

Tipografia em Ambiente Multimídia: Fatores que Orientam as Decisões de Projeto

Tipografía en Multimedia: Factores para guiar las decisiones de diseño

Typography in multimedia: Factors to guide the design decisions

Maíra Woloszyn

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

maira.projetar@gmail.com

Berenice Santos Gonçalves

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

berenice@cce.ufsc.br

Fecha de recepción: 1 de marzo de 2017

Fecha de recepción evaluador: 17 de marzo de 2017

Fecha de recepción corrección: 27 de marzo de 2017

Resumo

Novas formas de comunicação estão surgindo com os desenvolvimento de novas tecnologias, especialmente a partir de produtos multimídia. Nesse contexto, a tipografia foi removida dos limites da publicação impressa e disponibilizada para uso efetivo em projetos de mídia digital, e está se reinventando para atender aos requisitos deste meio. Assim, este trabalho propõe a identificar os recursos da tipografia em multimídia a partir de uma pesquisa bibliográfica, identificação e organização dos conceitos. Como resultado, organizou-se três fatores - midiáticos, formais e temporais - que orientam o uso de tipografia em publicações multimídia.

Palavras-chave: Tipografia; Movimento; Multimídia

Resumen

Las nuevas formas de comunicación están surgiendo con el desarrollo de nuevas tecnologías, especialmente en productos multimedia. En este contexto, la tipografía se ha eliminado los límites de la publicación impresa y puesto a disposición para su uso eficaz en proyectos de medios digitales, y se reinventa para cumplir los requisitos de este medio. Este trabajo tiene como objetivo identificar los recursos de la tipografía en multimedia desde una búsqueda bibliográfica, identificación y organización de los conceptos. Como resultado, se organizó tres factores – mediáticos, formales y temporales - que guían el uso de la tipografía en la publicación multimedia.

Palabras clave: Tipografía; Movimiento; Multimedia

Abstract

New forms of communication are developing with the increase in new technologies, especially as of multimedia products. Thus, the typography has removed from the boundaries of printed publication and made it available to be effectively used in many digital media projects, and is reinventing itself to meet the requirements of this medium. Thereby, this paper proposes to identify the typography features in multimedia from a literature search and identification and organization of concepts. As a result, organized three factors - mediatic, formal and temporal - that guide the use of typography in multimedia publications.

Keywords: Typography; Motion; Multimedia

Introdução

O frequente avanço das tecnologias está mudando a forma de transmitir informações para que estas se tornem mais eficientes e rápidas. Hoje, vivemos em uma sociedade digital baseada em telas que estão espalhadas por todas as partes, nos telões de ruas, nos caixas eletrônicos, em consultórios e, claro, nos computadores (Manovich, 2001). Com isso, a disseminação das tecnologias digitais e uso dos produtos multimídia foram ampliados significativamente, proporcionando o aprimoramento da transmissão de informação, tornando-a mais rápida e eficiente.

Multimídia, como a própria palavra explicita – o prefixo “multi” significa “vários”, e a raiz “mídia” significa “meio” –, é uma forma de comunicação que engloba vários meios para transmitir uma mensagem (Ribeiro, 2012). Conforme explica Russel Lipton (1992 apud Gosciola, 2003), “multimídia é a integração de gráficos, animações,

vídeos, música, fala e texto, baseadas em computador, para comunicar conteúdo intelectual aos leitores”. Paula Filho (2009) ainda acrescenta que esta forma de comunicação requer o uso do computador para a apresentação do conteúdo pois possui características de não-linearidade, ou seja, é o usuário quem decide a sequência de acesso à informação sem se prender a uma linha de tempo.

Os tipos de informação multimídia podem ser classificados de duas maneiras: de acordo com a sua origem e de acordo com sua natureza. Quando classifica-se os tipos de informação multimídia de acordo com sua origem, divide-se esses recursos em dois grupos: (i) mídias capturadas do mundo real (imagens, vídeos e áudio) e (ii) mídias sintetizadas por computador (textos, gráficos e animação). Já quanto à classificação de acordo com sua natureza temos: (i) mídias estáticas: constituídas por elementos de informação independentes do tempo, como textos, imagens e gráficos, e (ii) mídias dinâmicas: exigem uma reprodução contínua ao longo do tempo, como vídeos, áudios e animações, e também quando apresentam uma sucessão, como imagens em movimento e gráficos em movimento (Ribeiro, 2012).

Em ambientes multimídia encontram-se diversos recursos gráficos aplicados, e a possibilidade de integração que ele proporciona fez surgir novas forma de comunicação, criando novos conceitos.

A combinação da tipografia com movimento é um exemplo de um novo recurso construído a partir de dois campos distintos. Denominado por alguns teóricos como “tipografia em movimento” e por outros como “tipografia cinética”, este recurso domina telas de todos os tamanhos e em todas as plataformas digitais. Já estamos habituados à esperar por tipos que se movem em aberturas de filmes, na televisão, nos telões das ruas e ao abrir aplicativos de *smartphones* ou menus de sites (Lupton, 2015).

Diante deste contexto, este estudo tem por objetivo caracterizar as especificidades da tipografia estática e em movimento identificando quais fatores podem orientar equipes de projeto quanto o uso da tipografia em publicações multimídia.

