

Mary Vonni Meürer de Lima e Berenice Santos Gonçalves*

Seleção tipográfica no contexto do design editorial: uma abordagem qualitativa para identificação de critérios

*

Mary Vonni Meürer de Lima possui graduação em Design Gráfico e especialização em Comunicação na Era Digital pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR e mestrado em Design e Expressão Gráfica, linha de pesquisa Hipermídia, pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Aluna do doutorado na mesma instituição, na linha de Mídia e Tecnologia. Professora da UFSC do curso de Design, nas disciplinas de InfoDesign, Projeto Editorial, Tipografia e Tipografia Aplicada ao Design Editorial. Também desenvolve pesquisas e orienta projetos relacionadas a tipografia e ao design editorial. <mary.meurer@ufsc.br>

Berenice Santos Gonçalves possui Doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2004), mestrado em Artes Visuais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1997) e graduação em Artes Visuais - Bacharelado e Licenciatura pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1990). Atualmente exerce a função de professor adjunto na Universidade Federal de Santa Catarina onde ministra disciplinas nas áreas de Teoria da Cor e Ergonomia e usabilidade para o curso de Graduação em Design. Atua nos programas de Mestrado

Resumo O processo de seleção tipográfica constitui uma das etapas fundamentais para a o desenvolvimento de projetos de design editorial, onde a tipografia deve favorecer uma leitura imersiva. Diante do crescente número de fontes digitais disponíveis no mercado, com diferentes estilos e características este processo torna-se mais complexo principalmente para acadêmicos e profissionais em início de carreira. Buscando elencar critérios que possam orientar este processo foi realizada uma pesquisa qualitativa formalizada a partir de uma consulta a 6 especialistas em tipografia e design editorial, para identificar os critérios adotados no processo de seleção tipográfica. Ao final da pesquisa observou-se que os critérios apontados pelos especialistas corroboram e completam a revisão de literatura, acrescentando relevantes considerações sobre licenciamento de fontes e o posicionamento da publicação no mercado.

Palavras Chave design editorial, tipografia, critérios de seleção, consulta a especialistas

Type selection in the context of editorial design: a qualitative approach for identification criteria

Abstract The typographic selection process is one of the fundamental steps for the development of editorial design projects, where the typography should favor an immersive reading. Faced with the growing number of digital sources available in the market with different styles and characteristics this process becomes more complex primarily for academics and professionals in early career. Seeking to list criteria that can guide this process a qualitative research was carried out, formalized from a query to 6 specialists in typography and editorial design, to identify the criteria used in the process of typographic selection. At the end of the study it was observed that the criteria mentioned by experts corroborate and complete the literature review, adding relevant licensing considerations sources and positioning of the publication on the market.

Keywords editorial design, typography, selection criteria, expert advice

e Doutorado em Design. Desenvolve pesquisas nas linhas de Mídia e Tecnologia a partir dos seguintes eixos: “Hiper-mídia para Aprendizagem”, “Interfaces e interação” e “Design Editorial no contexto das tecnologias digitais”. É membro do grupo de pesquisa do CNPq “Ambientes Hiper-mídia para apoio ao processo ensino aprendizagem”.

<berenice@cce.ufsc.br>

1 O *Typography Primer*, ou *Adobe TypePrimer*, é um guia de referência disponibilizado pela empresa em seu site no link <<http://www.images.adobe.com/www.adobe.com/content/dam/Adobe/en/products/type/pdfs/adobe-type-primer.pdf>> Acesso em 18 de julho de 2016.

Problematização e objetivos

A aplicação da tipografia no contexto do design editorial envolve várias etapas. Inicia-se pela escolha dos tipos que serão usados no projeto, para depois definir os padrões de utilização — título, subtítulos, retrancas, legendas. As últimas etapas compreendem a construção da grade construtiva ou grid da página e a diagramação efetivamente, quando todo o texto é distribuído pelo documento de acordo com as regras pré-estabelecidas pelo designer. Todas estas etapas são fundamentais para garantir um resultado satisfatório no projeto editorial, ou seja, uma publicação adequada às necessidades do leitor e do conteúdo. O designer precisa ter o devido cuidado com cada uma delas, pois como observa Bringham (2015 pg. 28) “este é o começo, o meio e o fim da prática tipográfica: escolha e use os tipos com sensibilidade e inteligência”.

