



# Introdução ao Planejamento Visual

## Tipografia

### Parte 3 — Classificação e Utilização

Versão de 08.11.2012



# Introdução ao Planejamento Visual

## Tipografia

### Parte 3 — Classificação e Utilização

- 1. Classificação**
- 2. Critérios de uso**
- 3. Escolhendo e combinando tipos**



# Classificação

Cada família se subdivide em categorias segundo os pesos de seus traços, combinados com a largura relativa de seus caracteres e as suas variações de inclinação.

Helvetica Neue 25 Ultra Light

Helvetica Neue 35 Thin

Helvetica Neue 45 Light

Helvetica Neue 55 Roman

**Helvetica Neue 65 Medium**

**Helvetica Neue 75 Bold**

**Helvetica Neue 85 Heavy**

**Helvetica Neue 95 Black**

---



Essas categorias variam de família para família. O exemplo mostra as categorias de uma das variações digitais da Helvetica.



# Classificação

Reconhecimento

Observe as variações estruturais dos caracteres; É uma questão que não se ensina, você precisa adquirir com a prática. Alguns caracteres mais comuns para diferenciação mais rápida são:

**G. AMOQRW adegmopy 147**

Helvetica Bold

**G. AMOQRW adegmopy 147**

Arial Bold

# Classificação

Vamos analisar rapidamente algumas famílias de fontes digitais:

1. Venetian 301
2. Garamond
3. Baskerville
4. Bodoni BT
5. Univers ATT
6. Snell BT
7. Benguiat BK

# Classificação



O caractere A (caixa alta) tem três componentes que identificam as famílias:

- ✓ **Ápice** - pontiagudo ou reto
- ✓ **Hastes** - contraste de espessura
- ✓ **Serifa** - triangular, quadrada, inexistente.

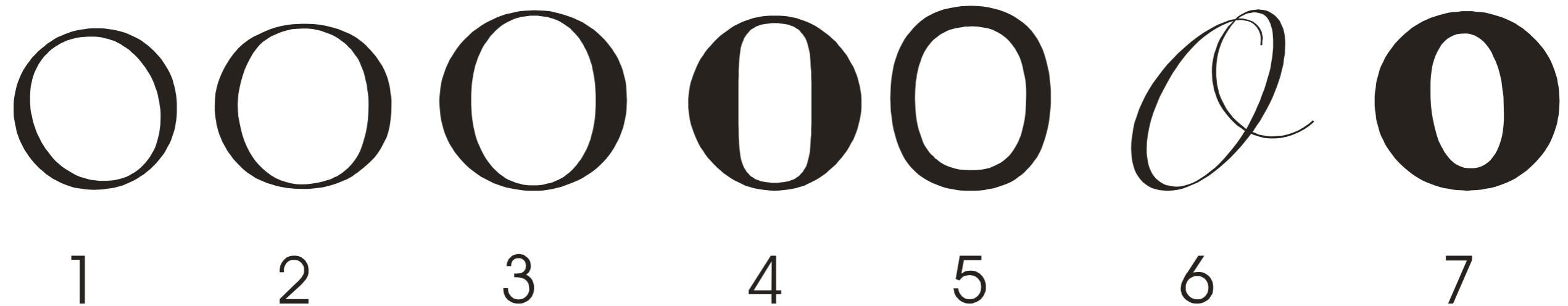
# Classificação



Na letra M é possível perceber o contraste de espessura das hastes e o desenho das serifas.

Além de ser o caracter mais largo do alfabeto, é ele quem determina o padrão de largura adotado pela família.

# Classificação



Na letra O (caixa alta) observa-se a angulação do eixo vertical adotada na família.

Quase todas possuem o eixo reto ou quase reto. A espessura dos traços também é bastante característico.

# Classificação



Na letra a (caixa baixa) observa-se duas configurações: com ou sem gancho superior. Quando não possui o gancho, geralmente a ênfase do desenho recai sobre a barriga.

A adoção ou não do gancho é importante para diferenciar famílias que tem semelhanças entre si.

# Classificação



A letra e (caixa baixa) mostra, através da barra, qual a angulação que foi adotada na família.

É importante observar a dimensão dos ocos e também a abertura, mais aberta ou mais fechada.

# Classificação



Na letra g (caixa baixa) deve-se observar a orelha, que apresenta variações de acordo com o desenho.

A cauda pode ser fechada ou aberta, possuindo também um desenho bem diferenciado de família pra família.

# Classificação



Na letra Q (caixa alta) a cauda é o grande diferencial. Observe que em todas as famílias foram adotadas soluções diferenciadas.

# Classificação de Robert Bringhurst

- ✓ Renacentista
- ✓ Barroca
- ✓ Neoclássica
- ✓ Romântica
- ✓ Realista
- ✓ Modernista Geométrica
- ✓ Modernista Lírica
- ✓ Pós-moderna

# Classificação de Robert Bringhurst

## RENACENTISTA

(Séc. 15 e 16) Traço modulado; eixo humanista [oblíquo]; terminais precisos, feitos com pena; abertura grande; itálico equivalente e independente do romano.



# Classificação de Robert Bringhurst

## BARROCA

(Séc. 17) Traço modulado; eixo variável; serifas e terminais modelados; abertura moderada; itálico subordinado e intimamente ligado ao romano. Nas letras barrocas é comum o aparecimento de um eixo secundário vertical, mas o eixo primário do traço é normalmente oblíquo.



# Classificação de Robert Bringhurst

## NEOCLÁSSICA

(Séc. 18) **Traço modulado; eixo racionalista** [vertical]; **serifas adnatas** (que fluem para a haste) e **refinadas; terminais em gota (lacrimais); abertura moderada**; itálico inteiramente subjugado pelo romano.



# Classificação de Robert Bringhurst

## ROMÂNTICA

(Séc. 18 e 19) **Traço hiper modulado; eixo racionalista intensificado; serifas abruptas e finas; terminais em botão (circulares); abertura pequena;** itálico subjugado. Nas letras neoclássicas e nas românticas o eixo primário é normalmente vertical e o eixo secundário é oblíquo.



# Classificação de Robert Bringhurst

## REALISTA

(Séc. 19 e início do 20) **Traço não modulado; eixo vertical presumido; abertura pequena; serifas ausentes ou abruptas, de peso igual ao traço principal;** itálico ausente ou trocado pelo romano inclinado.



a b p f ø e =



a b p f ø e

# Classificação de Robert Bringhurst

## MODERNISTA GEOMÉTRICA

(Séc. 20) **Traço não modulado; arcos muitas vezes circulares (sem eixo); abertura moderada; serifas ausentes ou de peso igual ao traço principal; itálico ausente ou trocado pelo romano inclinado.** A modelagem, porém, normalmente é bem mais sutil do que aparenta.



abpfoe-

abpfoe

# Classificação de Robert Bringhurst

## MODERNISTA LÍRICA

(Séc. 20) **Redescoberta das formas renascentistas; traço modulado; eixo humanista; serifas e terminais com formas oriundas da pena; abertura grande; itálico parcialmente libertado do romano.**



# Classificação de Robert Bringhurst

## PÓS-MODERNA

(Final do séc. 20 e início do 21) **Paródia frequente da forma neoclássica, romântica ou barroca; eixo racionalista ou variável; serifas e terminais afiados [triangulares].** Há muitos tipos de letras pós-modernas, este é apenas um exemplo.