Procedimentos Metodológicos

A fim de atender o objetivo do estudo, esta pesquisa foi desenvolvida a partir de uma revisão teórica. Portanto, se classifica como qualitativa e exploratória e caracteriza-se como bibliográfica e analítica.

Os procedimentos adotados foram estruturados nas seguintes etapas:

1. Levantamento de dados a partir de pesquisas bibliográficas sobre tipografia e tipografia em movimento;

2. Reconhecimento de conceitos identificados separados conforme autores de referência;
3. Agrupamento de conceitos por semelhança e afinidade;
4. Organização de categorias e fatores que orientam o uso da tipografia em projetos multimídia;
5. Sistematização em forma de gráfico dos resultados alcançados.

Tipografia

A tipografia é a área que estuda a história, anatomia, desenvolvimento e uso dos tipos, além de ser parte intrínseca na compreensão de textos (Bonsiepe, 2015). Presente em todos os momentos o dia, seja em cartazes espalhados pelas ruas ou nos dispositivos móveis pessoais (Samara, 2011b), a tipografia tem a responsabilidade de chamar a atenção do leitor e, em contra partida, precisa abdicar desta atenção para que possa ser lida (Bringhurst, 2005).

Em ambientes multimídia, este recurso merece ainda mais atenção, por que a leitura dos textos pode acontecer de diversas formas. Lupton (2015) explica que as publicações digitais transformaram os leitores em usuários. Estes buscam controle sobre o conteúdo, interagem com a informação de maneira não linear e muitas vezes imprevisível. Nesse sentido, a partir de um simples recuo no início de um parágrafo sinalizando uma ideia nova ou com um link destacado mostrando ao usuário um direcionamento para ampliação da informação, a tipografia pode auxiliar o leitor a navegar pelo conteúdo (Lupton, 2006).

Além de ser responsável por compor textos, a tipografia também pode assumir qualidades pictóricas, uma vez que palavras também são figuras. Desta forma, tornam-se autossuficientes e com alto poder de impacto (Samara, 2011a). Já, em blocos de texto, as palavras fazem parte de uma sequência que podem fluir de uma página ou coluna para outra (Lupton, 2006).

Em produtos multimídia, são encontradas essas duas formas de aplicação da tipografia – como imagem e em blocos de texto – além de ambas combinadas com movimentos, quando palavras, textos e caracteres se deslocam pela tela ou sofrem transformações na sua estrutura.

Tipografia estática

Em ambientes multimídia, para tratar da tipografia que se apresenta sem a combinação com movimento, adota-se o termo “tipografia estática”. Essa terminologia é explicada por Lupton (2015, p. 165) quando a autora afirma que a “maioria das letras são

criadas para ser estática, frontal e vertical”. Ainda, conforme Brownie (2007, p. 1), “a atual compreensão da natureza da tipografia assume que ela seja estática, com propriedades de forma e cor”.

O uso da tipografia estática em ambientes digitais pode ser observado no livro “*Alice in Wonderland*”, escrito por Lewis Carrol, para iPad. Neste exemplo, interatividade e animação estão presentes nas ilustrações do livro, enquanto o texto permanece constantemente estático, o que possibilita o usuário ler com conforto e no tempo que desejar.

Figura 1: Alice para iPad.



Fonte: Carrol (2010)

Para compreender a tipografia estática, buscam-se principalmente os fatores da tipografia clássica, baseada em publicações impressas. Os primeiros fatores que devemos considerar no âmbito da tipografia estática, são a leitura e a legibilidade, pois dizem respeito à forma com que o usuário irá ler as palavras e os textos. Inicialmente deve-se distinguir os dois termos. O primeiro, leitura, está ligado à qualidade de conforto visual. Refere-se à compreensão do leitor ao ler o conteúdo como um todo e à quantidade de tempo que ele se dedica ao texto sem se cansar. O segundo, legibilidade, é relacionada à clareza de caracteres isolados. Refere-se à percepção e à velocidade com que um caractere pode ser reconhecido (Farias, 2002).

O reconhecimento do caractere, depende, principalmente, da sua forma, ou seja, da sua anatomia tipográfica. Ela trata das características estruturais básicas, que seguem convenções de desenho e detalhes presentes em todos os alfabetos e letras, e de proporções

específicas, como o contraste na espessura das hastes e traços, presença ou não de serifas, espaços internos, dimensões de altura de x, ascendentes e descendentes (Samara, 2011b).

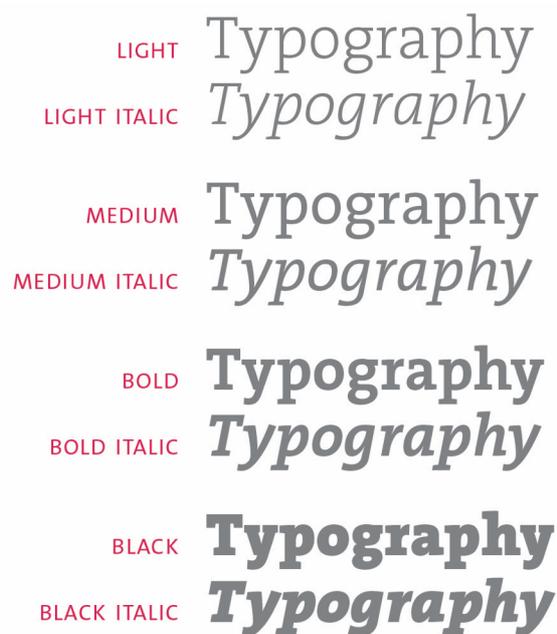
Figura 2: Anatomia tipográfica.



