

Progettare interfacce

04 | Tipografia

Le 5 regole

1. La qualità grafica di un documento è determinata dall'aspetto del **BODY TEXT** questo perché c'è più BODY TEXT che qualsiasi altro elemento.
2. La **font size** (dimensione carattere) determina la grandezza del testo. Per essere leggibile in sul web dai 12 ai 25 pixel mentre in stampa dai 10 ai 12 pt.
3. Il **line spacing** (interlinea) è la distanza verticale tra una linea e l'altra. Dovrebbe essere di circa 120%-145% del font size.
4. La **line length** è la larghezza del blocco di testo. In numero di caratteri contenuti in una singola linea di testo dovrebbe essere compresa dai 45 ai 90.
5. La scelta del font. Il modo più facile per migliorare l'impatto visivo è usare solo font professionali.

Line Length

Font Size
Line Spacing

Paragraph Spacing

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit. Ligula
eu aenean morbi bibendum.

Sollicitudin mauris senectus
congue nunc mollis dictum eu in
tincidunt cras urna.

Luctus erat pretium sagittis
tempor auctor sodales. Eu
dictumst nunc sagittis at in eu.

Fonts

I fonts sono dei file statici e ogni singolo file contiene le informazioni che definiscono le forme di ogni singola lettera, simbolo e spazio.

La scelta del font è una parte molto importante per il nostro design, quindi dobbiamo sapere dove trovarli e come installarli.

Esistono parecchi siti a pagamento con font professionali e generalmente quelli gratuiti sono tutti spazzatura. Ma esistono servizi "gratuiti" che permettono di trovare e scaricare comunque fonts professionali. Ad esempio:

Google Fonts (<https://fonts.google.com>)

Adobe Fonts (<https://fonts.adobe.com>)

Poppins Regular

Lorem ipsum dolor sit amet.

Heebo Regular

Lorem ipsum dolor sit amet.

Pt Mono Regular

Lorem ipsum dolor sit amet.

Rasa Regular

Lorem ipsum dolor sit amet.

Font Family

La font family determina tutta la famiglia di un determinato font, quindi spessore, inclinazione e larghezza del carattere.

Infatti all'interno dello stesso font possiamo scegliere se utilizzare il bold (font più spesso) o l'italic (font corsivo).

Per la scrittura di testi utilizzare sempre il Light o Regular. Mentre per i testi in grassetto il Bold e in corsivo Italic.

Comunque durante la scrittura di un testo utilizzare il grassetto e l'italico il meno possibile. Dovrebbero essere utilizzati solo per enfatizzare alcune parole. Se enfatizziamo tutto allora non enfatizziamo nulla.

Thin (100)

Extra-Light (200)

Light (300)

Regular (400)

Medium (500)

SemiBold (600)

Bold (700)

Extra-Bold/Heavy (800)

Black (900)

Categorie di Font

I fonts più utilizzati sono di tipo **Serif** (con le grazie) e di tipo **Sans Serif** (senza grazie). La differenza sostanziale tra queste due categorie di font è l'utilizzo o meno delle "grazie", ovvero quei piccoli prolungamenti alle estremità delle aste che derivano dalla scrittura calligrafica manuale.

Poi abbiamo i font **Monospaced** cioè a spaziatura unica. Questo nome viene dato perché ogni singolo carattere occupa sempre la stessa larghezza.

Per ultimo la categoria che chiamiamo **Goofy Fonts**. Sono tutto il resto dei font più grafici e artistici. In un documento professionale non c'è spazio per utilizzare questo tipo di font.

Proportional

Monospaced

Abc
San-serif

Abc
Serif

ABC
Display

Abc
Script

Psicologia del font

Serif Fonts

I serif fonts sono i più tradizionali, restituiscono sensazioni di tradizione, eleganza e allo stesso tempo fiducia e rispetto. Utilizzati principalmente da compagnie finanziarie, brand di vestiari, università ed editoriali consolidati.



ZARA

VOGUE

Psicologia del font

San Serif Fonts

I san serif sono font più minimali per questo trasmettono senso di modernità e semplicità. Principalmente utilizzati dalle tech companies ma possono essere usati anche da start up moderne e brand sportivi.

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, green, red) using a clean, sans-serif typeface.The Adidas logo features the iconic three white stripes above the word "adidas" in a lowercase, bold, sans-serif font.The Spotify logo consists of a green circular icon with three white curved lines, followed by the word "Spotify" in a bold, lowercase, sans-serif font.

Psicologia del font

Slab Serif

Slab serif sono font molto simili al serif ma che conferiscono ancora più solidità e confidenza. Sono stati utilizzati tantissimo per brand di compagnie tecnologiche e del industria dell'automobile.

SONY[®]

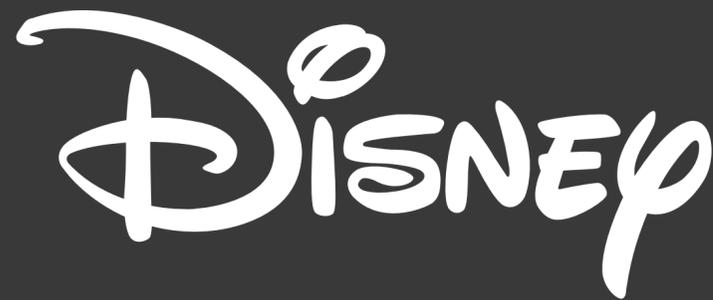
VOLVO



Psicologia del font

Goofy o Display Fonts

Questa tipologia di font viene utilizzata principalmente per brand unici e divertenti.

The word "Disney" is written in a white, rounded, and slightly irregular font. The letters are thick and have a friendly, approachable feel, characteristic of a display or gothic font.The word "Coca-Cola" is written in a classic, red, cursive script font. The letters are thin and have a flowing, elegant feel, characteristic of a script font.