# Introdução ao Planejamento Visual

## Tipografia

### Parte 3 — Classificação e Utilização

1. Classificação
2. Critérios de uso
3. Escolhendo e combinando tipos

# Critérios de uso

## LEGIBILIDADE

**Legibilidade caracter** – facilidade com que o usuário identifica um caracter individual como uma letra em particular. Essa identificação depende de algumas características como:

- ✓ espessura das hastes
- ✓ forma do caracter

**Legibilidade de um texto** – facilidade com que grupos de caracteres são identificados corretamente como uma palavra.

## Notícias

29/10/2012

### Intercom recepciona convidados do Rio Mar com denúncia contra JCPM e empresários da comunicação

A Intersindical da Comunicação - Intercom iniciou, ontem à noite, uma série de atos públicos de protesto contra as empresas de comunicação de Pernambuco. Diretores do Sinjope e do Sindicato dos Gráficos compareceram à frente do shopping Rio Mar, onde receberam convidados com faixas e carro-de-som. Durante quase duas horas sindicalistas resistiram a seguranças e até agentes da CTTU e PMs chamados para desmobilizar o protesto, que faz parte de um calendário que inclui uma assembléia geral conjunta de Gráficos e Jornalistas na quinta-feira, 01/11, e os radialistas, no próximo dia 06/11.

Investindo no abuso do poder econômico, além de tentar usar a CTTU e a Polícia Militar o Grupo João Carlos Paes Mendonça (JCPM) investiu no discurso prepotente, de que a via pública que cerca o Rio Mar pertence ao centro de compras. Com isso, seus seguranças tentaram usar PMs para expulsar a Intercom e o carro-de-som da frente da entrada principal. Os sindicalistas resistiram com o argumento de que a cerca em volta do centro delimita sua área.

Seguranças de JCPM tentaram, então, junto à CTTU, o argumento de que o carro-de-som estava numa área de estacionamento proibido. Só não repondiam porque não tiravam antes todas as dezenas de outros veículos na mesma situação. Mas, atendendo pedido de agentes da CTTU, foi decidido que o carro-de-som não ficaria parado. Escortado por uma viatura da CTTU e outra da PMPE, ele realizou o circuito do protesto com som aberto até poucos minutos antes de espocarem os fogos da inauguração do Rio Mar, inclusive denunciando que o centro comercial estava sendo inaugurado ainda com obras a concluir.

A razão do protesto ter comparecido à inauguração do Rio Mar é o fato de que o centro comercial é do mesmo JCPM dono do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC), um dos sustentáculos da intransigência patronal na Campanha Salarial 2012. Aliado a empresas como as do AssociadosPE (AquiPE, Diário de Pernambuco, portal Pernambuco.com e rádios AM e FM e TV Clube/Record), à TV Globo e outras empresas como a as do sistema FolhaPE (Folha de Pernambuco e rádio Folha) do Grupo Eduardo Monteiro, TV Tribuna, do Grupo João Santos, alegam uma crise para negar melhorias salariais e o fim de abusos relacionados a jornada de trabalho.

A denúncia pública das empresas de comunicação apenas começou sua fase mais forte, adianta a Intercom Sindical. Autoridades e convidados da inauguração do Rio Mar puderam conhecer uma face nada progressista do empresário João Carlos Paes Mendonça, cujas empresas, não satisfeitas em explorar e adoecer profissionais também anunciam com um ano de antecedência que quem completar 65 anos será sumariamente demitido, independentemente de estar aposentada(o) e de ter dedicado anos ou décadas às empresas.

## Notícias

29/10/2012

### Intercom recepciona convidados do Rio Mar com denúncia contra JCPM e empresários da comunicação

A **Intersindical da Comunicação - Intercom** iniciou, ontem à noite, uma série de atos públicos de protesto contra as empresas de comunicação de Pernambuco. Diretores do **Sinjope** e do **Sindicato dos Gráficos** compareceram à frente do **shopping Rio Mar**, onde receberam convidados com faixas e carro-de-som. Durante quase duas horas sindicalistas resistiram a seguranças e até agentes da CTTU e PMs chamados para desmobilizar o protesto, que faz parte de um calendário que inclui uma **assembléia geral** conjunta de Gráficos e Jornalistas na quinta-feira, 01/11, e os radialistas, no próximo dia 06/11.

Investindo no abuso do poder econômico, além de tentar usar a CTTU e a Polícia Militar o **Grupo João Carlos Paes Mendonça (JCPM)** investiu no discurso prepotente, de que a via pública que cerca o **Rio Mar** pertence ao centro de compras. Com isso, seus seguranças tentaram usar PMs para expulsar a **Intercom** e o carro-de-som da frente da entrada principal. Os sindicalistas resistiram com o argumento de que a cerca em volta do centro delimita sua área.

Seguranças de **JCPM** tentaram, então, junto à CTTU, o argumento de que o carro-de-som estava numa área de estacionamento proibido. Só não repondiam porque não tiravam antes todas as dezenas de outros veículos na mesma situação. Mas, atendendo pedido de agentes da CTTU, foi decidido que o carro-de-som não ficaria parado. Escortado por uma viatura da CTTU e outra da PMPE, ele realizou o circuito do protesto com som aberto até poucos minutos antes de espocarem os fogos da inauguração do **Rio Mar**, inclusive denunciando que o centro comercial estava sendo inaugurado ainda com obras a concluir.

A razão do protesto ter comparecido à inauguração do **Rio Mar** é o fato de que o centro comercial é do mesmo **JCPM** dono do **Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC)**, um dos sustentáculos da intransigência patronal na **Campanha Salarial 2012**. Aliado a empresas como as do **AssociadosPE (AquiPE, Diário de Pernambuco, portal Pernambuco.com e rádios AM e FM e TV Clube/Record)**, à **TV Globo** e outras empresas como a as do sistema **FolhaPE (Folha de Pernambuco e rádio Folha)** do **Grupo Eduardo Monteiro, TV Tribuna, do Grupo João Santos**, alegam uma crise para negar melhorias salariais e o fim de abusos relacionados a jornada de trabalho.

A denúncia pública das empresas de comunicação apenas começou sua fase mais forte, adianta a **Intercom Sindical**. Autoridades e convidados da inauguração do **Rio Mar** puderam conhecer uma face nada progressista do empresário **João Carlos Paes Mendonça**, cujas empresas, não satisfeitas em explorar e adoecer profissionais também anunciam com um ano de antecedência que quem completar 65 anos será sumariamente demitido, independentemente de estar aposentada(o) e de ter dedicado anos ou décadas às empresas.

# Critérios de uso

## **LEGIBILIDADE**

A legibilidade pode ser afetada por:

1. Iluminação e brilho
2. Contraste entre letra e fundo
3. Fadiga visual do leitor

# Critérios de uso

## LEITURABILIDADE

Qualidade que torna possível o reconhecimento da informação em um suporte, quando ela está representada por caracteres em grupamentos com significação, como palavras, frases ou texto corrido.

