

As configurações da tipografia em ambientes multimídia¹

Maíra WOLOSZYN²

Berenice Santos GONÇALVES³

Universidade Federal da Santa Catarina, Florianópolis, SC

RESUMO

A partir do avanço das tecnologias surgiram novas formas de comunicação, muitas delas inseridas em produtos que combinam duas ou mais mídias, como som e imagem, para transmitir informações. O texto ainda é um recurso recorrente em aplicações multimídia. Parte intrínseca do texto é a tipografia, que está se adaptando e reinventando para atender as exigências dos ambientes multimídia, não só revendo conceitos herdados da tipografia tradicional, mas também adicionando movimento às suas formas. Diante deste cenário, o presente estudo se propõe a identificar e caracterizar tipografia no âmbito de aplicações a fim de contribuir com estudos sobre tipografia em movimento, ainda escassos.

PALAVRAS-CHAVE: tipografia, movimento, multimídia.

1. INTRODUÇÃO

O avanço das tecnologias está mudando as formas de comunicação e tornando a transmissão de informações mais eficiente e rápida. Nesse contexto, é possível perceber o crescimento da utilização de multimídias. Estes são produtos onde a comunicação se dá a partir de diversos meios de representação da informação, como som e imagem, apresentados através de um suporte digital (PAULA FILHO, 2009). Diversos recursos gráficos podem ser visualizados em multimídias e a possibilidade de integração dos mesmos fez surgir novas maneiras de comunicar o conteúdo, criando novos conceitos.

A junção da tipografia com o movimento é um exemplo de um novo recurso baseado em dois campos distintos. Denominado por alguns autores como “tipografia em movimento” e por outros como “tipografia cinética”, este recurso “domina telas de todos os tipos e tamanho, em todas as plataformas digitais, de celulares a computadores e telões gigantes” (LUPTON, 2015, p. 165). Fred Smeijers (2015) afirma que a tela se tornou um importante suporte de informação e ela nos permite apresentar informações no formato de animações, movimentando e modificando imagens e textos. Esta é uma abordagem recente do design,

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Mestranda do curso de Pós-Design UFSC, email: maira.projatar@gmail.com

³ Professora Doutora do curso de Pós-Design UFSC, email: berenice@cce.ufsc.br

que está sendo utilizada principalmente em produtos multimídia e necessita ser aprofundada.

A partir deste contexto, o presente estudo propõe, a partir de uma revisão de literatura e apresentação de exemplos, identificar os principais conceitos e características da tipografia em ambientes multimídia.

2. MULTIMÍDIA

Com o passar do tempo, o homem aprimorou as formas de transmitir informações para torná-las mais eficazes e rápidas. Essa busca chegou à situação em que as pessoas vivem hoje, rodeados por redes e facilidades de conexões, principalmente via internet. Esta nova realidade vem sendo ampliada significativamente com a disseminação das tecnologias digitais e dos produtos multimídia.

Por multimídia entende-se a integração de duas mídias ou mais – gráficos, animações, vídeo, música, fala e texto – com o objetivo de comunicar e transmitir conteúdo aos usuários (LIPTON, 1992 apud GOSCIOLA, 2003). Ela requer o uso do computador como meio de apresentação por conta de suas características: acesso não-linear – o usuário tem autonomia com relação a sequencia de acesso da informação sem ficar preso a uma linearidade de tempo; e integração com programas aplicativos – onde o computador executa algumas tarefas como cálculos e pesquisas em base de dados (PAULA FILHO, 2009).

Os documentos digitais que requerem o uso de um computador, normalmente são apresentados por meio de uma interface, definida como “o espaço no qual se estrutura a interação entre corpo, ferramenta (objeto ou signo) e objetivo da ação. (...) A interface revela o conteúdo comunicativo das informações” (BONSIEPE, 1997, p. 12), e tem por função “permitir ao usuário uma visão panorâmica do conteúdo, navegar na massa de dados sem perder a orientação e, por fim, mover-se no espaço informacional de acordo com seus interesses” (BONSIEPE, 1997, p. 59).

As mídias digitais “originaram-se apoiadas na reconfiguração das propriedades já existentes das mídias tradicionais, havendo, portanto, uma mistura de antigas convenções e convenções mais recentes, onde a mídia se reconfigura conforme o meio no qual está inserida” (MANOVICH, 2001 apud DICK, 2015). Sendo assim, conhecimentos sobre tipografia, design editorial, design de informação, usabilidade, entre outros, são analisados no design gráfico tradicional e adaptados para o meio digital para servirem de base no desenvolvimento de interfaces.

