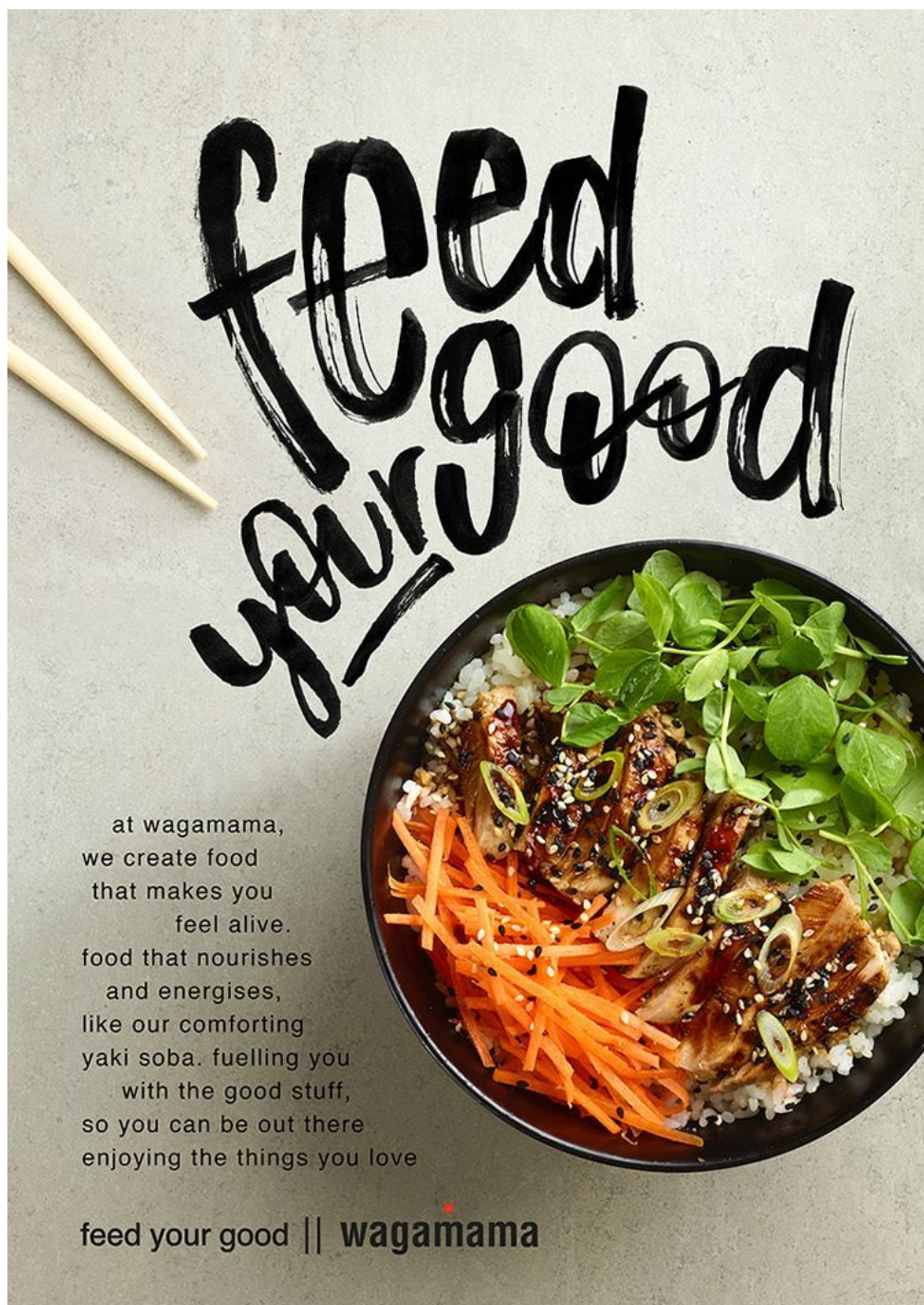


## Tipografia com e sem serifa

A tipografia é um elemento importantíssimo para a identidade visual de uma marca e também de um determinado material gráfico. Ela pode contribuir na transmissão da mensagem que você deseja passar, reforçando e apoiando visualmente ideias e conceitos. A escolha dela, portanto, não é meramente estética: também deve levar em conta esta noção de contribuição para a identidade.