Esse reconhecimento depende de:

- ✓ espaçojamento entre caracteres
- ✓ espaçamento entre linhas
- ✓ comprimento das linhas e margens

## Notícias

29/10/2012

### Intercom recepciona convidados do Rio Mar com denúncia contra JCPM e empresários da comunicação

A **Intersindical da Comunicação - Intercom** iniciou, ontem à noite, uma série de atos públicos de protesto contra as empresas de comunicação de Pernambuco. Diretores do **Sinjope** e do **Sindicato dos Gráficos** compareceram à frente do **shopping Rio Mar**, onde receberam convidados com faixas e carro-de-som. Durante quase duas horas sindicalistas resistiram a seguranças e até agentes da CTTU e PMs chamados para desmobilizar o protesto, que faz parte de um calendário que inclui uma **assembléia geral** conjunta de Gráficos e Jornalistas na quinta-feira, 01/11, e os radialistas, no próximo dia 06/11.

Investindo no abuso do poder econômico, além de tentar usar a CTTU e a Polícia Militar o **Grupo João Carlos Paes Mendonça (JCPM)** investiu no discurso prepotente, de que a via pública que cerca o **Rio Mar** pertence ao centro de compras. Com isso, seus seguranças tentaram usar PMs para expulsar a **Intercom** e o carro-de-som da frente da entrada principal. Os sindicalistas resistiram com o argumento de que a cerca em volta do centro delimita sua área.

Seguranças de **JCPM** tentaram, então, junto à CTTU, o argumento de que o carro-de-som estava numa área de estacionamento proibido. Só não repondiam porque não tiravam antes todas as dezenas de outros veículos na mesma situação. Mas, atendendo pedido de agentes da CTTU, foi decidido que o carro-de-som não ficaria parado. Escortado por uma viatura da CTTU e outra da PMPE, ele realizou o circuito do protesto com som aberto até poucos minutos antes de espocarem os fogos da inauguração do **Rio Mar**, inclusive denunciando que o centro comercial estava sendo inaugurado ainda com obras a concluir.

A razão do protesto ter comparecido à inauguração do **Rio Mar** é o fato de que o centro comercial é do mesmo **JCPM** dono do **Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC)**, um dos sustentáculos da intransigência patronal na **Campanha Salarial 2012**. Aliado a empresas como as do **AssociadosPE (AquiPE, Diário de Pernambuco, portal Pernambuco.com e rádios AM e FM e TV Clube/Record)**, à **TV Globo** e outras empresas como a as do sistema **FolhaPE (Folha de Pernambuco e rádio Folha)** do **Grupo Eduardo Monteiro, TV Tribuna, do Grupo João Santos**, alegam uma crise para negar melhorias salariais e o fim de abusos relacionados a jornada de trabalho.

A denúncia pública das empresas de comunicação apenas começou sua fase mais forte, adianta a **Intercom Sindical**. Autoridades e convidados da inauguração do **Rio Mar** puderam conhecer uma face nada progressista do empresário **João Carlos Paes Mendonça**, cujas empresas, não satisfeitas em explorar e adoecer profissionais também anunciam com um ano de antecedência que quem completar 65 anos será sumariamente demitido, independentemente de estar aposentada(o) e de ter dedicado anos ou décadas às empresas.

## Notícias

---

29/10/2012

### **Intercom recepciona convidados do Rio Mar com denúncia contra JCPM e empresários da comunicação**

A **Intersindical da Comunicação - Intercom** iniciou, ontem à noite, uma série de atos públicos de protesto contra as empresas de comunicação de Pernambuco. Diretores do **Sinjope** e do **Sindicato dos Gráficos** compareceram à frente do **shopping Rio Mar**, onde receberam convidados com faixas e carro-de-som. Durante quase duas horas sindicalistas resistiram a seguranças e até agentes da CTTU e PMs chamados para desmobilizar o protesto, que faz parte de um calendário que inclui uma **assembléia geral** conjunta de Gráficos e Jornalistas na quinta-feira, 01/11, e os radialistas, no próximo dia 06/11.

Investindo no abuso do poder econômico, além de tentar usar a CTTU e a Polícia Militar o **Grupo João Carlos Paes Mendonça (JCPM)** investiu no discurso prepotente, de que a via pública que cerca o **Rio Mar** pertence ao centro de compras. Com isso, seus seguranças tentaram usar PMs para expulsar a **Intercom** e o carro-de-som da frente da entrada principal. Os sindicalistas resistiram com o argumento de que a cerca em volta do centro delimita sua área.

Seguranças de **JCPM** tentaram, então, junto à CTTU, o argumento de que o carro-de-som estava numa área de estacionamento proibido. Só não repondiam porque não tiravam antes todas as dezenas de outros veículos na mesma situação. Mas, atendendo pedido de agentes da CTTU, foi decidido que o carro-de-som não ficaria parado. Escoltado por uma viatura da CTTU e outra da PMPE, ele realizou o circuito do protesto com som aberto até poucos minutos antes de espocarem os fogos da inauguração do **Rio Mar**, inclusive denunciando que o centro comercial estava sendo inaugurado ainda com obras a concluir.

A razão do protesto ter comparecido à inauguração do **Rio Mar** é o fato de que o centro comercial é do mesmo **JCPM** dono do **Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC)**, um dos sustentáculos da intransigência patronal na **Campanha Salarial 2012**. Aliado a empresas como as do **AssociadosPE (AquiPE, Diario de**

NEM  
tudo que é  
legível é  
necessariamente  
FÁCIL DE LER!

# Critérios de uso

## LEITURABILIDADE

Leitabilidade não é só tipografia. Para uma boa leitabilidade também devemos observar o conteúdo:

- ✓ composição do texto – deve possibilitar fácil acesso a informação contida nas palavras.
- ✓ repertório do usuário (vocabulário)
- ✓ estrutura frasal

Não há tipografia bem utilizada que salve um conteúdo mal escrito

# Critérios de uso

## Algumas recomendações

- ✓ Ao usar uma fonte no tamanho entre 12 e 14 pixels procure manter a média do número de caracteres por linha abaixo dos 75 caracteres.
  
- ✓ Para textos com pelo menos um parágrafo procure usar uma entrelinha de pelo menos 1.3 (ou de 130% a 140%).

# Critérios de uso

## Algumas recomendações

- ✓ **Negrito** – retarda a leitura e faz com que as palavras se destaquem, deve ser usado com cuidado só **realmente** quando o destaque é necessário.
- ✓ *Itálico* – usado para citações e termos estrangeiros, também é outro elemento que interfere na velocidade da leitura do texto por ser um elemento de diferenciação, que sai do padrão.
- ✓ MAIÚSCULAS – com sua estrutura quadrada, faz com que tenhamos de identificar as palavras letra a letra, reduzindo a velocidade de leitura. Também pode ser interpretada como voz alta.

# Critérios de uso

## Algumas recomendações

- ✓ LETRAS SEPARADAS – isso não só prejudica a leitura, como também o reconhecimento das palavras. Tente sempre manter o *kerning* padrão da fonte, quebrando esta regra apenas quando estiver totalmente certo do que está fazendo.
- ✓ Sublinhado e Cor – recurso que pode chamar mais atenção que o negrito. Cuidado de forma a não confundir a palavra com um link. Na web o sublinhado não deve ser usado para destacar um texto, e sim **apenas para indicar um link**.

# Critérios de uso

E esticar ou apertar textos?

**WAL★MART®**

**WAL★MART**

**WAL★MART®**

**Nintendo®**

**Nintendo®**

**Nintendo®**

# NUNCA!

absolutamente

Nem 1 ipox ;-)

# Critérios de uso

E esticar ou apertar textos? **SEMPRE** mantenha a proporção.

