



CEA - Complementos à Educação Artística

Info06-Fontes

Essenciais para a criação e consolidação de uma marca, os tipos de fontes são ferramentas do design gráfico voltadas para o estudo e aplicação de formatos, tamanhos e estilos das palavras.

Com diferentes significados, a tipografia é capaz de representar, de forma subjetiva, o posicionamento e os valores de uma empresa, além de provocar reações no seu público-alvo.

Para te ajudar a entender melhor quais são os tipos de fontes, assim como seus significados, deixa-se, abaixo, uma lista com os mais usados no mundo publicitário/ /multimédia.

Fontes serifadas

Com pequenos traços prolongados nas extremidades das letras, a fonte serifada pode ser facilmente encontrada em jornais impressos e revistas, já que facilita leituras longas.

Clássica e popular, a **serifa** tem um caráter mais conservador e costuma representar tradição, respeito e sofisticação.

Além disso, fazer uso deste estilo tipográfico sugere **grandeza, poder e autoridade**.

De entre as marcas mais famosas que fazem uso deste exemplo estão: Tiffany & Co, Zara e Boss...

Fontes serifadas

(Century)

Fontes serifadas

(Times New Roman)

Fontes serifadas

(Garamond)



Fontes não serifadas

Neste modelo, as letras não apresentam prolongamento nas extremidades, como as serifadas. Comum em textos curtos e em ecrã, a fonte não serifada preza a simplicidade e objetividade visual. Na psicologia das fontes, este estilo representa **clareza, sensibilidade e honestidade**.

Empresas como LinkedIn, The Guardian, Samsung, NIKE e Adidas adotaram a fonte não serifada nos seus logótipos.

Fontes não serifadas

(Calibri)

Fontes não serifadas

(Trebuchet)

Fontes não serifadas

(Arial)

Fontes serifadas Egípcias

Baseada nas fontes serifadas tradicionais, as egípcias introduzem extremidades maiores e mais grossas nas letras, como se pode verificar nos logos das marcas da Sony e da Honda, por exemplo. Imitando o estilo das máquinas de escrever, as fontes serifadas egípcias representam **segurança, criatividade e confiança**.

Fontes serifadas Egípcias

(Clarendon)

Fontes serifadas Egípcias

(Rockwell)

Fontes serifadas Egípcias

(Alfa Slab One)



Fontes caligráficas

Divididas em formais e casuais, as fontes caligráficas aproximam-se da caligrafia manuscrita.

Enquanto a caligrafia formal tem vários floreios e ornamentos, as casuais são mais simplistas e objetivas.

Partindo da ideia de elegância e liberdade, este estilo de fonte costuma transmitir **criatividade e singularidade**. Além disso, muitas empresas, como a Coca-Cola e o Instagram, Disney e Lindt, fazem uso deste modelo para gerar impacto e destaque diante de tantas outras marcas.

Fontes caligráficas

(Always In My Heart)

Fontes caligráficas

(Jane Austen)

Fontes caligráficas

(Lobster)



Fontes Decorativas

Usadas nos logótipos de marcas como Lego, Toys”R”us e Fanta, as fontes decorativas rompem com a tradição e vão em busca de formatos e estilos originais e irreverentes.

Pouco empregadas em textos longos, as fontes decorativas recebem a personalidade e os valores da empresa, dando sempre a **sensação de criatividade e informalidade**.

fontes decorativas

(Hollow Point 3D)

Fontes decorativas

(Magnetto)

Fontes Decorativas

(Planet Benson)



Alinhamento de texto

À primeira vista, o alinhamento do texto parece não ter impacto nenhum sobre as nossas páginas na web ou mesmo nos nossos trabalhos escolares... É só mais um detalhe para deixar as páginas mais bonitas.

Mas, na verdade, essa configuração tem um grande impacto na legibilidade das ditas páginas e em como os potenciais clientes percebem a nossa mensagem e, dependendo do tipo de alinhamento que for utilizado, as páginas deixam de ser acessíveis para pessoas com dislexia ou que usem algum ampliador de tela para facilitar a leitura, por exemplo, para além de outros.

Nesse sentido veremos mais abaixo quando e como utilizar cada tipo de alinhamento nas nossas páginas.