Fonte: Elaborado pelos autores com base em Lupton (2006) e Samara (2011b).

As fontes de texto geralmente apresentam variação de peso – *light*, *medium*, *bold* e *black*, e assim, formam uma série hierárquica que se baseia na adaptabilidade geral e na frequência de uso da tipografia em textos. Normalmente, o volume dos tipos *bold* e a inclinação dos tipos itálicos são utilizados para dar destaque em meio à um fluxo de texto composto com tipos romanos, predominantemente perpendiculares. Ao reverter essa ordem, o texto poderá causar desconforto físico ao leitor (Bringhurst, 2005).

Figura 3: Variação de pesos tipográficos.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nas pesquisas realizadas.

Ainda neste sentido, apesar das letras maiúsculas serem as formas mais antigas do alfabeto e com desenho simples, as letras minúsculas apresentam muito mais variedade e distinção visual, favorecendo a legibilidade em textos mais longos (Samara, 2011b).

Entretanto, “a legibilidade das letras tipográficas não dependem apenas de sua forma (...), mas também do vazio esculpido entre elas e à sua volta” (Bringhurst, 2005, p. 43). Essa relação entre forma e contra forma define o espaçamento ideal para uma fonte referente aos espaços entre letras, palavras, linhas de texto e parágrafos. Esses espaços são essenciais para criar uma uniformidade no texto e minimizar as distrações para o leitor (Samara, 2011a). Bringhurst (2005) ainda acrescenta que um bom espaçamento entre as palavras é o que diferencia uma linha de texto que precisa ser decifrada, de uma linha que pode ser lida com eficiência.

“A partir do surgimento de produtos digitais, observou-se que considerar apenas os princípios herdados da tipografia tradicional não eram suficientes para que houvesse o conforto de leitura na tela” (Woloszyn; Gonçalves, 2016). Com isso, alguns fatores foram reavaliados e reestruturados para o meio digital, como o tamanho de fonte aplicada às publicações. Conforme Bonsiepe (2015, p. 51) “a leitura de textos no monitor requer um tamanho maior do que em um livro”. Essa afirmação é apoiada na explicação de Lupton (2015), ao colocar que, devido a luminosidade do visor digital, a distância que um usuário se posiciona diante de um computador ou de um dispositivo de leitura digital é maior do que a distância que se posiciona de um livro impresso. Além disso, a luminosidade também pode tornar as letras imprecisas, o que reafirma a necessidade do uso de tamanhos maiores das letras. Entretanto, para telas pequenas, como as de *smartphones*, os tipos podem ser menores do que os aplicados em um computador de mesa. Nesta situação, o usuário pode ajustar com mais facilidade a distância entre a tela e o seu olhar para obter o tamanho mais adequado às suas necessidades, tornando a leitura mais confortável (Lupton, 2015).

Outro fator reavaliado em função da luz do visor digital, é a cor aplicada à tipografia. A matiz escolhida, somada à luminosidade do dispositivo, pode prejudicar a legibilidade dos caracteres, o que requer uma escolha cuidadosa da cor utilizada nas palavras e textos de publicações digitais. Ainda, a cor pode conferir profundidade à tipografia, assim, um elemento escuro, apresentado em fundo claro, aparenta estar mais perto do usuário enquanto um elemento claro presente no mesmo espaço parece recuar (Samara, 2011a). Conforme afirma Samara (2011b), o segredo para bons arranjos tipográficos é o contraste. Desta maneira, é necessário que a tipografia contraste com o fundo em que está apoiada para garantir a legibilidade e a leiturabilidade dos texto na tela.

Além dos fatores estéticos relacionados à tipografia, também devem ser avaliados alguns aspectos técnicos, como a flexibilidade e a adaptabilidade da fonte. A flexibilidade está relacionada à versatilidade de uma fonte e verifica seu desempenho em diferentes tamanhos, pesos (*light*, *medium*, *bold*) e funcionalidades (corpo de texto e título). E a adaptabilidade avalia se a fonte é otimizada para o uso em telas, se o *hinting* bem feito (informações contidas nas fontes que minimizam a perda de qualidade da fonte quando apresentada em um dispositivo de baixa resolução) e se seu desempenho é o mesmo em diferentes dispositivos e sistemas operacionais (Lupton, 2015).

Ainda, deve-se considerar em que mídias e suportes a tipografia está aplicada, uma vez que, cada uma delas, possui características e particularidades diferentes. Por exemplo, no cinema, a tipografia assume um caráter interpretativo que introduz o espectador aos conceitos do filme, e requer uma linguagem mais envolvente. Já a televisão tem um caráter essencialmente rápido e efêmero e a tipografia pode estar presente tanto nos programação da emissora, quanto nos anúncios e em infográficos de diferentes contextos. E na *web*, vista como um meio utilitário, encontram-se diversas experiências de leitura construídas a partir dos conceitos de simultaneidade, não-linearidade e interatividade (Rodrigues; Videira; Carvalho, 2008).