**WAL★MART®**

**WAL★MART®**

**WAL★MART®**

**Nintendo®**

**Nintendo®**

**Nintendo®**



# Critérios de uso

## Algumas recomendações

### Serif / Sans-Serif

A fonte com serifa sempre foi recomendada para uso em impressos por ter caracteres com formas geralmente muito detalhadas, o que é aproveitado melhor na densidade, definição e alta resolução da impressão em papel.

Mas estamos vivendo um momento de transição com a popularização das telas de alta resolução e densidade em laptops, tablets e leitores de *e-books*. Todos eles acessam a web e alguns ainda usam o HTML e CSS para estruturar *e-books* (Ex.: Formato aberto *ePub* do iPad/iPhone/Android).



Comparação da densidade de um papel eletrônico, papel convencional e tela LCD.

<http://www.litstation.org/wp-content/uploads/2011/09/E-Ink-fonts1.jpg>

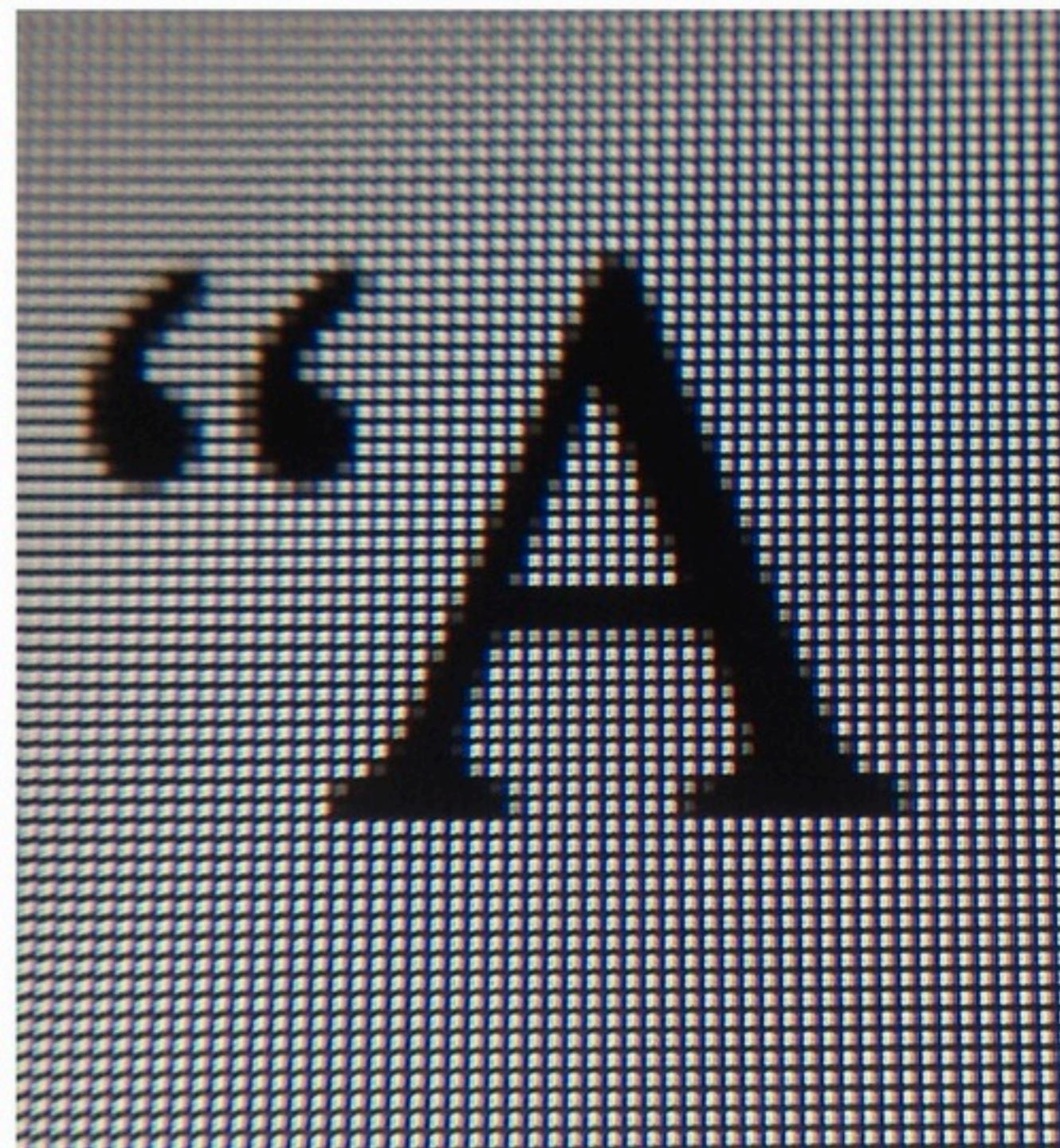
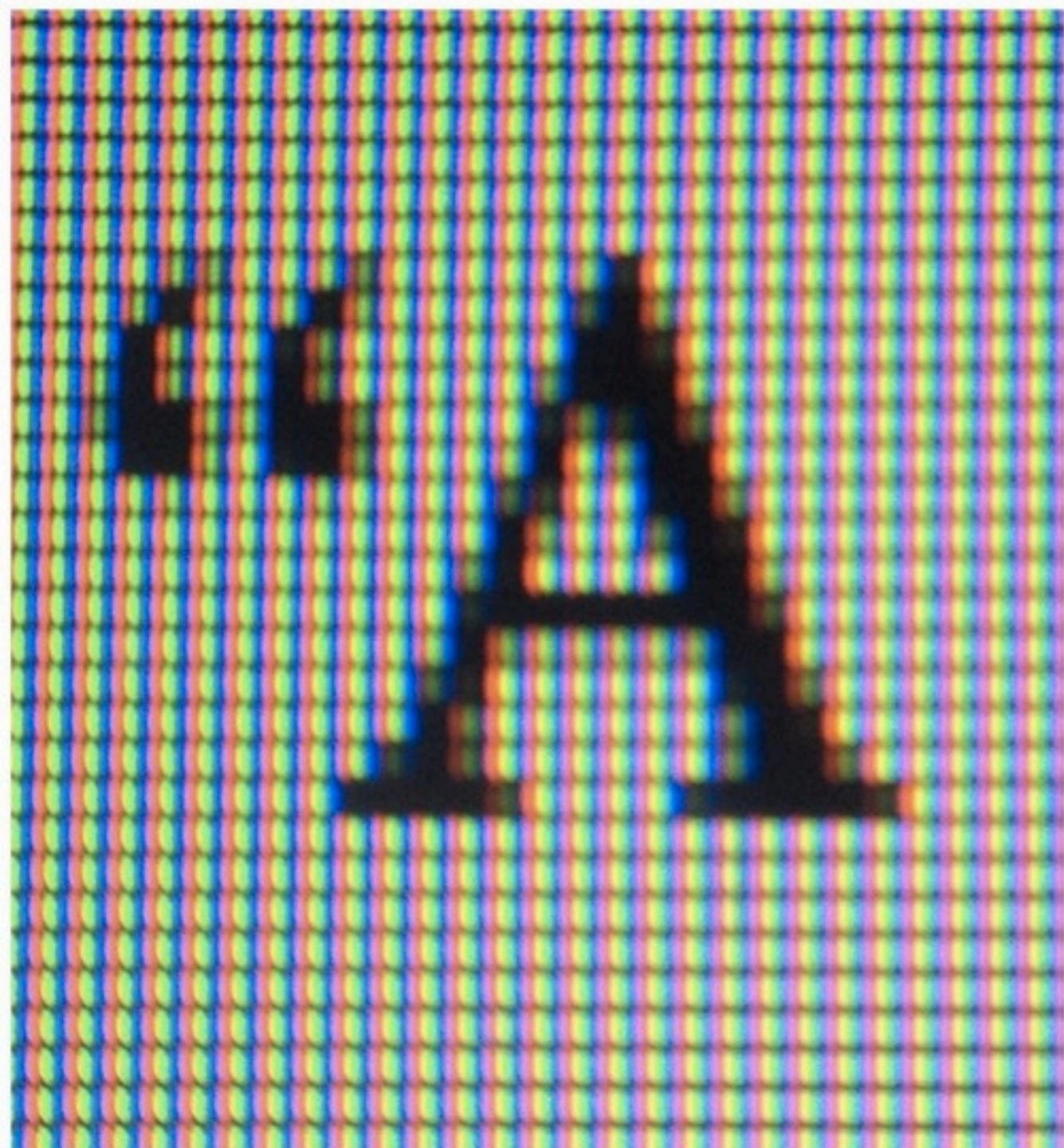