3. TIPOGRAFIA

“A tipografia nos envolve em todos os momentos do dia – dos mundanos itens listados nas contas que pagamos e nas etiquetas de alimentos aos bombardeios das experiências alfabéticas em cartazes, na Internet e na TV.” (SAMARA, 2011b, p. 6)

Compreendida como a área que estuda a história, anatomia, desenvolvimento e uso dos tipos, “a tipografia faz parte intrínseca do ato de compreender os textos” (BONSIEPE, 1997, p. 57). Em se tratando de ambientes multimídia, a leitura dos textos pode acontecer de diversas formas. Isso porque

as publicações digitais transformaram leitores em usuários, que interagem com o conteúdo e respondem a ele de maneiras não lineares e muitas vezes imprevisíveis. (...) Os leitores de hoje em dia buscam controle não apenas sobre o que leem, mas também sobre como, quando, onde e em que mídia. (LUPTON, 2015, p. 79)

Nesse sentido, a tipografia auxilia os leitores a navegarem pelo conteúdo seja a partir de um simples recuo no início de um parágrafo que sinaliza a entrada de uma nova ideia ou um link destacado que poderá direcionar o usuário para outro local. (LUPTON, 2006)

Entretanto, a tipografia não é utilizada apenas na composição de texto, mas também como imagem. “Palavras também são figuras. (...) Quando uma letra ou palavra assume qualidades pictóricas além daquelas que definem sua forma, torna-se uma imagem autossuficiente, e seu potencial de impacto é imenso” (SAMARA, 2011a, p. 32), enquanto em um bloco de texto as palavras fazem parte de uma sequência e podem “fluir de uma página, coluna ou caixa para a outra” (LUPTON, 2006, p. 63).

Em produtos multimídia, é possível observar não só essas duas formas de uso de tipografia – como imagem e em blocos de texto –, mas também, ambas formas combinadas com movimento, deslocando-se de lugar ou a partir de deformações.

3.1. Tipografia Estática

Em ambientes digitais, o estudo de tipos que se apresentam sem a combinação com movimentos de deslocamento ou metamorfoses tem sido denominado “tipografia estática” para diferenciar da tipografia que é integrada com movimento. Tal expressão é utilizada por que “a atual compreensão da natureza da tipografia assume que ela seja estática, com propriedades de forma e cor” (BROWNIE, 2007, p. 1) e a “maioria das letras é criada para ser estática, frontal e vertical” (LUPTON, 2015, p. 165). Para compreender tipografia

estática, utilizam-se alguns fatores da tipografia clássica, muito abordada para meios impressos, como a legibilidade e leiturabilidade.

Primeiramente, faz-se necessária a distinção dos dois termos. A leiturabilidade “descreve uma qualidade de conforto visual (...) refere-se à compreensão, e sua medida é a quantidade de tempo que um leitor pode dedicar a um segmento de texto sem se cansar” (TRACY, 1986 apud FARIAS, 2002, p. 27). Já legibilidade, é “o termo a ser usado quando estivermos discutindo a clareza de caracteres isolados (...) refere-se à percepção, e sua medida é a velocidade com que um caractere pode ser reconhecido” (TRACY, 1986 apud FARIAS, 2002, p. 27). Spencer (1969 apud FARIAS, 2002) ainda explica que o uso de alguns recursos pode aumentar ou diminuir a legibilidade, como palavras que são compostas com letras minúsculas são mais legíveis que composta apenas com letras maiúscula, ou o uso de tipos itálicos reduzem a legibilidade enquanto tipos bold não, contanto que se mantenham os espaços coerentes entre letras.

Bringhurst (2005, p. 43) explica que “a legibilidade das letras tipográficas não dependem apenas de sua forma (...), mas também do vazio esculpido entre elas e à sua volta”.

O espacejamento das letras em palavras, frases e parágrafos é essencial para criar um tom de cinza uniforme, minimizando distrações para o leitor. (...) Essa relação entre forma e contraforma define o espacejamento ideal daquela fonte específica e, portanto, do espacejamento geral entre palavras, linhas de texto e entre parágrafos e colunas de texto (SAMARA, 2011a, p. 35).