O tratamento tipográfico, além de transmitir o conteúdo de uma publicação, também pode acrescentar mensagens aos layouts, a partir de informações que não estão literalmente expressas pela escrita em si (Samara, 2011a). Sendo assim, ao desenvolver projetos multimídia que incluam a tipografia, verificar os fatores citados anteriormente podem contribuir para o sucesso deste produto.

Tipografia em movimento

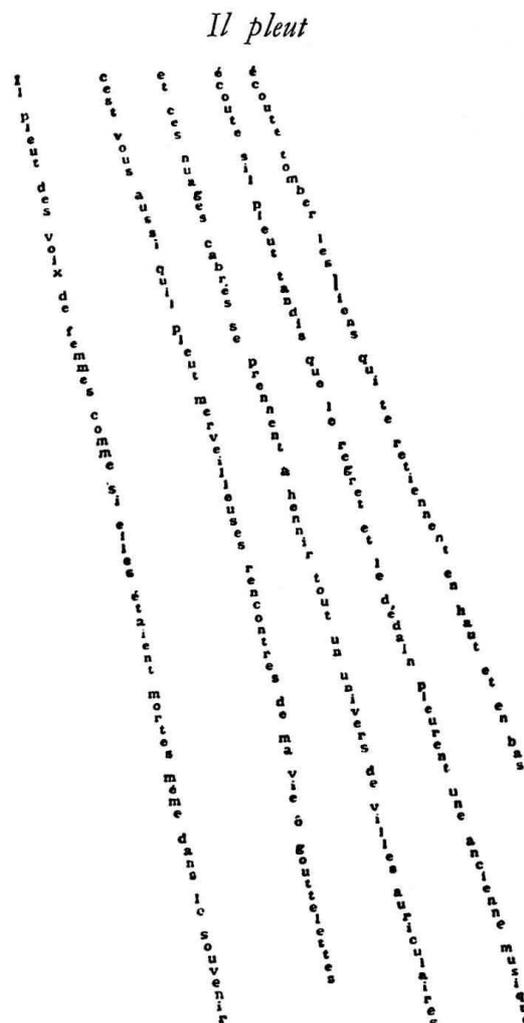
O surgimento de novas tecnologias de informação e comunicação permitiu o uso da tipografia de forma mais expressiva. Com isso, a tipografia foi removida dos limites da publicação impressa e está cada vez mais inserida em projetos de diferentes meios de comunicação, como vídeos, cinema, televisão, *web*, entre outros, principalmente através da combinação dos tipos e textos com movimento (Turgut, 2012). Diferente da tipografia estática, a tipografia em movimento, também denominada como tipografia cinética ou animação tipográfica, integra conceitos de tecnologia, música, narrativa literária, entre outros (Hoestetler, 2006).

Neste contexto, Brownie (2012) cita que ainda não há um consenso entre os pesquisadores, no que se refere à terminologia utilizada para abordar o assunto. Para a autora, muitas vezes os teóricos se contradizem ao aplicarem os mesmos termos para descrever recursos diferentes, como é o caso dos que utilizam a expressão “tipografia cinética” para se referir aos tipos em movimento. Isso por que, negligenciam o fato de que, muitas vezes, o movimento nem sempre está presente em todas as formas de

tipográfica cinética, pois a letra pode ser cinética sem nunca se mover no espaço em que está aplicada. Assim, Brownie (2007) opta por outras nomenclaturas para tratar do assunto: (i) tipografia em movimento, onde os tipos mudam a localização na tela e percorrem caminhos e; (ii) tipografia fluída, quando as formas das letras são distorcidas.

Para Hillner (2009), o termo “tipografia cinética” não está necessariamente ligado aos meios digitais. Ele engloba também as primeiras formas de intenção de movimento sobre a tipografia observada nas poesias visuais do século XX, que utilizavam os tipos de forma mais expressiva, mesmo que de forma impressa. Já o termo “tipografia em movimento” é usado principalmente para as comunicações através de telas.

Figura 4: Poesia visual “*Il pleut*” – Guillaume Apollinaire.



Fonte: Hillner (2009, p. 15)

Apesar dos impasses envolvendo a nomenclatura, não há dúvidas que a tipografia em movimento se caracteriza pelos tipos que se movem no espaço. Ainda, os caracteres e palavras podem desaparecer e aparecer, piscar letra por letra ou mudar de escala, cor e camada (Lupton; Phillips, 2008). Além de considerarmos todos os fatores referentes a tipografia estática – legibilidade e leiturabilidade, forma dos tipos, espaçamentos, tamanho e cor da fonte, flexibilidade e adaptabilidade –, a tipografia em movimento requer atenção especial ao movimento. Ele é o responsável por dar “vida à tipografia ao adicionar complexidade e dimensão a letras bidimensionais” (Lupton, 2015, p. 165), permitindo maior eficiência na comunicação (Brandão, 2015).

Elemento essencial incorporado ao movimento, é o ritmo. Em produtos que utilizam a tipografia em movimento, ele depende principalmente da articulação e integração de todas as partes que compõem o produto para garantir a fluidez das sequencias de imagens, sons e texto, ao mesmo tempo (Las-Casas, 2007). Ainda, o ritmo, pode substituir pontuações, dar ênfase e indicar pausas e divisões, e com isso, mudar a percepção do usuário sobre a mensagem, além de modificar o significado delas (Brandão, 2015).