Sem desconsiderar a importância das demais etapas do projeto editorial, este artigo tem como ênfase o início do processo, ou seja, quando se busca pelos tipos que serão usados na publicação. Segundo Fuentes (2006 p. 73) “existem razões técnicas, razões estéticas, razões de código, e finalmente, mas não menos importante, razões efetivas e de eficácia comunicativa” que devem ser consideradas ao fazer uma seleção tipográfica. Uma escolha precipitada e sem repertório pode resultar em problemas no desenvolvimento do projeto ao perceber, por exemplo, que a fonte escolhida não apresenta todos os caracteres necessários, dificulta a leitura ao ser impressa em determinado papel ou ainda, não foi eficiente na comunicação com o público pretendido.

Como escolher bem as letras, ou seja, as fontes tipográficas para cada projeto? Segundo o guia *Typography Primer* (2000)¹ publicado pela Adobe© diversos fatores, como público-alvo, valores estéticos, tom da mensagem e meio de publicação, influenciam na escolha do tipo. Para Ali (2009) as escolhas em tipografia são incertas e existem muitas incógnitas e variáveis que precisam ser trabalhadas. A autora afirma que é preciso um longo período de estudo e aplicação para se ter domínio sobre o assunto. Certamente, equacionar todos os aspectos envolvidos na seleção tipográfica não é uma tarefa fácil principalmente para estudantes ou profissionais em início de carreira. Segundo texto de Jury, publicado por Heller (2004), o elevado número de fontes tipográficas projetadas e distribuídas nos últimos anos constitui um desafio para os professores de projeto, que buscam estabelecer critérios e padrões para a boa tipografia. O autor observa ainda que sente dificuldade em orientar os alunos na avaliação do que é “bom” e “mau”, o que funciona e não funciona, diante de tantas experimentações tipográficas.

O excesso de fontes disponíveis, mais de nove mil famílias tipográficas cadastradas no site FontShop©, apenas para citar um exemplo, não garante qualidade nem tampouco facilita o processo de seleção. Ao contrário, atualmente é preciso escolher entre muitas opções que são lançadas todos os dias, não só por profissionais, mas também por amadores. Se antes era preciso apenas definir qual o estilo tipográfico mais adequado para a

publicação e depois escolher entre 3 ou 4 tipos de acordo com este estilo, agora, por exemplo, ao decidir por um tipo geométrico o designer precisará considerar um conjunto de opções que vai muito além da Century Gothic e da Futura.

Para Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014) muitos fatores pessoais interferem neste processo de seleção tipográfica, influenciando os profissionais na escolha de um tipo em relação ao outro, gerando sempre resultados diferentes, mesmo que para contextos semelhantes. “No entanto, ambos terão mais chances de alcançar um bom resultado se buscarem respostas fundamentadas, ao invés de seguir escolhas caprichosas.” (HENESTROSA, MESEGUER E SCAGLIONE, 2014, p. 20)

Assim, buscando orientar o processo de seleção tipográfica no contexto do design editorial este artigo tem como objetivo relatar uma consulta realizada com especialistas em tipografia e design editorial, atuantes em diferentes países, a fim de identificar os critérios adotados pelos especialistas a cerca deste processo. Ao estabelecer o foco no design editorial a pesquisa desenvolvida enfatiza o uso da tipografia para textos de imersão, onde em geral busca-se o conforto na leitura e a adequação ao conteúdo, segundo Esteves (2010). Este recorte se faz necessário pois a tipografia está presente em diferentes mídias e contextos e acredita-se que não seria possível aplicar as mesmas recomendações para escolher os tipos de uma identidade visual e de um livro, por exemplo.

Metodologia

Sobre os procedimentos metodológicos realizados optou-se por uma abordagem qualitativa que segundo Creswell (2010) auxilia no entendimento do significado atribuído pelos indivíduos a um problema social. Ao trazer o depoimento dos especialistas complementa-se o referencial teórico com as práticas do design editorial, tornando a pesquisa mais consistente. Este processo envolve a coleta de dados junto aos participantes seguida pela análise indutiva destes dados, indo portando do particular para o geral.