Foto em macro de uma tela convencional e uma Retina Display

<http://www.flickr.com/photos/respres/6842257250/>

# Telas de altíssima resolução cada vez mais populares

## Densidade alta (Definição parecida com a do papel)

iPad 2

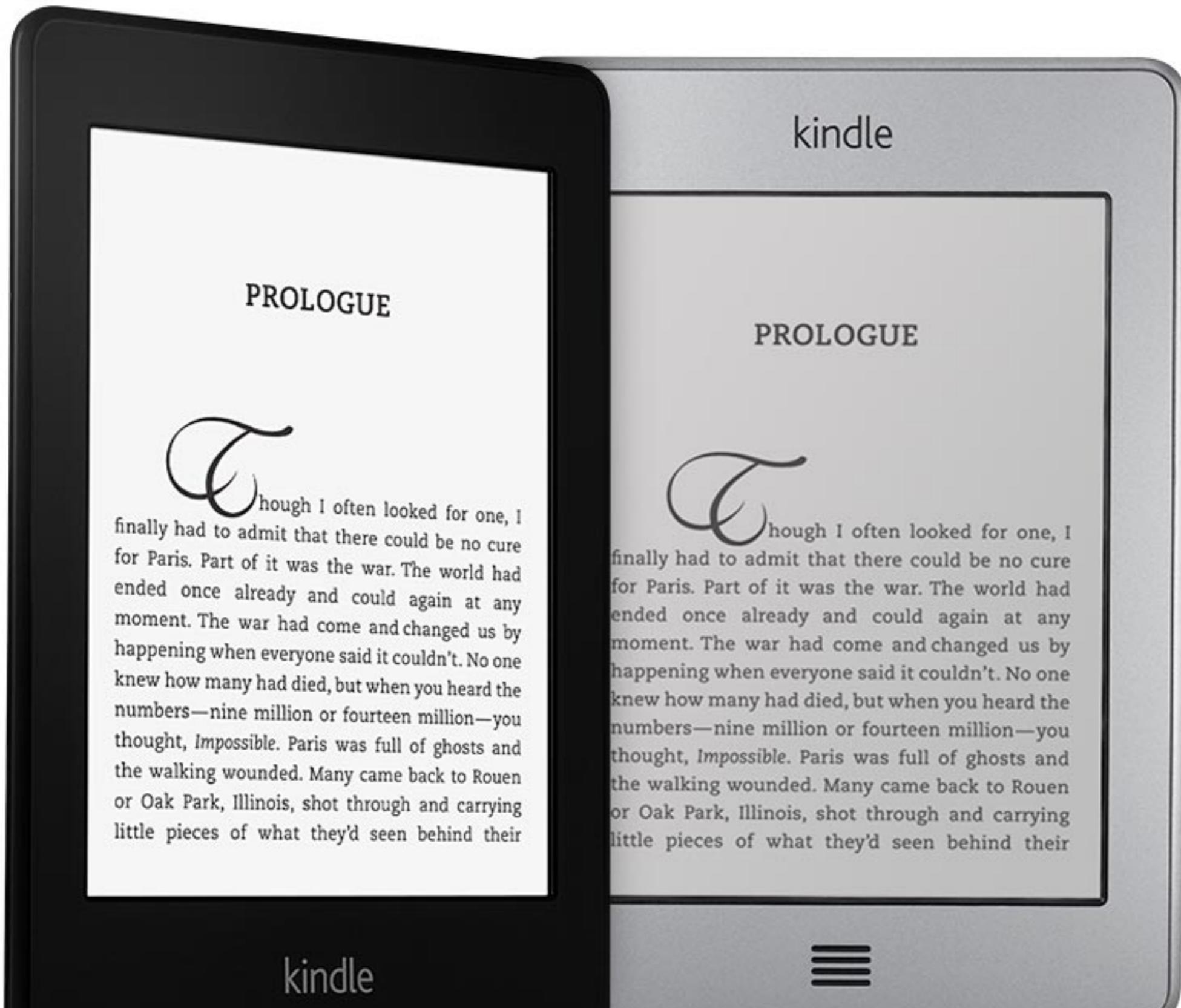


iPad with Retina display



# Leitor de e-books Kindle com E-ink (tinta eletrônica)

## Densidade alta (Definição muito próxima ao do papel)



# Critérios de uso

Compare o mesmo texto com serifa e sem serifa na tela do seu computador

Times New Roman, 14px, 1.3 de entrelinha

Com serifa, mais indicado para o papel e telas de alta densidade

NÃO DEIXE O AMOR PASSAR

Quando encontrar alguém e esse alguém fizer seu coração parar de funcionar por alguns segundos, preste atenção: pode ser a pessoa mais importante da sua vida.

Se os olhares se cruzarem e, neste momento, houver o mesmo brilho intenso entre eles, fique alerta: pode ser a pessoa que você está esperando desde o dia em que nasceu.

Se o toque dos lábios for intenso, se o beijo for apaixonante, e os olhos se encherem d'água neste momento, perceba: existe algo mágico entre vocês.

Se o primeiro e o último pensamento do seu dia for essa pessoa, se a vontade de ficar juntos chegar a apertar o coração, agradeça: Deus te mandou um presente: O Amor.

Por isso, preste atenção nos sinais - não deixe que as loucuras do dia-a-dia o deixem cego para a melhor coisa da vida: O AMOR.

Carlos Drummond de Andrade

Tahoma, 12px, 1.3 de entrelinha

Sem serifa, mais indicado para telas

NÃO DEIXE O AMOR PASSAR

Quando encontrar alguém e esse alguém fizer seu coração parar de funcionar por alguns segundos, preste atenção: pode ser a pessoa mais importante da sua vida.

Se os olhares se cruzarem e, neste momento, houver o mesmo brilho intenso entre eles, fique alerta: pode ser a pessoa que você está esperando desde o dia em que nasceu.

Se o toque dos lábios for intenso, se o beijo for apaixonante, e os olhos se encherem d'água neste momento, perceba: existe algo mágico entre vocês.

Se o primeiro e o último pensamento do seu dia for essa pessoa, se a vontade de ficar juntos chegar a apertar o coração, agradeça: Deus te mandou um presente: O Amor.

Por isso, preste atenção nos sinais - não deixe que as loucuras do dia-a-dia o deixem cego para a melhor coisa da vida: O AMOR.