A tipografia não trata apenas da forma e composição das letras. Elas podem se apresentar integradas com outros meios, como textura e tridimensionalidade. Esses recursos, observados junto aos tipos, podem destacar ou não uma informação e expressar significados diferentes. Também é importante não isolar a tipografia dos demais elementos presentes no mesmo espaço, como ilustrações, fotografia, *background*, etc (Leeuwen, 2006). A organização desses recursos orienta os usuários e a distinção clara entre as informações primárias, secundária e terciárias, é o que define uma forte hierarquia visual para o produto (Brandão, 2015).

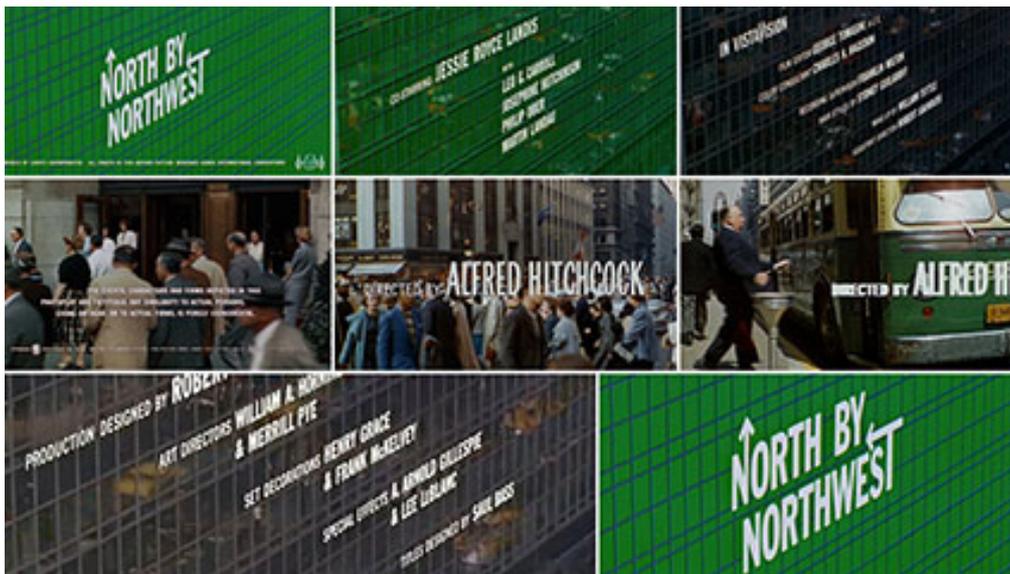
Como forma de visualizar a organização do projeto da tipografia em movimento como um todo, e a integração dos tipos com os demais elementos, é possível se apropriar da ferramenta de *storyboard*. Caracterizada como uma série de esboços que mostra a estrutura primária e os movimentos dos tipos e de outros elementos na tela, o *storyboard* – também denominado como sequência de frames – é desenvolvido durante a pré-produção com o objetivo de visualizar, planejar e comunicar rapidamente uma narrativa sequencial (Lupton, 2015).

Conforme explica Las-Casas (2007), a adição de um elemento temporal incorporado na sua narrativa é a principal diferença entre o design para materiais impressos e para produtos digitais. Pois, em publicações impressas, o elemento “tempo” é determinado pelo leitor, é ele quem determina quando e por quanto tempo irá folhear ou ler uma revista, por exemplo. Enquanto isso, em produtos digitais, o “tempo” muda a forma com que o leitor interage como o produto. Como acontece na tipografia em movimento, em que são os caracteres que se movem enquanto os olhos do usuários os

seguem. Com isso, o leitor tem um papel mais “passivo”, e a experiência de leitura se torna efêmera. Assim, a partir desta mudança na forma de leitura, deve-se considerar tanto a temporalidade e efemeridade da tipografia em movimento quanto a dimensionalidade, que se refere à criação de um espaço ilusório para a tipografia (Rodrigues; Videira; Carvalho, 2008).

Cabe ressaltar que a tipografia em movimento não é um fenômeno novo. “Saul Bass foi o pioneiro dessa mídia, há mais de 50 anos, com suas sequências de abertura inovadoras para os filmes de Alfred Hitchcock” (Lupton, 2015, p. 165). Ele ainda é considerado por muitos críticos o criador das sequências de crédito de abertura, pois antes de suas experimentações, as introduções dos filmes eram parecidas com páginas de livro impresso (Las-Casas, 2007).

Figura 5: Sequência de abertura dos créditos do filme “North by Northwest” desenvolvido por Saul Bass em 1959.



Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=FCfv5P8GXU4&nohtml5=False> Acesso em: 30 mar. 2106

Outro universo que tem explorado a tipografia em movimento são os *lyric videos*, compreendidos como clipes musicais desenvolvidos com as letras das músicas sincronizadas com o áudio correspondente. Como mostra a figura a seguir, a música “Part of me”, gravada pela cantora Katy Perry, utilizada a tipografia em movimento com transformações dos tipos, entradas de palavras, e inserções de tridimensionalidade nas letras.