Assim, consideremos os quatro (4) tipos básicos de alinhamento de texto para percebermos as implicações, por um lado de legibilidade e, por outro, gráficas:

1. Alinhamento de texto à esquerda

No alinhamento à esquerda, a margem esquerda do texto fica alinhada e a margem direita desalinhada como na imagem abaixo:

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus sed quam erat.
Vestibulum nec ligula venenatis, sagittis purus tincidunt, dignissim purus.
Vivamus ante nunc, porttitor id odio maximus, varius sollicitudin ligula. Suspendisse
consectetur neque sed tellus ultrices, in efficitur nulla interdum.**

2. Alinhamento de texto centrado

Neste caso, cria-se uma linha imaginária vertical entre a margem esquerda e a margem direita, e o texto fica alinhado de forma que metade fique para um lado da linha e metade para o outro, como na imagem abaixo:

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus sed quam erat.
Vestibulum nec ligula venenatis, sagittis purus tincidunt, dignissim purus.
Vivamus ante nunc, porttitor id odio maximus, varius sollicitudin ligula. Suspendisse
consectetur neque sed tellus ultrices, in efficitur nulla interdum.**



3. Alinhamento de texto à direita

Aqui, o texto fica alinhado com a margem direita e desalinhado em relação à margem esquerda:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus sed quam erat.
 Vestibulum nec ligula venenatis, sagittis purus tincidunt, dignissim purus.
 Vivamus ante nunc, porttitor id odio maximus, varius sollicitudin ligula. Suspendisse
 consectetur neque sed tellus ultrices, in efficitur nulla interdum.

4. Alinhamento de texto justificado

O texto é alinhado tanto com a margem esquerda quanto com a margem direita, criando blocos retangulares:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus sed quam erat.
 Vestibulum nec ligula venenatis, sagittis purus tincidunt, dignissim purus.
 Vivamus ante nunc, porttitor id odio maximus, varius sollicitudin ligula. Suspendisse
 consectetur neque sed tellus ultrices, in efficitur nulla interdum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus sed quam erat.
 Vestibulum nec ligula venenatis, sagittis purus tincidunt, dignissim purus ligula nulla
 neque sed tellus ultricesdolo sagittis purus tincidunt.
 Vivamus ante nunc, porttitor id odio maximus, varius sollicitudin ligula.



Texto de fonte normal

De um modo geral, quando escrevemos como se costuma dizer em texto corrido, utilizamos por convenção a primeira letra de cada frase na sua versão maiúscula e as restantes minúsculas como abaixo:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus sed quam erat. Vestibulum nec ligula venenatis, sagittis purus tincidunt, dignissim purus. Vivamus ante nunc, porttitor id odio maximus, varius sollicitudin ligula. Suspendisse consectetur neque sed tellus ultrices, in efficitur nulla interdum.

Texto de fonte maiúscula

Em alguns casos como em cartazes, vídeos, outdoors,... utilizamos, por vezes, texto de fonte maiúscula já que isso produz mais impacto no leitor e, quando utilizado em quantidade moderada, esse impacto traduz-se numa comunicação mais eficaz do ponto de vista da mensagem e, conseqüentemente dos objetivos previamente traçados. Podemos dizer que para os exemplos referidos acima é, então, muito eficaz, por não afetar a legibilidade nem a leiturabilidade (em quantidades moderadas):

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT. VIVAMUS SED QUAM ERAT. VESTIBULUM NEC LIGULA VENENATIS, SAGITTIS PURUS TINCIDUNT, DIGNISSIM PURUS. VIVAMUS ANTE NUNC, PORTTITOR ID ODIUM MAXIMUS, VARIUS SOLLICITUDIN LIGULA. SUSPENDISSE CONSECTETUR NEQUE SED TELLUS ULTRICES, IN EFFICITUR NULLA INTERDUM.

Cor

No que à cor diz respeito, podemos dizer que é da maior importância na transmissão da mensagem como nos exemplos seguintes de entre outros:

AGRESSIVO	DOENTIO	CALMO	INDISPOSTO	FRIO
IMPACTANTE	SABEDOR	RELAXANTE	RELAXANTE	MORTE
QUENTE	DIVINO	FRESCO	FRESCO	DECIDIDO



Em jeito de conclusão, podemos dizer que o conjunto de regras acima, quando devidamente utilizadas permitem melhorar de forma significativa os conceitos de legibilidade e leitura que se registam abaixo:

A **legibilidade** refere-se ao desenho individual das letras e à capacidade de o leitor as distinguir umas das outras;

A **leitura** refere-se à forma como as letras se comportam num texto e à capacidade de o leitor as perceberem em conjunto, na relação que estabelecem umas com as outras.

De uma forma muito redutora, legibilidade distingue/lê letras, leitura distingue/lê palavras.

Pedro Falcão

Adaptado de:

<https://mindy.com.br/tipos-de-fontes-conheca-seus-significados-e-saiba-como-usa-las/>

Consultado em 30 abril de 2021

e de Ciberdúvidas da Língua Portuguesa, <https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/consultorio/perguntas/legibilidade-leitura-e-gradabilidade-de-leitura>

Consultado em 30 abril de 2021