Carlos Drummond de Andrade

# Critérios de uso

## Algumas recomendações

### Serif / Sans-Serif

Ainda é preciso ter critérios ao usar fontes com serifa na web. Precisa-se não só verificar se antende ao estilo do site (Ex.: estilo mais clássico, sofisticado...) como também se o público ainda usa telas convencionais de baixa resolução/densidade.

Portanto, enquanto as telas convencionais forem a grande maioria, as fontes **sem serifa** continuam sendo as **mais recomendadas** para trabalhar em textos mais longos **na web**.



# Introdução ao Planejamento Visual

## Tipografia

### Parte 3 — Classificação e Utilização

- 1. Classificação**
- 2. Critérios de uso**
- 3. Escolhendo e combinando tipos**

# Escolhendo tipos

A escolha da fonte mais adequada para um projeto pode ser uma tarefa árdua para designers inexperientes com milhares de fontes para escolher.

Umas das razões dessa confusão é essa imensa variedade, muitas vezes com diferenças bastante sutis.

Uma das dicas da maioria dos autores é restringir suas escolhas a um grupo menor, com no máximo 12 fontes (famílias diferentes).

# Escolhendo tipos

Outra dica ao escolher uma fonte é tentar combinar o conteúdo das palavras ou assunto com as características do desenho da fonte.

Por exemplo, ao projetar um catálogo de jóias, o designer deveria considerar uma escolha delicada, possivelmente com serifas finas (Jannon) ou uma escolha elegante (Bodoni).

Fontes digitais  
baseadas na  
Jannon



Digite Aqui



# VIVARA



0 Itens

COLEÇÕES

ANÉIS

BRINCOS

COLARES E PINGENTES

PULSEIRAS

RELÓGIOS

LIFE

PARA ELE

## GRAZI MASSAFERA

MAKING OF



COLEÇÃO



VERÃO 2013  
COURO & COR VIVARA



CASAMENTO

JOIAS EM PRATA  
COM  
**DESCONTOS  
ESPECIAIS**

PROMOÇÃO NÃO CUMULATIVA

# Escolhendo tipos

Para um produto de engenharia, a tipografia deve sugerir força, poder e rigidez. Uma fonte com serifa quadrada pode se encaixar perfeitamente, talvez a Clarendon.

Fontes digitais  
baseadas na Clarendon





# Escolhendo tipos

No entanto, selecionar uma fonte para um cartaz é diferente de selecionar uma para grande quantidade de texto. Nesses casos temos que levar em consideração que as melhores fontes são as consideradas **mais legíveis**.



PC Normal Display	PC Bold Display	Mac equivalent
Arial	<b>Arial</b>	Helvetica
Verdana	<b>Verdana</b>	Geneva
Trebuchet	<b>Trebuchet</b>	Helvetica
Tahoma	<b>Tahoma</b>	Geneva
Times New Roman	<b>Times New Roman</b>	Times
<b>Arial Black</b>	<b>Arial Black</b>	Arial Black
Comic Sans MS	<b>Comic Sans MS</b>	Comic Sans MS
monospace	<b>monospace</b>	Courier New
Georgia	<b>Georgia</b>	Georgia
<b>Impact</b>	<b>Impact</b>	Impact
Lucida Console	<b>Lucida Console</b>	Monaco
Lucida Sans Unicode	<b>Lucida Sans Unicode</b>	Lucida Grande

Generalizando, fontes que são fiéis aos desenhos das letras.

# Escolhendo tipos - Considerar

## Aspectos históricos

- ✓ Autoria (autor original, autor da versão)
- ✓ Contexto (local e ano de criação, demanda atendida, tecnologia para a qual foi desenvolvido)
- ✓ Utilização (ocasiões e contextos onde o tipo foi utilizado desde sua criação)

# Baskerville romana *e sua itálica*

# Helvetica romana *e sua oblíqua*

A Baskerville é uma fonte inglesa neoclássica desenhada em Birmingham na década de 1750 por John Baskerville. Tem um eixo racionalista, uma impávida simetria e um acabamento delicado.

A Helvetica, feita no século 20, é uma revisão suíça de uma fonte alemã realista do século 19. Os primeiros pesos foram desenhados em 1956 por Max Miedinger, baseados na antiga Odd-job Sanserif da Berhold Foundry (ou Akzidenz Grotesk, como é chamada em alemão). A linha pesada e sem modulação e a pouca abertura evocam uma imagem de força bruta e persistência. Os levíssimos pesos editados em anos recentes contribuíram muito para reduzir o seu caráter rude, mas pouco para melhorar sua legibilidade.

# Palatino romana *e sua itálica*

# Times New Roman *e sua itálica*

# Garamond romana *e sua itálica*

A Palatino é uma fonte modernista lírica com uma arquiterura neo-humanista, ou seja, ela não é desenhada, mas *escrita*, e baseia-se em formas renascentistas. Foi criada em 1948 por Hermann Zapf.

A Times New Roman foi desenhado por Victor Lardent para Stanley Morison em Londres em 1931. Tem um eixo humanista mas proporções maneiristas, peso barroco e um acabamento preciso, neoclássico.

A Stempel Garamond é a réplica de uma romana e itálica de texto desenhada por Claude Garamond (c. 1490-1561) feita pela Fundição Stempel. “Garamond” é um revival de um tipo desenhado por Jean Jannon (1580-1658), o maior gravador de tipos do barroco francês. Seu tipo foi outrora confundido com o de Garamond e ainda é costume vendê-lo sob o seu nome.