A escolha dos participantes foi definida com base na estratégia da bola de neve, que segundo Flick (2009) consiste em fazer com que um entrevistado leve a outro, pedindo, portanto, indicações de outros especialistas. Também foi definido, devido ao nível da pesquisa, que seria interessante incluir entrevistados de diversos países, dos continentes americanos e europeu. Não se tratou, portanto, de uma amostragem aleatória, mas sim de escolhas significativas para um caso específico, o que é recomendável na pesquisa qualitativa, de acordo com Flick (2009).

Para Duarte e Barros (2012) quando os participantes estão em lugares muito distantes torna-se difícil organizar a viabilizar a pesquisa o que muitas vezes resulta em mudanças na amostra deixando de buscar por pessoas relevantes para limitar-se a pessoas acessíveis. No caso desta pesquisa optou-se por uma abordagem que permitisse manter os participantes considerados relevantes, apesar da distância e da provável incompatibilidade de horários.

Assim, a consulta foi realizada por meio de questionário, pois este poderia ser respondido por todos os participantes de acordo com o seu tempo disponível, de forma assíncrona. Foram elaboradas nove questões abertas, que segundo Duarte e Barros (2012) “possibilitam conhecer de forma mais profunda e espontânea a opinião do entrevistado”. As questões buscavam estabelecer um breve perfil do especialista, a fim de confirmar sua experiência com o tema, e indagar sobre sua percepção em relação a critérios de seleção tipográfica e as dificuldades implícitas neste processo. Os eixos principais das perguntas foram o perfil dos especialistas, seus critérios e processo de seleção tipográfica e suas percepções em relação as dificuldades de profissionais e alunos ao realizar a seleção.

Após definido o questionário este foi submetido à apreciação de um dos especialistas para uma aplicação piloto com o objetivo de corrigir possíveis distorções, como sugerem Duarte e Barros (2012). Como o participante compreendeu as questões com facilidade e não solicitou nenhuma mudança, o questionário foi mantido. Posteriormente foram realizadas as traduções para inglês e espanhol para que os questionários pudessem ser enviados aos demais participantes. Observa-se que na ocasião do envio dos questionários todos os especialistas foram informados, no corpo do próprio questionário, da necessidade de divulgar publicamente seus nomes relacionando as respostas dadas e todos consentiram.

Referencial teórico

Segundo Zapaterra (2014), as publicações devem proporcionar uma experiência agradável para o leitor, de forma acessível e adequada às suas necessidades. A tipografia é fundamental para garantir essa experiência. Saltz (2010) complementa que a escolha dos tipos reflete no aspecto emocional do texto e na sua credibilidade. A quantidade de texto contido na publicação, a forma como os blocos de texto são dispostos na página, a hierarquia das informações, o contraste entre os caracteres e o fundo, enfim, diversos fatores relacionados a tipografia tem forte influência no projeto editorial e na experiência do leitor.

Sobre os fatores que precisam ser considerados durante a seleção tipográfica, Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014 p. 19) afirmam que “as duas tarefas — a seleção de fontes e a definição de um partido para um projeto de design gráfico — envolvem pelo menos três temas comuns: fatores funcionais, técnicos e estéticos. Sob a ótica do design de tipos, mas que se aplica também a seleção tipográfica, o autor define os seguintes fatores, a saber: forma e função, considerações técnicas e fatores estéticos.

- a. **Forma e Função:** os fatores funcionais estão vinculados ao objetivo do texto na página e da tipografia no texto. Esta análise mostra, entre outros fatores, qual é o conjunto de caracteres necessários para a fonte. É importante definir os idiomas em que o texto deverá ser apresentado, tipos de numerais, caracteres especiais, entre outros recursos necessários. Nesta

etapa também é pertinente considerar a função de cada parte do conteúdo. Textos mais curtos, como títulos ou subtítulos, necessitam de tipos mais condensados, que possibilitam incluir mais caracteres por linha. Tipos que se destinam ao corpo de texto e leitura intensiva, precisam de um espaçamento maior e contra-formas mais amplas. (HENESTROSA, MESEGUER E SCAGLIONE, 2014)

