

Tipografia

Transcrição

Você percebe a diferença entre a letra A da esquerda e a da direita?



Observe que a letra da esquerda, na base, vemos que ela possui alguns ornamentos que recebem o nome de **serifa**.



Os grupos de fontes que costumamos trabalhar são as serifadas e as não serifada.



No exemplo, uma fonte usada foi a Times New Roman e a outra foi Arial.

E quando usamos uma fonte com ou sem serifa? Antes, existia uma regra em que **materiais impressos** usávamos fontes serifadas e em conteúdos para **mídias digitais**, fonte não serifadas. Atualmente, essa regra mudou um pouco, devido à boa resolução das telas que se aproximam dos materiais impressos.

Antes, existia uma teoria de que o fontes **não serifadas** cansavam mais os olhos dos leitores. Mas atualmente, já esta teoria não é seguida.

Uma opção é realizar testes de usabilidade para identificar qual é a mais agradável para o usuário. Se tiver uma grande quantidade de texto, experimente usar uma fonte serifada. As serifas formam uma linha entre as letras, isto teoricamente agiliza a leitura. Por isso, inclusive meios digitais como o Kindle, por exemplo, utilizam fontes padrões com serifa.

Já com textos curtos, você pode usar fontes sem serifas. Mas isso **não** é uma regra. Em UX, não confie em "balas de prata", a solução mágica que deve ser usada sempre. O ideal é você pesquisar o contexto do seu usuário e ver qual caso é melhor.

Geralmente, recomenda-se que logos não levem serifas. Mas que impressão passa um texto com serifa?



Enquanto a fonte Ariel parece ser mais dinâmica e moderna.

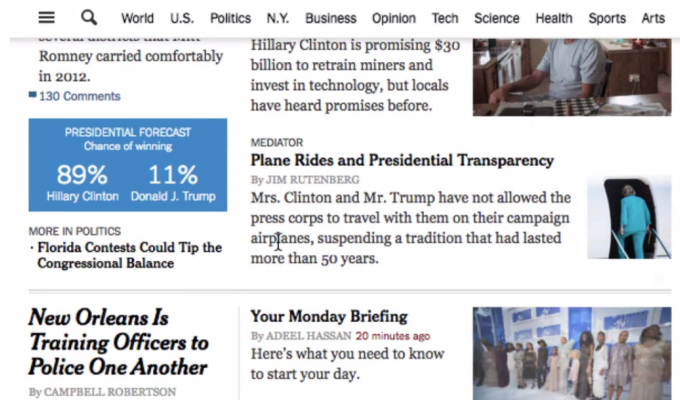


Essa é uma das principais diferenças entre os grupos, é a sensação que as fontes passam, este é um fator interessante quando lidamos com marcas.

O jornal [The New York Times](http://www.nytimes.com/) (<http://www.nytimes.com/>) usa uma fonte serifada em seu logo e passa um ar bem tradicional.

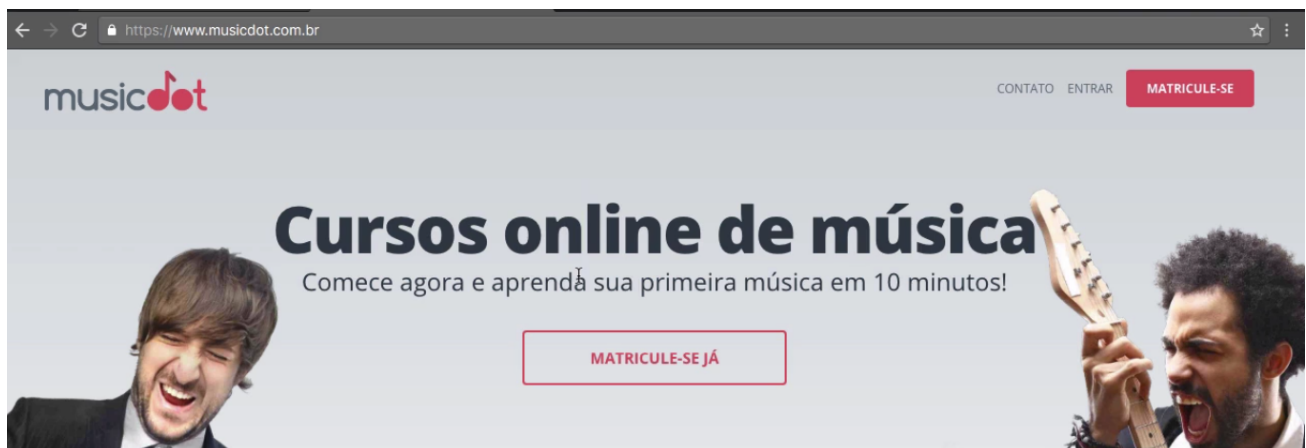


E não é apenas no logo. No restante do site, ele usa a fonte Times New Roman.