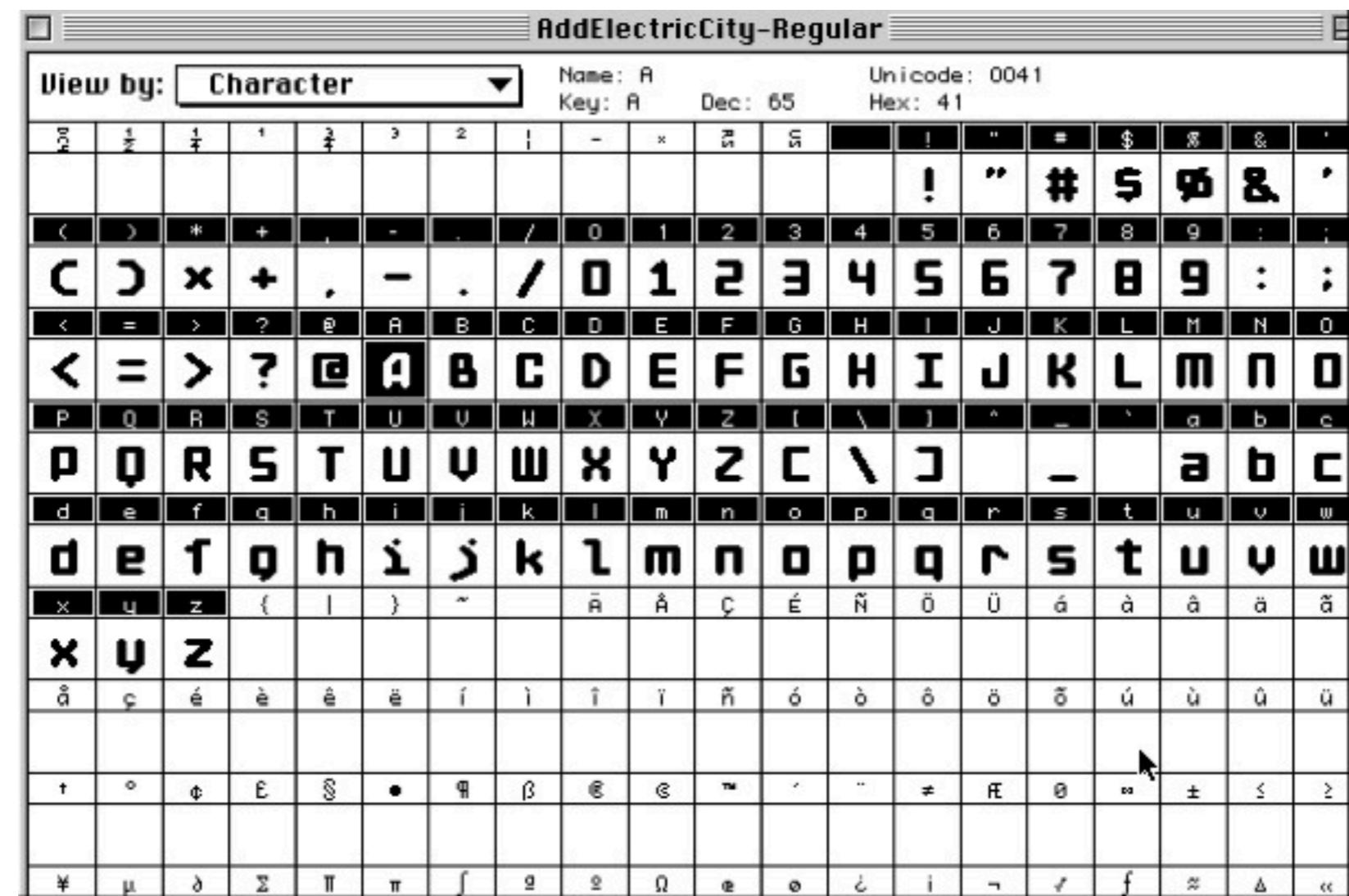
# Escolhendo tipos - Considerar

## Aspectos técnicos

- ✓ Legibilidade / Leiturabilidade (design de letras, espaçamento, entrelinhamento, resolução)
- ✓ Completude / Coerência (presença de caracteres básicos, acentos, outros sinais, relação entre caracteres)
- ✓ Adequação tecnológica (definição de contornos, bitmaps, hints)
- ✓ Sustentabilidade (rendimento)

# Escolhendo tipos - Considerar

**Aspectos técnicos** - Add Electric City: fonte digital incompleta, sem glifos acentuados



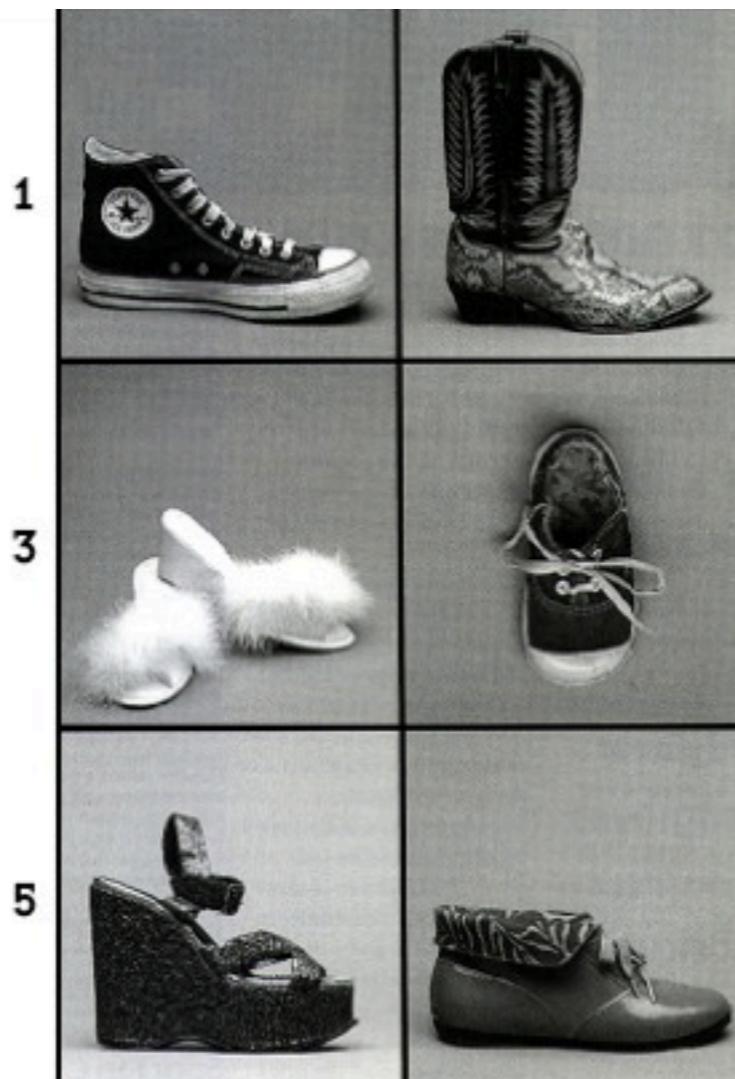
# Escolhendo tipos - Considerar

## Aspectos conceituais

- ✓ Expressividade (capacidade de veicular significados, significados atribuídos pelo uso);
- ✓ Relação com briefing (parâmetros conceituais de projeto);
- ✓ Relação com imagens (relação formal com figuras utilizadas no projeto)
- ✓ Relação com outras fontes (combinação de tipos)