- b. **Fatores Estéticos:** os autores consideram as questões relacionadas à aparência das formas como as mais difíceis de definir devido a subjetividade da percepção. Mas é preciso entender que a aparência dos tipos agrega às peças gráficas propriedades culturais, que em muitos casos são importantes para conferir personalidade ao projeto. Porém alertam que “algumas letras devem ser invisíveis para dar destaque à informação, sem acrescentar a ela qualquer tipo de carga subjetiva.” (HENESTROSA, MESEGUER E SCAGLIONE, 2014 p. 25)
- c. **Considerações Técnicas:** o meio de reprodução da fonte deve ser considerado, pois pode modificar a aparência do tipo. A velocidade de impressão e o tipo de papel interferem diretamente e segundo Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014) é recomendável que o tipo seja planejado de acordo com um uso específico.

Os autores indicam ainda que no caso do processo de seleção de fontes um quarto fator deve ser observado, o econômico, porém não apresenta mais detalhes. Entende-se aqui que é importante considerar o custo que a compra de licenças de uso de uma determinada fonte, ou família tipográfica, representa para o orçamento de um projeto editorial.

Os fatores apresentados por Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014) foram considerados nesta pesquisa como base para agrupar as diferentes contribuições indicadas nas revisões de literatura, permitindo assim uma futura categorização destas contribuições para definir os critérios. Como observam Strauss e Corbin (2008) quando os conceitos começam a se acumular é preciso iniciar um processo de agrupamento e categorização, atribuindo a estes grupos termos explicativos mais abstratos, que são as categorias.

Na revisão de literatura constatou-se que referências relacionadas a legibilidade aparecem com maior frequência, muitas vezes como um contraponto a expressão e a personalidade dos tipos, fatores muito citados porém ainda considerados subjetivos. A variação de peso, estilo e os recursos, também são abordados, sempre enfatizando a importância da completude quando se trata principalmente de fontes para textos longos. A qualidade do desenho e a influência do suporte, tanto no meio impresso quanto digital, também são citadas e reforçam que ainda é preciso considerar as diferenças ao escolher uma fonte. A licença de uso é o aspecto que aparece com menor frequência na revisão de literatura, embora seja uma questão frequentemente discutida no mercado, em blogs, fóruns, palestras e conferências.

Elencados os principais fatores que interferem na seleção tipográfica, de acordo com a revisão de literatura, percebe-se a necessidade de compreender como estes fatores devem ser considerados no contexto de cada projeto. Como relacioná-los as características do projeto, identificar se existe uma hierarquia entre eles e como ela se dá, quais as implicações deste processo que visa a tomada de decisão para a escolha entre uma e outra fonte, considerando diferentes aspectos.

Desenvolvimento do tema

Conforme descrito na abordagem metodológica, após a revisão de literatura foi realizada a etapa de consulta a especialistas em seleção tipográfica e design editorial. A seguir é apresentado o perfil dos especialistas bem como detalhados os resultados da aplicação dos questionários.

O grupo selecionado para responder ao questionário foi composto por 6 especialistas em tipografia com experiência profissional e/ou acadêmica que atuam no Brasil, Estados Unidos, Alemanha, Argentina e Inglaterra. Os questionários foram distribuídos por email durante o segundo semestre de 2015. O quadro 1 apresenta uma breve descrição de cada participante.

NOME	PAÍS	BREVE CURRÍCULO
Crystian Cruz	Brasil	Atua na área de tipografia e editorial como designer, professor e consultor. Possui mestrado em tipografia pela University of Reading-UK
Henrique Nardi	Brasil	Desde 2003, organiza o projeto educativo “Tipocracia” voltado para a promoção da cultura tipográfica pelo Brasil. Entre os workshops que realiza atualmente está o “À procura da tipografia perfeita”.
Stephen Coles	EUA	Escritor, editor e consultor tipográfico que se declara obcecado com a seleção de fontes e a relação entre os fabricantes de fontes e usuários. Reconhecido por outros profissionais como referência na área.
Indra Kupfershmid	Alemanha	Tipógrafa alemã e professora sediada em Bonn e Saarbrücken. Estudou Comunicação visual no Weimar Bauhaus-University e com Fred Smeijers na Holanda.
Pablo Cosgaya	Argentina	Professor de Tipografia no curso de Design Gráfico no programa de graduação e mestrado. Designer gráfico especializado em Design Editorial, Design Tipográfico e Identidade Corporativa.
Gerry Leonidas	Inglaterra	Professor na University of Reading-UK desde 1998. Atualmente diretor do programa de mestrado e no curso intensivo de Design de Tipos, na mesma instituição. Vice-Presidente da ATypI. Áreas de pesquisa: processos de design tipográfico, ensino da tipografia e design de tipos.