Figura 6: Lyric Video “Part of Me” de Katy Perry.



Disponível em:
https://www.youtube.com/watch?v=2Fko7_SV3Lc
Acesso em: 30 mar. 2106

A tipografia em movimento é um recurso que vem sendo cada vez mais explorado. Podemos encontrá-la no cinema, em clipes musicas, livros digitais, telões urbanos e até mesmo de formas mais sutis como tipos que se movem ao abrir aplicativos de *smartphones* ou *tablets* (Lupton, 2015).

Resultados e discussões

A partir da análise do referencial teórico, foram agrupados os conceitos trazidos conforme os autores de referências na tabela apresentada a seguir.

Tabela 1: Síntese de conceitos levantados com base no referencial teórico a partir dos autores de referência.

Legibilidade e leitura	
Autor	Contribuição
BRINGHURST (2005);	Pode-se utilizar pesos maiores e itálicos em um bloco de texto para dar destaques, porém quando a lógica é invertida, pode causar desconforto visual ao leitor. - A legibilidade dos caracteres dependem também dos espaços vazios em torno deles.
FARIAS (2002);	A leiturabilidade está ligada ao conforto visual de leitura, enquanto a legibilidade está relacionada à clareza e reconhecimento dos caracteres isolados.
LUPTON (2006) (2015);	Para que sejam legíveis, os textos em tela devem ter fontes com tamanhos maiores do que as aplicadas em textos impressos, pois a luminosidade do visor modifica a distância que o leitor se posiciona do suporte onde está apoiado o texto.
SAMARA (2011a) (2011b)	A letras minúsculas apresentam mais distinção visual favorecendo a legibilidade em textos longos. - A relação de forma e contra forma dos caracteres minimiza a distração dos leitores. - A cor aplicada à tipografia na tela também é um ponto que pode prejudicar ou facilitar a leitura em tela, por conta da luminosidade da tela.
Flexibilidade e adaptabilidade	
Autor	Contribuição
LUPTON (2015)	Deve-se avaliar fatores técnicos da fonte. A flexibilidade trata da versatilidade da fonte e a quantidade de variações, enquanto a adaptabilidade avalia seu desempenho em diferentes dispositivos.
Relação com outras mídias	
Autor	Contribuição
BRANDAO (2015)	O ritmo pode mudar a percepção do usuário e as próprias mensagens.
LAS-CASAS (2007)	O ritmo depende da integração de todas as partes que compõem o produto para garantir fluidez.
LEEUWEN (2006)	É importante não isolar a tipografia dos demais elementos, ela se apresenta integrada à imagens e aplicadas ao background.
LUPTON (2015)	O storyboard permite visualizar o projeto como um todo e desenvolver a integração de todos os componentes do projeto.
Tipos de mídia	
Autor	Contribuição
RODRIGUES; VIDEIRA; CARVALHO (2008)	Deve-se considerar em que mídia a tipografia vai ser aplicada e suas especificidades.

Dimensionalidade

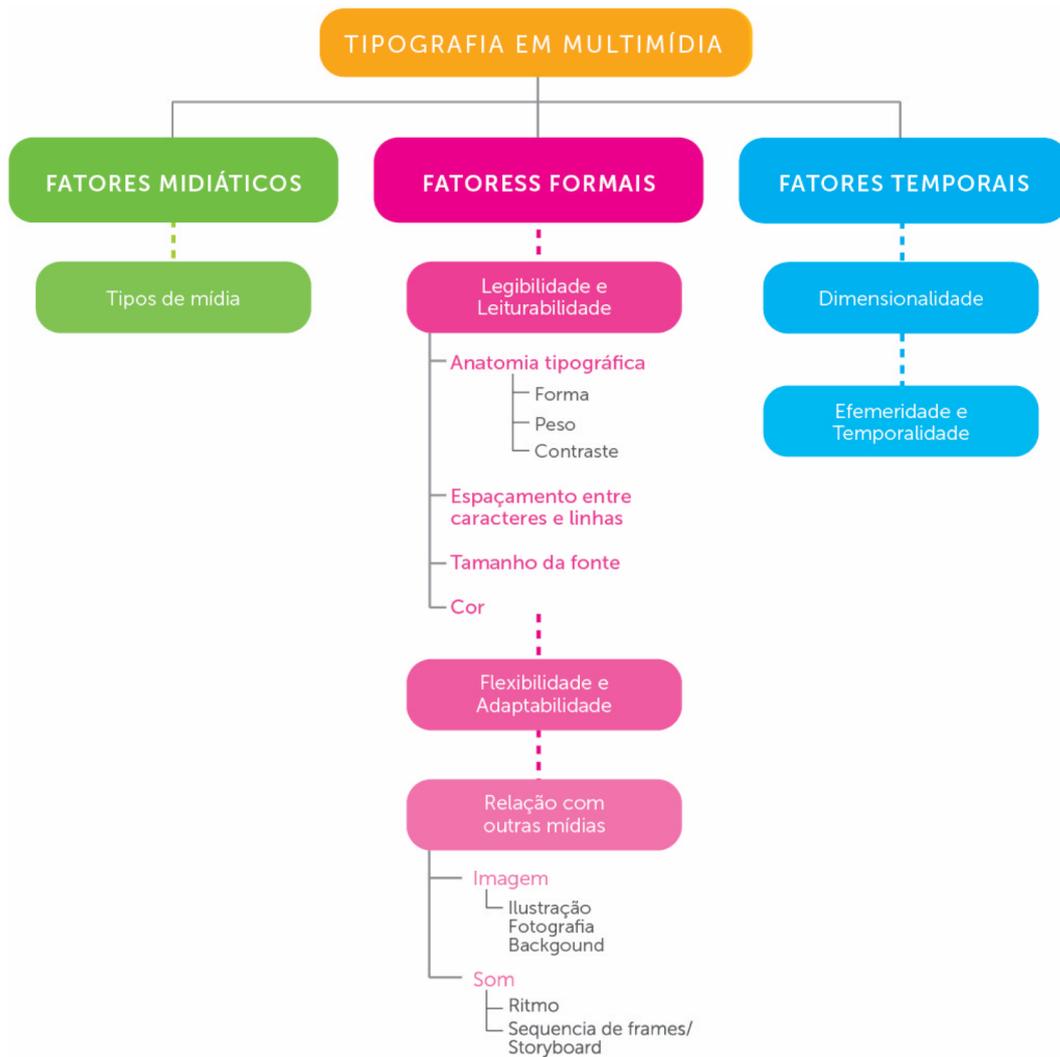
Autor	Contribuição
RODRIGUES; VIDEIRA; CARVALHO (2008)	Define o espaço ilusório para a tipografia.