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. Com isso, outros aspectos passaram a ser avaliados com mais cuidado.

O tamanho da fonte que está sendo utilizada no produto multimídia é um desses fatores, pois “a leitura de textos na tela do monitor requer tamanho maior do que em um livro” (BONSIEPE, 1997, p. 61). Lupton (2015) explica que a distância que um usuário se posiciona diante de um computador ou um dispositivo de leitura digital é maior do que a distância que se posiciona de um livro impresso. Isso acontece devido a luz do visor digital. A luminosidade pode tornar as letras imprecisas, por isso as recomendações para o uso de tamanhos de fontes maiores em ambientes digitais do que os utilizados em produtos de natureza impressa. Entretanto, para dispositivos menores, como *smartphones*, as fontes podem ser menores do que as utilizadas no mesmo conteúdo apresentado em um computador de mesa, também devido à facilidade de ajuste da distância, entre a tela e o rosto do leitor, do dispositivo menor.

Alguns fatores técnicos das fontes também devem ser avaliados, como a flexibilidade e a adaptabilidade. A flexibilidade se refere à versatilidade da fonte, se possui o mesmo desempenho em diferentes tamanhos e para diferentes funcionalidades – como corpo de texto e título –, e qual a sua variedade considerando uma família tipográfica (variação de uma mesma fonte com diferentes pesos e estilos). E a adaptabilidade verifica se a fonte é otimizada para o uso em telas, se possui *hinting* (informações contidas nas fontes que modificam as formas dos caracteres quando apresentados em baixa resolução, para não perder qualidade tipográfica) bem feito e se funciona da mesma forma em diferentes dispositivos e sistemas operacionais (LUPTON, 2015).

Além de ser grande responsável por transmitir as informações de uma publicação “o tratamento tipográfico (...) também acrescenta mensagens aos layouts, para além do que está literalmente expresso pela escrita em si” (SAMARA, 2011a, p. 22). Por isso, a verificação dos fatores citados, durante o desenvolvimento de projetos multimídia, pode colaborar para o sucesso do produto em relação ao uso da tipografia.

Um exemplo de tipografia estática em ambientes digitais, é o livro “*Alice in Wonderland*” do autor Lewis Carroll para iPad. Apesar de existir animações nas ilustrações que estão ao lado do texto, ele permanece constante e estático possibilitando o usuário a ler o livro com conforto e sem ter um tempo estipulado para entender as informações apresentadas.



Figura 01: Alice para iPad.

Fonte: Carrol (2010)

3.2. Tipografia em movimento

O avanço da tecnologia digital está melhorando o potencial para a comunicação visual e proporciona representar conceitos de forma visual e expressiva. Um resultado deste avanço é a combinação de tipografia e movimento, que pode ser denominada também tipografia cinética ou animação tipográfica. Diferente da tipografia estática, que é baseada principalmente em conceitos de impressão, a tipografia em movimento pode integrar diferentes conceitos como o de tecnologia, música, narrativa literária, entre outros (HOSTETLER, 2006).

Ainda não há um consenso entre os pesquisadores sobre tema. Brownie (2012) explica que muitas vezes os teóricos aplicam os mesmos termos para descrever artefatos diferentes e acabam criando contradições. A autora sugere que essas inconstâncias reforçam a necessidade de definições mais precisas para esse campo de estudos e destaca ainda que os teóricos que utilizam a expressão “tipografia cinética” negligenciam o fato de que, muitas vezes, características como o movimento nem sempre estão presentes em todas as fontes de tipografia cinética, pois a letra pode ser cinética sem nunca se mover (BROWNIE, 2007).

Para tanto, Brownie (2007) traz outras nomenclaturas para tratar do assunto. A primeira, tipografia em movimento, que “muda a localização na tela, pode ser simplesmente a rolagem do texto, como os encontrados em créditos de filmes, ou textos que percorrem diversos caminhos” (BROWNIE, 2007, p. 2, tradução nossa), também, elas “não precisam mover-se literalmente: elas podem aparecer e desaparecer, piscar letra por letra, ou mudar de escala, cor, camada e assim por diante” (LUPTON; PHILLIPS, 2008, p. 226). Um exemplo é o vídeo da música “*93 millions miles from the sun*” do cantor americano Jason Mraz. O clipe mostra alguns cenários, e neles, a letra da música se mistura com o ambiente usando o recurso da tipografia em movimento. Os cenários são apresentados durante clipe e com eles, a tipografia que é utilizada para descrever o trecho da música em questão, conforme pode ser observados nas imagens abaixo.