Quadro 1 Relação de especialistas que responderam ao questionário.

Fonte As autoras

Sobre o perfil dos especialistas destaca-se que a maioria tem experiência acadêmica e todos tem experiência como profissionais atuando na área de tipografia e design editorial, em alguns casos oferecendo consultoria sobre a seleção tipográfica para projetos. As informações foram indicadas pelos próprios especialistas no questionário e sintetizadas no quadro 1, visto que em todos os casos os currículos são extensos. A seguir são comentadas as respostas ao questionário e as importantes contribuições dos especialistas.

A primeira pergunta do questionário buscava identificar referências bibliográficas a respeito de critérios de seleção tipográfica. Nenhum dos participantes indicou um livro específico sobre o tema, mas autores como Robert Bringhurst, Ellen Lupton, Claudio Rocha e Erik Spiekermann, foram indicados como referências gerais sobre tipografia que poderiam contribuir com a pesquisa. Também foram citados blogs e materiais de apoio dos próprios especialistas, além dos autores Jan Middendorp e Jason Santa Maria, que abordam o tema em seus livros “*Shaping Text*” e “*On Web Typography*”.

Quando questionados sobre os critérios adotados no processo de seleção tipográfica que consideram relevantes no contexto do design editorial foram unânimes ao argumentar sobre a importância de conhecer o conteúdo e o contexto da publicação, bem como seu público. Também destacaram aspectos técnicos e funcionais como espaçamento, renderização e recursos disponíveis. Aspectos históricos e questões culturais foram enfatizados por Nardi e Kupfershmid.

Ainda sobre a adequação do tipo ao contexto do projeto, Coles, Cosgaya e Kupfershmid consideram importante conhecer o posicionamento da publicação no mercado, como pretende se destacar ou se igualar em relação aos concorrentes e suas próprias publicações anteriores. A preocupação com o direito de uso da fonte e o custo que isto pode representar no projeto foi citada por Nardi, Coles e Cosgaya. Nardi lembra ainda que de acordo com a verba disponível pode ser necessário optar apenas por fontes gratuitas.

Sobre as experiências individuais com o processo de seleção tipográfica, os especialistas descrevem diferentes etapas. Cruz, por exemplo, inicia por uma definição da função do tipo, texto ou display, para então estabelecer os critérios, entre eles a legibilidade, família e ineditismo do tipo. Nardi também mencionou que define critérios para seleção e realiza testes com o seu acervo tipográfico e com as fontes disponíveis no mercado. Kupfershmid relata que ao receber o briefing já inicia um processo de seleção, que reconhece ser tão instantâneo apenas devido a sua vasta experiência, por isso sugere que todos devem dedicar-se a observação prévia dos tipos a fim de ampliar seu repertório. Cosgaya, Coles e Leonidas concordam que as decisões variam de acordo com cada projeto.

Os especialistas também foram questionados sobre suas percepções em relação a alunos e profissionais com os quais dividem experiências de projeto, na condição de professores ou consultores. Leonidas destaca que essas dificuldades variam muito de acordo com a experiência do aluno, em início ou final do curso, e no caso dos profissionais com a área de atuação. Todos afirmaram perceber dificuldades em relação ao processo de seleção

tipográfica, não só entre estudantes mas até mesmo entre profissionais experientes. As dificuldades envolvem desde identificar as necessidades do projeto, até avaliar a qualidade técnica da fonte e sua adequação ao conteúdo. Coles considerou que os alunos, por terem dificuldade em realizar a seleção tipográfica, costumam copiar outras soluções ou repetir suas próprias escolhas. Nardi e Cosgaya comentam que muitas vezes essas escolhas são feitas de forma intuitiva, sem considerar critérios.