Efemeridade e temporalidade

Autor	Contribuição
LAS-CASAS (2007)	A adição da temporalidade é a principal diferença entre o design de publicações impressas e digitais.
RODRIGUES; VIDEIRA; CARVALHO (2008)	Na tipografia em movimento, o leitor apenas acompanha o movimento dos tipos, o que torna a leitura efêmera e limitada ao tempo determinado para o recurso.

A partir das contribuições identificadas na literatura e sistematizadas na tabela 1, estruturou-se um gráfico, conforme mostra a figura a seguir, com fatores que podem orientar o uso da tipografia em projetos multimídias. Foram identificados e organizados três fatores que devem ser considerados ao desenvolver um projeto multimídia: fatores midiáticos, fatores formais e fatores temporais.

Figura 7: Gráfico de resultados com fatores que orientam o uso da tipografia em ambientes multimídia.



Fonte: Elaborado pelos autores com base em pesquisa realizada.

No primeiro fator, midiático, é avaliado para qual tipo de mídia é desenvolvido o projeto (*web*, TV, cinema, dispositivos móveis, entre outros). Os fatores formais envolvem principalmente os aspectos tipográficos dos caracteres e é dividido em outros três fatores: (i) Legibilidade e leiturabilidade: onde encontram-se os fatores que influenciam o entendimento e reconhecimento do conteúdo apresentado, e compreendem as observações sobre anatomia tipográfica, espaçamento entre linhas e caracteres, tamanho e cor dos tipos. (ii) Flexibilidade e adaptabilidade: trata da versatilidade da fonte no desenvolvimento do produto multimídia e a capacidade técnica de adaptação às telas; (iii) Relação com outras mídias: compreende como a tipografia se integra com os outros elementos do produto. No caso da tipografia estática, as imagens que compreendem

ilustrações, fotografia e o próprio background onde os tipos estão apoiados. Já para a tipografia em movimento, também observa a relação dos tipos com o som, o que trata também do ritmo e da sequência de frames do produto. E, por último, os fatores temporais compreendem: (i) Dimensionalidade: compreende o “espaço” em que a tipografia em movimento irá ser apresentada; (ii) Efemeridade e Temporalidade: diz respeito sobre o tempo de interação do usuário com o produto.

Esses fatores podem ser considerados tanto para a tipografia estática quanto para a tipografia em movimento ao aplicá-las em produtos multimídia. Vale ressaltar ainda, que, nem todos os fatores precisam ser explorados com a mesma intensidade, e que este nível irá depender do projeto em questão e dos seus objetivos.

Considerações Finais

A partir o avanço das tecnologias, novas formas de comunicação surgiram, modificando a forma como as pessoas acessam os conteúdos informativos. Nesse contexto, é possível identificar o crescimento da utilização de produtos multimídias que permite a reformulação de recursos gráficos para que se tornem mais atrativos para o usuário. Um exemplo disso, são os textos, que se transformaram de acordo com a disseminação das mídias digitais e das necessidades dos leitores.

Parte intrínseca dos textos, é a tipografia, e por isso é importante conhecer seu comportamento em ambientes multimídia, uma vez que, a maioria das orientações existentes para este recurso, estão relacionadas ao seu uso em publicações impressas. Por isso, os fatores resultantes das pesquisas e análises desenvolvidas revelam potencial de contribuição para o design de multimídia, pois organizam parâmetros sobre o uso da tipografia aplicada em ambientes digitais baseados em tela, que podem orientar equipes desenvolvedoras deste tipo de publicação.

Pode-se verificar durante os estudos que apenas a literatura clássica sobre tipografia, referente à sua aplicação em produtos impressos, não são suficientes para estudar este campo em expansão. Sendo assim, o estudo se faz relevante pois identifica especificidades da tipografia no âmbito multimídia.