Eles quiseram transportar a sensação que o leitor do jornal impresso tem para o formato digital.

Já o site do Musicdot utiliza fontes sem serifa.



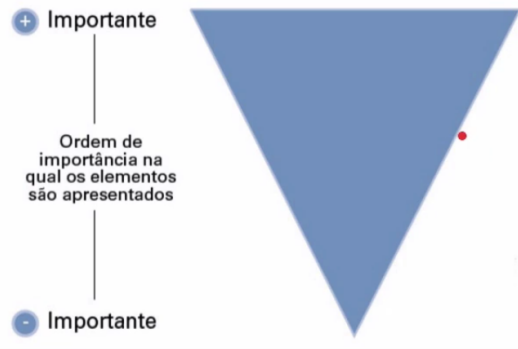
A proposta é passar uma imagem mais moderna e dinâmica. Observe que os textos são mais curtos também.

Vamos analisar outros exemplos. Você consegue identificar os problemas do caso abaixo?



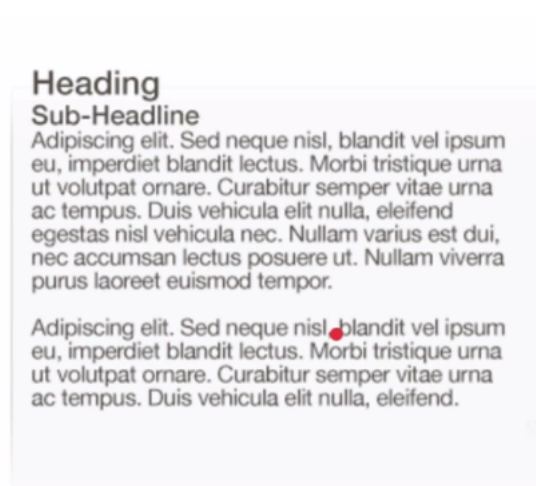
O texto é longo e a fonte é não serificada. Como o texto é muito longo, poderíamos adicionar **subtítulos** para dar uma quebra nos grandes blocos de texto. Isto auxilia o leitor a escanear a informação. Outro recurso é priorizar as informações mais relevantes, colocando-as no início e ir afunilando para as informações menos importantes. Esta é a teoria da **pirâmide invertida**.

Estrutura da pirâmide invertida vertical

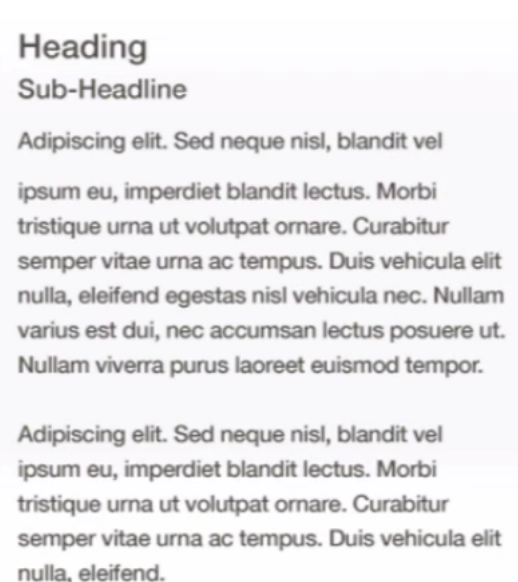


O objetivo é prender a atenção do usuário e oferecer a ele uma experiência boa com a leitura.

E neste segundo texto, você vê algum problema?



As letras estão muito próximas, uma solução seria aumentar o espaçamento entre as letras.



Você que tem conhecimentos de CSS, existe a propriedade *line-height*. O ideal é usar `1.2` o tamanho da fonte para o espaçamento. Então se a fonte tem `10px`, usar um espaçamento de `12px` ficará ótimo.

Falamos anteriormente sobre microtexto e vimos agora a parte de texto, com cuidados que não servem apenas para Web, mas para Mobile também.

Livro citado no vídeo:

[Como escrever para a web - Guillermo Franco \(https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/ebook/como-escrever-para-web-pt-br\)](https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/ebook/como-escrever-para-web-pt-br).