Figura 02: *93 Million miles from de sun* – Jason Mraz

Fonte: Youtube (2012). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u5WiqJFq2-o>

A segunda forma abordagem proposta pela autora, é a tipografia fluída, onde “as formas das letras podem ser esticadas, distorcidas, desmontadas e remontadas; elas podem exibir movimentos sem se deslocar” (BROWNIE, 2007, p. 2).

Hillner (2009) defende que a tipografia cinética não está necessariamente ligada a meios digitais, enquanto o termo “tipografia em movimento” é usado principalmente para as comunicações através de telas. O autor também afirma que as primeiras formas de aplicação do movimento começaram no início do século XX com as poesias visuais, que utilizavam a tipografia de forma mais expressiva, mesmo que impressas, rompendo com as convenções da tipografia tradicional da época.

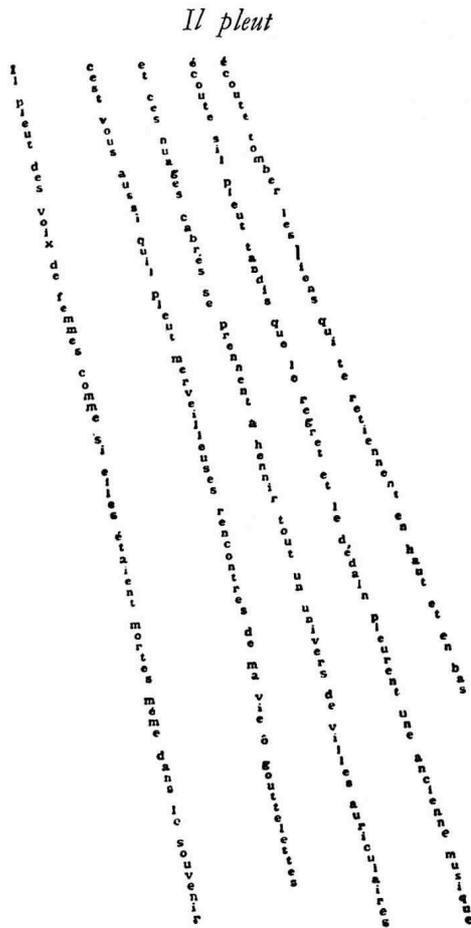


Figura 03: Poesia Visual “*Il pleut*” – Guillaume Apollinaire

Fonte: Hillner (2009, p. 15)

Entretanto, no contexto digital “a tipografia animada 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). Nessa mesma época, meados de 1950, acontecia em Paris a exposição de arte “*Lemouvement*” (o movimento), que deu origem a corrente artística denominada “arte cinética”. Saul Bass é considerado por críticos como o artista/designer que inventou as sequências de crédito de abertura e elevou o cinema ao estado da arte. Antes disso, as introduções e créditos dos filmes eram muito parecidas com as páginas de um livro (LAS-CASAS, 2007).