Em relação a sua atuação como consultores sobre tipografia, Cruz, Nardi, Coles e Kupfershmid descrevem como etapa inicial uma reunião de briefing, onde eles tomam conhecimento das necessidades e características do projeto e também dão sugestões para refinar o processo de seleção tipográfica. Coles, por exemplo, relata que geralmente precisa orientar os clientes sobre as questões de licença de uso, que eles não costumam considerar inicialmente. Leonidas faz recomendações sobre as qualidades de um consultor de forma geral, mas não comenta sua experiência. Cosgaya não atua como consultor.

Embora existam distinções e particularidades, a partir das respostas dos especialistas é possível afirmar que seus critérios de seleção tipográfica, seu processo de tomada de decisão e suas percepções sobre a dificuldade de alunos são semelhantes e corroboram com as constatações resultantes da revisão bibliográfica. Destaca-se ainda que também são recorrentes as referências à importância do público-alvo e do conteúdo da publicação neste contexto. Entre os especialistas é unânime a recomendação de que é preciso considerar o perfil do leitor e as características do conteúdo e da publicação. A seguir o quadro 2 apresenta os aspectos mais recorrentes na contribuição dos especialistas.

ASPECTOS CITADOS	RECORRÊNCIA
Conhecer o conteúdo e o contexto da publicação.	todos os especialistas
Aspectos técnicos e funcionais como legibilidade, qualidade e recursos.	todos os especialistas
Aspectos históricos e culturais.	2 especialistas
Posicionamento da publicação no mercado.	3 especialistas
Licenciamento da fonte.	3 especialistas

Quadro 2 Relação de aspectos citados e sua recorrência entre os especialistas

Fonte As autoras

Comparando as informações resultantes da revisão bibliográfica e dos questionários com especialistas foi possível perceber que as considerações sobre seleção tipográfica se repetiam e se complementavam. Destaca-se a preocupação dos especialistas com as questões de licenciamento da fonte, que envolve tanto questões legais sobre o uso quanto o impacto da compra de fontes digitais no orçamento de um projeto. Também enfatizaram a importância do posicionamento da publicação no mercado, para definir se a tipografia deve seguir tendências ou diferenciar-se. Nenhuma destas questões havia sido identificada na revisão de literatura.

Considerações finais

Ao final desta pesquisa foi possível identificar critérios para orientar o processo de seleção, além de constatar que se trata de um processo complexo e que necessita de atenção para garantir o desenvolvimento de um projeto editorial adequado ao seu público e conteúdo.

Sobre a abordagem qualitativa realizada, conclui-se que o uso do questionário com perguntas abertas foi eficiente para facilitar o acesso aos especialistas de forma assíncrona, o que não seria possível com uma entrevista, por exemplo, e retornando em respostas mais completas do que um questionário fechado permitiria.

Os critérios aqui identificados complementam uma pesquisa mais ampla que resultará em um modelo de apoio à seleção tipográfica, atualmente em desenvolvimento. O objetivo do referido modelo é apoiar alunos e profissionais menos experientes, sugerindo etapas e recursos que possam tornar o processo mais sistemático e menos subjetivo.

Referências

- ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.
- CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012
- ESTEVES, Ricardo. **Design Brasileiro de Tipos Digitais: Elementos que se articulam na formação de uma prática profissional**. Dissertação. Escola Superior de Desenho Industrial. Rio de Janeiro, 2010.
- FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. São Paulo: Edições Rosari, 2006.
- HENESTROSA, Cristobal; MESEGUER, Laura; SCAGLIONE, José. **Como criar tipos: do esboço à tela**. Brasília: Estereográfica, 2014.
- HELLER, Steven. **The Education of a Typographer**. Nova York: Allworth Press, 2004.
- SALTZ, Ina. **100 Fundamentos do Design com Tipos**. São Paulo: Blucher, 2010.
- STRAUSS, Anselm e CORBIN, Juliet. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. Porto Alegre, 2008.
- ZAPATERRA, Yolanda. **Design Editorial**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.