Destaca-se, ainda, a necessidade de ampliação de pesquisas sobre tipografia em movimento. Este tema ainda é pouco explorado de forma científica, apesar de seu uso já ser comum principalmente nas produções cinematográficas.

Como continuidade deste trabalho, propõem-se avaliar um produtos multimídia que utilize a tipografia estática e em movimento, a partir dos fatores orientadores de projeto, gerados neste estudo.

Referências bibliográficas

- Bonsiepe, G. (2015). Do material ao digital. São Paulo: Blucher.
- Brandão, J.A. (2015). Motion Graphics Ergonomics: Animated Semantic System, for Typographical Communication Efficiency. *Procedia manufacturing* 3, 2015. Disponível em <http://ac.els-cdn.com/S2351978915009658/1-s2.0-S2351978915009658-main.pdf?_tid=b3bcfdda-149c-11e6-a560-0000aacb35e&acdnat=1462657574_da682fb8b1ce5d49be082fd4ce29c755> Acesso em 04 mai. 2016.
- Bringhurst, R. (2005) Elementos do estilo tipográfico. Versão 3.0. São Paulo: Cosac Naify.
- Brownie, B. (2016). One form, many letters: Fluid and transient letterforms in screen-based typography artefacts. Reino Unido: University of Hertfordshire, MeCCSA Postgraduate Network Conference, 2007. Disponível na internet por http em: <http://www.fluidtype.org/MeS_SCA_Brownie_FluidType.pdf> Acesso em: 30 mar. 2016.
- Brownie, B. (2012). Fluid characters in temporal typography. *Fusion issue 1*, 2012. Disponível em < <http://www.fusion-journal.com/issue/001-fusion/fluid-characters-in-temporal-typography/>> Acesso em 30 mar. 2016.
- Carrol, L. (2010). Alice in Wonderland - lite. Londres: Atomic Antelope, livro digital.
- Farias, P. (2002) Legibilidade e tipografia. *Tupigrafia* 3.
- Gosciola, V. (2003). Roteiro para novas mídias: do cinema às mídias interativas. São Paulo: Ed. Senac.
- Hillner, M. (2006). Virtual Typography: time perception in relation to digital communication. *Leonardo Electronic Almanac*, Vol 14. No 05-06. Disponível em:<http://leoalmanac.org/journal/vol_14/lea_v14_n0506/mhillner_lea140506.html#zoom=100,0,0> Acesso em 30 mar. 2016
- Hostetler, S.C. (2006). Integrating typography and motion in visual communication. Cedar Falls, IA, EUA: University of Northern Iowa. Disponível em: <http em: <<http://www.units.muohio.edu/codeconference/paprs/papers/soo%20hostetler2006%20idmaa%20full%20paper.pdf>> Acesso em: 30 mar. 2016.
- Katy, P. (2012). Part of me (lyric video). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2Fko7_SV3Lc>. Acesso em: 30 mar. 2016.

- Las-Casa, L.F. (2007). Cinedesign: typography and motion pictures. *InfoDesign*. P. 12-19.
- Leeuwen, T.V. (2006). Towards a semiotics of typography. *Information design journal*. Disponível em <http://www.ixdcth.se/courses/2012/tda492/sites/default/files/files/Reading_Towards_a_Semiotics_of_typography.pdf> Acesso em 04 mai. 2016.
- Lupton, E. (2006). *Pensar com tipos*. São Paulo: Cosac Naify.
- Lupton, E. (2015). *Tipos na tela*. São Paulo: Gustavo Gili.
- Lupton, E.; Phillips, J. C. (2008). *Novos fundamentos do design*. São Paulo: Cosac Naify.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. London: The MIT press Cambridge.
- Nort by northwest - title sequence, 2013. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=KVUnUmPV33c>>. Acesso em: 30 mar. 2016.
- Paula Filho, W.P. (2009). *Multimídia: conceitos e aplicações*. Rio de Janeiro: LTC.
- Ribeiro, N. (2012). *Multimédia e tecnologias interactivas*. 5.ed. FCA-Editora de informática. Lisboa.
- Rodrigues, L.; Videira, M.; Carvalho, S. (2008). *Tipografia em movimento: Dimensão metafórica*. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa. Disponível em: <http://issuu.com/scarvalho/doc/s/livro__visualiza__o_online_> acesso em: 24 out. 2010.
- Samara, T. (2011a). *Guia de design editorial*. Porto Alegre: Bookman.
- Samara, T. (2011b). *Guia de tipografia*. Porto Alegre: Bookman.
- Turgut, O.P. (2012). *Kinetic typography in movie title sequence*. Turkey: Artsud. Disponível em <http://ac.els-cdn.com/S1877042812033472/1-s2.0-S1877042812033472-main.pdf?_tid=b7fdf606-f60b-11e5-9f40-00000aab0f27&acdnat=1459296769_df964c59d65667a121af42eca372233f> Acesso em: 30 mar. 2016.
- Woloszyn, M.; Gonçalves, B.S. (2016). As configurações da tipografia em ambiente multimídia. In: Congresso De Ciências Da Comunicação Da Região Sul, 17., 2016, Curitiba. Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul. São Paulo: Intercom. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0604-1.pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2016.