princípios de "O Espírito Rhodia": Desenvolvimento Sustentável NEGÓCIOS, PRODUTOS & SERVIÇOS Conquista Faça Negócios com a Rhodia Inovar, acreditar, criar valor para dominar seu futuro. Contatos Comerciais · Constituir equipes responsáveis, autônomas, realistas. NOTÍCIAS, EVENTOS & BIBLIOTECA Desenvolver trunfos estratégicos face à concorrência: ser ofensivo, rapidez, Notícias & Eventos antecipação. Biblioteca Adquirir posições de liderança em cada um dos negócios em que a Rhodia

#### **Aplicações**

Dica: Quando o objetivo for dar destaque a alguns textos ou títulos, uma boa opção é utilizar a mesma fonte escolhida para compor o trabalho, aplicando tamanhos e cores diferentes, caixa alta, ilálico etc. Veja neste exemplo, onde o designer optou por esta solução.

Ser pró-ativo com os clientes e orgulhar-se do sucesso obtido em conjunto.







#### **Aplicações**

**Dica**: Observe sempre o objetivo final do projeto, para adequar a fonte. Todas as fontes tem um valor especial, resta saber se é compatível com o projeto. Aqui, o designer escolheu uma fonte decorativa para aplicar na chamada do anúncio. O resultado foi excelente, mas jamais poderia ser aplicada em uma notícia informando uma tragédia no Japão, por exemplo. O fato é que fontes decorativas sempre remetem um efeito despojado e descontraído.





Indicação: <a href="www.dafont.com">www.dafont.com</a>

www.netfontes.com.br

Bibliografia:

COLLARO, Antonio Celso. Produção Gráfica: Arte e Técnica da Mídia Impressa, Pearson, 2012.

PINHO, J.B., Publicidade e Vendas na Internet, Summus Editorial, 2000.

DAMASCENO, Anielle. Webdesign Teoria & Prática, Visual Books, Florianópolis, 2003.

Williams, Robin. **Design para quem não é designer**, Editora Callis, 2009.

Imagens: detodaforma.blogspot.com

www.displaybrasil.com.br