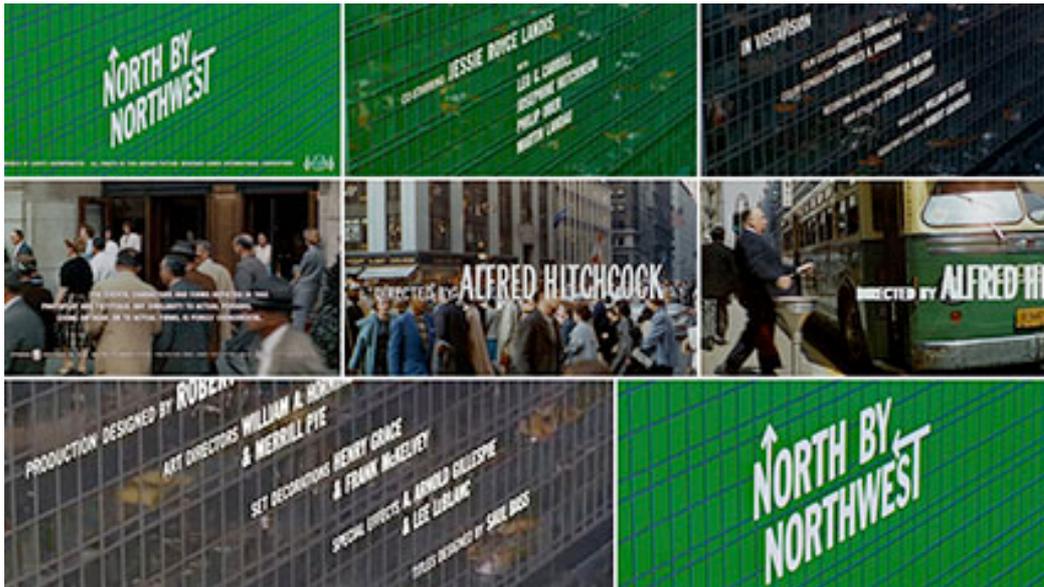


Figura 04: Sequência de abertura dos créditos do filme “*North by Northwest*” desenvolvido por Saul Bass em 1959.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KVUnUmPV33c>

Acesso em: 30 mar. 2016

Outro exemplo mais recente da tipografia em movimento aplicada em abertura de filmes, são os créditos da animação da Pixar, *Monstros S.A.* Neste exemplo, os caracteres não sofrem deformações, mas seus movimentos se assemelham a peças de quebra cabeças que se embaralharam e se reorganizam formando os textos. Além disso, os tipos também aparecem em portas abertas, que é um elemento relevante presente na narrativa do filme, conforme pode-se perceber através dos fragmentos da abertura destacados na figura abaixo.



Figura 05: Créditos de abertura do filme *Monstros S.A.*

Fonte: Youtube (2010).

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FCfv5P8GXU4&nohtml5=False>

Acesso em: 30 mar. 2106

No segmento do cinema é possível perceber o uso da tipografia em movimento, principalmente nos créditos dos filmes. Ainda, é recorrente o uso desse recurso em outros produtos multimídia, como clipes musicais, livros digitais, telões urbanos e até mesmo de formas mais sutis com tipos que se movem ao abrir aplicativos de *smartphones* ou *tablets*. Não há dúvidas que o “movimento da vida à tipografia ao adicionar complexidade e dimensão a letras bidimensionais” (LUPTON, 2015, p. 165).

4. PROCEDIMENTO METODOLÓGICOS

Este estudo caracteriza-se como, bibliográfico e exploratório pois propôs um levantamento teórico e análise de exemplos que estimulam a compreensão do tema. (SILVA; MENEZES, 2005).

Quanto aos procedimentos adotados, foi estruturado da seguinte forma: (i) Levantamento de dados a partir de pesquisas bibliográficas sobre multimídias, tipografia e tipografia em movimento; (ii) Identificação dos conceitos adotados conforme os autores de referência; (iii) Agrupamento de conceitos por semelhança e afinidade; e (iv) Sistematização dos resultados na forma de um quadro.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir do levantamento bibliográfico, buscou-se compreender como cada autor trata do tema “tipografia e movimento” em ambientes multimídia e as nomenclaturas com que abordam o assunto. É unanimidade que o conceito diz respeito à combinação de tipografia com movimento, porém, as terminologias se diferenciam de acordo com cada autor. Por isso, fez-se necessário organizar dentro de um quadro as nomenclaturas levantadas, os conceitos e por quais autores são utilizadas, conforme mostra a figura a seguir:

TERMINOLOGIA	AUTORES	DATA	CONCEITO	PAÍS
TIPOGRAFIA EM MOVIMENTO	MARCOS BUCCINI	2008	Experimentações tipográficas que contam com movimento, distorções e outros efeitos, cada vez mais presentes com o uso do computador.	BR
	RODRIGUES, VIDEIRA E CARVALHO	2008	A partir das tecnologias digitais, a tipografia em movimento permite que as dimensões de profundidade e tempo se tornem efetivas.	PT
	STONE, ALENQUER E BORISCH	2004	Adição de movimento, mudança de escala, sequência, metamorfose na comunicação tipográfica.	USA
TIPOGRAFIA CINÉTICA	LEE, FORLIZZI E HUDSON	2002	Texto que usa movimento e outras mudanças temporais trazendo um pouco do poder expressivo de filmes para às propriedades comunicativas de um texto.	USA
	SOO HOESTETLER	2006	Combinação de tipografia e movimento usada para transmitir informações de forma visual e que integra tecnologia, tipografia, movimento, design gráfico, música e narrativa literária.	USA
	LUIZ FERNANDO LAS-CASAS	2007	Adição de movimento e som à elementos tipográficos.	BRA
TIPOGRAFIA EM MOVIMENTO E TIPOGRAFIA CINÉTICA	BACHFISCHER E ROBERTSON	2005	Tipo - caracteres, palavras e textos - literalmente em movimento que se popularizou principalmente através do cinema, TV, vídeos musicais e comerciais.	AU
	MATTHIAS HILLNER	2009	A tipografia cinética não é necessariamente digital, e a tradução literal da expressão pode gerar confusão, já que poderia ser lida como "a arte impressa em movimento". Apesar do termo ser usado para produtos estáticos, mas que geram sensação de movimento no leitor, tipografia cinética é sinônimo de tipografia movimento, este último que é usado principalmente para a comunicação baseada em tela.	USA
	TIMOTHY SAMARA	2011	Acrescimento de caráter temporal e de movimento real às considerações espaciais e verbais da tipografia. A tipografia que se movimenta.	
TIPOGRAFIA EM MOVIMENTO E TIPOGRAFIA FLUÍDA	BARBARA BROWNIE	2007	Integração da tipografia com movimento, que pode ser dividida em "tipografia em movimento" para tipos que se movem e "tipografia fluidas" para tipos que sofrem deformações.	UK
TIPOGRAFIA CINÉTICA E TIPOGRAFIA ANIMADA	ELEN LUPTON	2015	Tipos que se movem e textos animados.	

Figura 06: Quadro gerado com base nas pesquisas levantadas

Fonte: Dos autores.

Percebe-se a partir do quadro que alguns autores adotam apenas uma terminologia, enquanto outros utilizam mais de um conceito, como sinônimos, para tratar do assunto. Mesmo alguns autores que optam por utilizar uma nomenclatura específica, consideram a existência de outros termos, como é o exemplo de BROWNIE (2007) que considera a existência do termo “tipografia cinética” mas explica que nem todo tipo cinético possui movimento, então prefere chamar esse fenômeno de “tipografia em movimento” ou “tipografia fluída” de acordo com a forma de movimento apresentada.

A partir desta observação, é relevante esclarecer o significado da palavra “cinético”. Segundo o dicionário *Michaelis on line* (2016), cinético é: 1. Relativo ou pertencente ao movimento; 2. Que produz movimento. Sendo assim, Brownie (2007) e Hillner (2009) apresentam coerência em suas afirmações quando afirmam que nem toda letra cinética apresenta movimento, uma vez que é possível que um cartaz impresso, e portanto estático, possa transmitir movimento mesmo com seus elementos completamente parados, como são os casos das poesias visuais, mencionadas no capítulo anterior, e das artes cinéticas.

Nota-se, a partir da sistematização realizada que não há um termo que prevaleça sobre os demais, por isso, ainda é complexo definir qual o termo é o mais correto ou o mais popular. Entretanto, é possível verificar a recorrência do uso do termo “tipografia cinética” mesmo para produtos onde a tipografia não possui necessariamente movimento. Por isso, e apoiado no significado de “cinético”, é possível afirmar que o termo “tipografia em movimento” expressa de forma mais adequada o uso de textos e palavras que se deslocam pela tela.

Apesar de ser um recuso visual que tem sido utilizado há décadas, principalmente no campo cinematográfico, o acervo bibliográfico e teórico sobre o assunto ainda é escasso, principalmente em se tratando de livros digitais. Os estudos se encontram principalmente documentados em artigos escritos na língua inglesa.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A tecnologia tem facilitado a comunicação e modificado a forma com que as pessoas acessam conteúdos informativos. Com isso, novos recursos gráficos têm sido explorados para criar formas de comunicação mais interessantes e atrativas.

No campo da multimídia, os textos tem se transformado de acordo com a disseminação das mídias digitais e as necessidades dos usuários, que se mostram cada vez mais ativos e

buscam ter controle sobre a leitura. Um texto não se faz sem a tipografia. Por isso, é importante conhecer o seu comportamento em ambientes digitais uma vez que, a maior parte das orientações existentes é desenvolvida para produtos impressos.