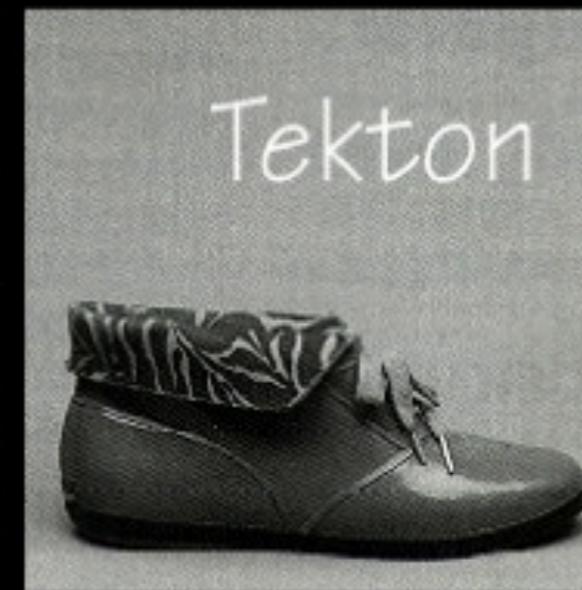
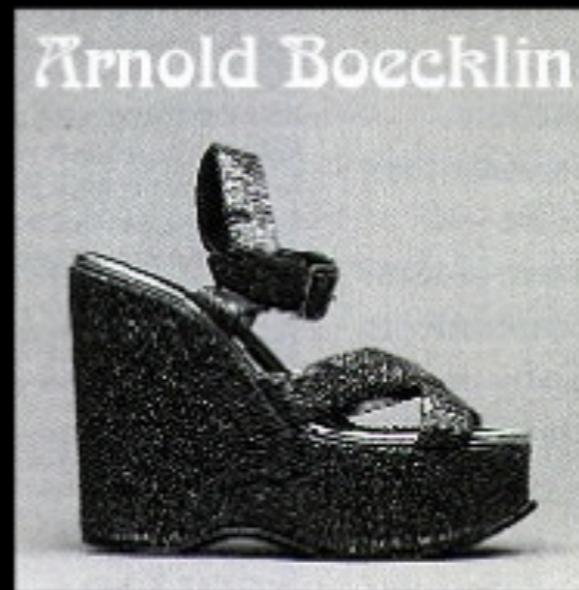
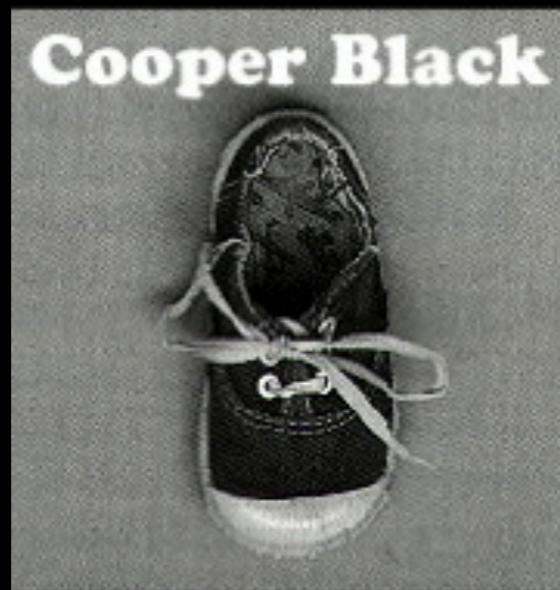
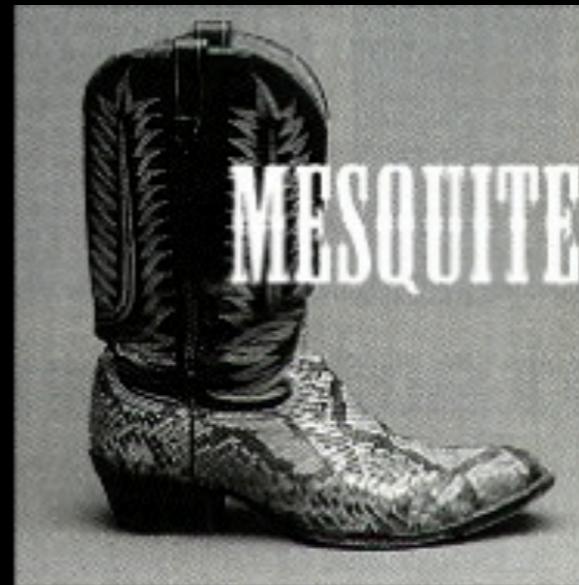
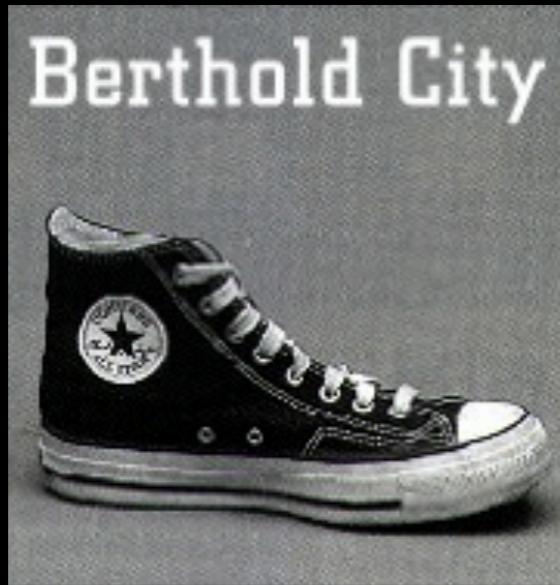
# Escolhendo tipos

**Aspectos conceituais** - que sapato combina com que fonte?



- 2
- a. Arnold Böcklin
  - b. Berthold City
  - c. Cooper Black**
  - D. MESQUITE
  - e. Snell Roundhand
  - f. Teckton
- 4
- 6

# Escolhendo tipos



# Escolhendo tipos

Expressividade: variação de fontes, tamanho e posicionamento



# Combinando tipos - Considerar

## ✓ **Forma**

presença ou não de serifas, terminais, curvas, ângulos, peso, contraste, eixo de contraste

## ✓ **Estrutura**

'esqueleto' da letra, proporções, eixo de inclinação

## ✓ **Contexto**

história, aplicações, significados atribuídos, adequação técnica/tecnológica

# Combinando tipos - Considerar

## Aspectos

forma

estrutura

contexto

## Tipos de relação

concordância

contraste

confílio

# Combinando tipos

Exemplo: Concordância

forma

Verdana *Verdana* itálico

estrutura

Arial **Arial Black**

contexto

Garamond *Galliard* itálico



# Combinando tipos

Exemplo: Contraste

forma

Rotis Sans Serif Rotis Serif

estrutura

STONE SANS SC *Zapfino*

contexto

*G*ette Fraktur Futura Condensed

# Combinando tipos

Exemplo: Conflito

forma

Helvetica Futura

estrutura

CAPITALS BLAIR

contexto

Bodoni *Brush Script*



TEXT	DISPLAY																			
Avant Garde Gothic	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Bauhaus	3	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Bembo	I	I	3	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Bodoni	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Bookman	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Caslon	I	2	2	2	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Century	I	2	2	2	2	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Cheltenham	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Franklin Gothic	3	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Futura	3	3	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Garamond	I	2	3	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Gill Sans	2	2	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Helvetica	3	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Kabel	2	3	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Korinna	I	I	I	2	2	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Quorum	2	2	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Optima	2	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Palatino	I	2	3	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Souvenir	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Times New Roman	I	2	2	2	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Univers	3	3	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Zapf Book	I	I	I	3	2	2	2	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I

1. Combine como desejar

2. Não é muito conservador

3. Pense duas vezes

:-DÚVIDAS?

# Atividade para casa

Faça uma pesquisa por famílias de tipos. Em seguida escolha um sentimento, por exemplo: **Amor, Ódio, Alegria, Tristeza...**

Crie uma solução gráfica estática (um poster digital sem animações) com o nome do sentimento escolhido usando a família que você acha que representa melhor este sentimento. (Você pode tentar usar cores, imagens... Mas lembre-se que **o foco aqui é a tipografia** para representar este sentimento com **simplicidade e legibilidade**).

Formato	Envio
Individual	Entre no link a seguir referente a sua turma e escolha a opção “Enviar”: Manhã: <a href="http://ipv-manca2012-2.tumblr.com/">http://ipv-manca2012-2.tumblr.com/</a> Noite: <a href="http://ipv-noite-2012-2.tumblr.com/">http://ipv-noite-2012-2.tumblr.com/</a>
Imagen PNG (600 x 800px)	Escolha a imagem, informe seu nome, o nome da família tipográfica usada e uma rápida justificativa.
Iremos fazer uma exposição online com os resultados.	<b>Prazo para envio: até 23:59 do dia anterior a próxima aula.</b>

# Referências

**BRINHURST**, R. **Elementos do estilo tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

**FARIAS**, Priscila. Tipografia digital em Infodesig UFPE, 2010.

**VIEIRA**, Rosângela. Planejamento visual na Faculdade Marista, 2008.

## Informações

<http://www.counterspace.us/typography/timeline/>

<http://tipografos.net/historia/index.html>