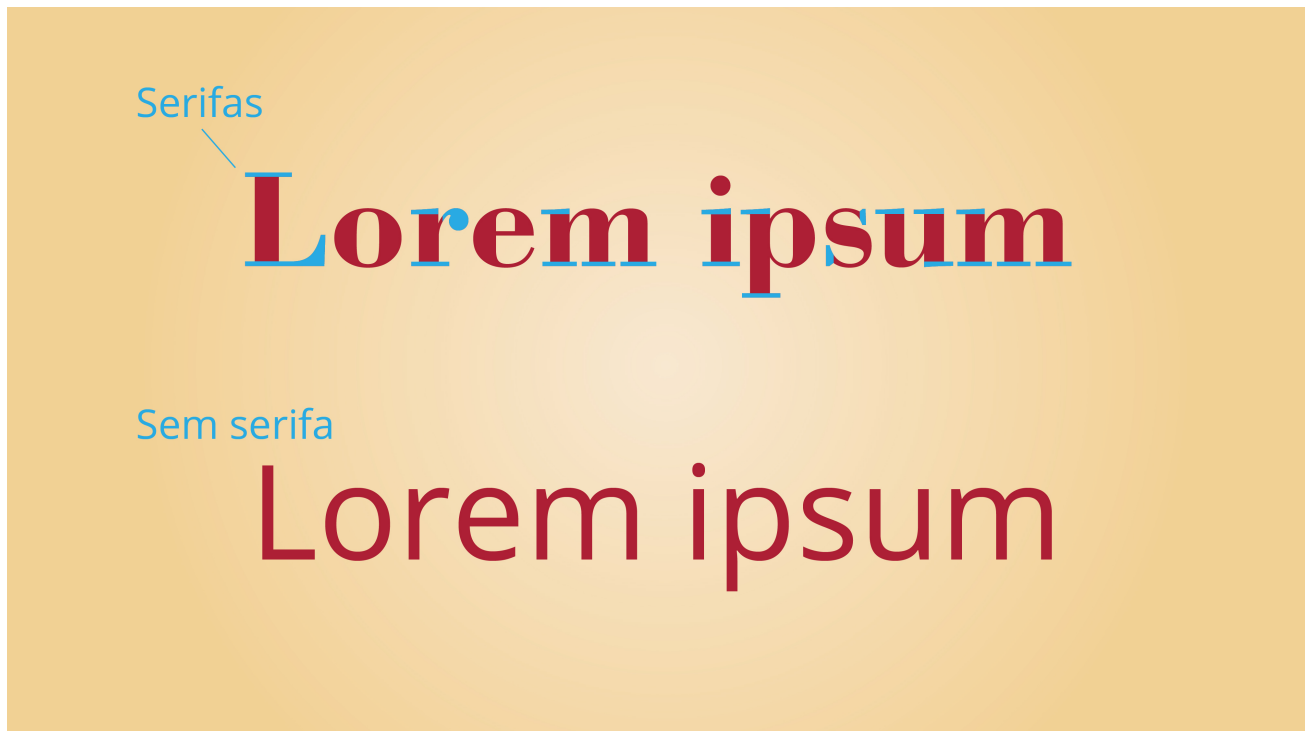
A partir daí, existe um grande universo de escolhas. À parte as tipografias fantasia ou display - que não são compatíveis com textos corridos - as fontes se dividem em dois grandes grupos: com serifa e sem serifa. Você pode (e deve!) trabalhar com os dois juntos em seus materiais. Vamos ver quais são as principais diferenças entre os grupos?



Neste cartaz, a frase "Feed you good" está escrito com uma fonte fantasia. Em textos curtos esse tipo de tipografia funciona bem e confere um acabamento visual interessante. Já em massas de texto maiores os seus detalhes complexos,

*espaçamentos e formas irregulares dificultam o fluxo da leitura. Repare, então, como as informações corridas estão numa fonte para texto.*

**Fontes com serifa:** Afinal, o que são serifas (ou serif)? São pequenas linhas nas bordas das letras e símbolos das famílias tipográficas.



As serifas funcionam como um "guia" para os olhos, criando um fluxo de leitura. Elas auxiliam também no aumento do contraste e o espaçamento entre as letras individualmente, facilitando sua identificação.

**Fontes sem serifa:** As fontes sem serifa (sans serif) não possuem essas pequenas linhas. Elas são muito utilizadas em trabalhos web e se comportam bem em pequenas dimensões.

#### Mas qual eu devo utilizar?

Não existe uma regra! Tenha em mente a aplicação e as dimensões da tipografia, além, é claro, da identidade do seu projeto. Geralmente, em grandes volumes de texto impresso, fontes com serifa se comportam melhor. Já para textos na web, fontes sem serifa funcionam bem. Mas seja ousado e combine ambas. No caso de materiais para tela, você pode, como fizemos na apresentação, reservar fontes serifadas para textos curtos, a fim de reforçar a mensagem e, para informações menos importantes, utilizar sem serifa. Experimente também o inverso em trabalhos impressos: aplique fontes sem serifa em textos mais curtos, que merecem destaque, e fontes com serifa na massa corrida.