Além dos textos fixos, a tipografia também aparece em textos, sentenças e palavras que se movem pelo espaço da tela, sejam de forma expressiva ou mais sutil. Este recurso ainda precisa ser explorado de forma teórica, pois apenas a literatura clássica sobre tipografia não é suficiente para compreender os conceitos e diretrizes ligadas à tipografia em movimento.

REFERÊNCIAS

BACHFISCHER, Gerhard. **Legibility and Readability - A Review of Literature and Research to Understand Issues Referring to Typography on Screens and Device Displays**. Sidney: University of technology Sidney, 2005. Disponível em:

<http://ktug.kldp.net/jsboard/act.php?o%5Bat%5D=dn&dn%5Btb%5D=ktugbd&dn%5Bcd%5D=20080909115132&dn%5Bname%5D=Gerhard_Bach_scher-Legibility_and_Readability.pdf> Acesso em: 30 mar. 2016.

BONSIEPE, Gui. **Design: do material ao digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.

BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico**. Versão 3.0. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

BROWNIE, Barbara. **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, Barbara. **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.

BUCCINI, Marcos. **Tipos em movimento**. Recife, 2008.

CARROL, Lewis. **Alice in Wonderland - lite**. Londres: Atomic Antelope, livro digital, 2010.

DICK, Maurício Elias. **Design de publicações digitais sistemáticas: um conjunto de orientações**. Florianópolis, SC, 2015.

FARIAS, Priscila. Legibilidade e tipografia. **Tupigrafia** 3, 2002.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para novas mídias: do cinema às mídias interativas**. São Paulo: Ed. Senac, 2003.

HILLNER, Matthias. **Virtual Typography: time perception in relation to digital communication**. Leonardo Electronic Almanac, 2006. 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. **Integrating typography and motion in visual communication**. Cedar Falls, IA, EUA: University of Northern Iowa, 2006. Disponível em: <<http://www.units.muohio.edu/codeconference/paprs/papers/soo%20hostetler2006%20idmaa%20full%20paper.pdf>> Acesso em: 30 mar. 2016.

LAS-CASA, Luiz Fernando. **Cinedesign: typography and motion pictures**. InfoDesign 4, 2007.

LEE, Johnny; FORLIZZI, Jodi; HUDSON, Scott. The Kinetic Typography Engine: An Extensible System for Animating Expressive Text. **CHI Letters: UIST'02**, 2002. V: 4, Issue: 2, Pages: 81-90. Disponível em: <http://www.cs.cmu.edu/~johnny/academic/KT_Engine_UIST2002.pdf> Acesso em: 30 mar. 2016.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

LUPTON, Ellen. **Tipos na tela**. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

LUPTON, E.; PHILLIPS, J. C. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MRAZ, Jason. 93 millions miles from the sun. 2012. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=u5WiqJFq2-o>>. Acesso em: 30 mar. 2016.

MICHELIS, 2016. Disponível em <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=cin%E9tico>> . Acesso em: 30 mar. 2016.

NORT by northwest - title sequence, 2013. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=KVUnUmPV33c>>. Acesso em: 30 mar. 2016.

PAULA FILHO, Wilson de Pádua. **Multimídia: conceitos e aplicações**. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

RODRIGUES, Luis; VIDEIRA, Mario; CARVALHO, Susana. **Tipografia em movimento: Dimensão metafórica**. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, 2008. Disponível em: <http://issuu.com/scarvalho/doc/s/livro__visualiza__o__online_> acesso em: 24 out. 2010.

SAMARA, Timothy. **Guia de design editorial**. Porto Alegre: Bookman, 2011a.

SAMARA, Timothy. **Guia de tipografia**. Porto Alegre: Bookman, 2011b.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

SMEIJERS, Fred. **Contrapunção**. Brasília: Estereográfica, 2015.

STONE, Brian; ALLENQUER, Daniel; BORISCH, Jeffrey. **Type, Motion and Emotion: A Visual Amplification of Meaning**. Ohio: Ohio State University, 2004. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=vBJqD22G2lkC&lpg=PA212&ots=NoDjLMknX7&dq=%20type%20in%20motion%22&lr&pg=PA213#v=onepage&q=%22type%20in%20motion%22&f=false>> Acesso em: 20 mar. 2016.