

Sviluppare la giusta percezione per il design tipografico del testo

Di **Jared M. Spool**

30 Luglio 2014



Articolo originale:

Developing a Right Feeling for Designing with Type

http://www.uie.com/articles/designing_with_type/



Autore: **Peter Van Lancker**



Alcuni diritti sono riservati

Poche cose suscitano una combinazione così forte di paura ed entusiasmo nel cuore di un designer, quanto la prospettiva di un progetto che richiede un nuovo carattere tipografico. Affrontare qualcosa di nuovo è eccitante, tuttavia la complessità del compito di definire il tipo di carattere giusto per il design, può risultare davvero terrificante.

Parlando con i designer, sembra che spesso, la paura derivi dalla loro percezione che lavorare con i caratteri tipografici sia una cosa complessa. I caratteri tipografici hanno una ricca storia secolare alle spalle; allo stesso tempo, i designer di oggi hanno molte più scelte, controllo e flessibilità, di quante ne abbiamo mai avute prima. Da tutto questo deriva la preoccupazione di fare un

disastro e che tutti se ne accorgeranno.

I Designer esperti sembrano gestire i caratteri in modo intuitivo. Sanno come scegliere un tipo di carattere eccezionale per il loro ultimo design. Capiscono come regolare la spaziatura per ottenere il giusto equilibrio e la scorrevolezza. Possono comporre una pagina, conferendole un aspetto peculiare, senza distrarre l'utente dalla comprensione delle parole.

Eppure, quando si approccia per la prima un design con i caratteri tipografici, può sembrare un compito scoraggiante. Purtroppo, i consigli dei designer esperti spesso non sono utili. "Saprai di avercela fatta, quando sentirai che va bene", è un mantra comune, che in realtà non fornisce indicazioni né una direzione, per quelli alle prime armi.

Il ruolo della sensazione nella creatività

Quando i progettisti esperti vi dicono di fidarvi della vostra valutazione istintiva, non sono stupidi, tecnicamente hanno ragione. **Ciò che discrimina un design piacevole**

da un design sgradevole non può essere ridotto a serie di regole. E' una sensazione.

Per esempio, quando ho recentemente chiesto all'esperto di caratteri [Tim Brown](#) [<http://www.uie.com/brainsparks/2014/07/02/tim-brown-helvetica-is-the-neue-black/#transcript>] delle regole per la spaziatura dei caratteri, ha detto che secondo lui non ci sono regole. Invece, mi ha detto: "devi sposare questa sensazione della spaziatura appropriata, che si ottiene dal tipo di carattere, insieme con il contesto del progetto, le esigenze del testo che si sta impostando (come che tipo di contenuto è) e anche pensando ai contesti in cui ti sta a cuore, che il tuo lavoro venga letto". Lui usa la sua sensazione, per mettere a punto la giusta spaziatura del design.

Ci sono un sacco di attività creative in cui la rifinitura si fa utilizzando la propria sensazione come guida; lo chef mescola gli ingredienti, non in quantità esatte, ma perché ha un'idea del gusto che ne verrà fuori mettendole insieme. I musicisti esperti sono in grado di suonare le note giuste al momento giusto, per la giusta durata, perché sanno ciò che suona bene.

E' interessante notare che chiunque può sviluppare queste percezioni. Servono studio e pratica, perché è una capacità che si impara. Neppure i designer esperti con cui abbiamo parlato, sanno sempre come fare il design con i caratteri.

Ma come si impara?

Prendere a prestito un aspetto della Gestalt per fare il design con i font

Quando si fa un design con i caratteri tipografici, il designer manipola decine di attributi; devono scegliere la famiglia di caratteri, decidere la spaziatura, capire che spessore del carattere dovranno usare, scegliere la spaziatura delle righe e molto, molto altro.

Ciascuno degli attributi, di per sé, non è né giusto, né sbagliato. Ad esempio, non c'è una dimensione del carattere sempre sbagliata o sempre giusta, quando si guarda la grandezza come parametro a se stante.

E' quando la dimensione del testo è combinata con altri attributi, che d'un tratto, il carattere potrebbe sembrare troppo piccolo, o troppo grande nel design. Ed in quel caso possiamo fare in modo che quella dimensione del carattere vada bene di nuovo, regolando gli altri attributi e lasciando stare la grandezza del testo. Infatti, **a volte, quando ci concentriamo su un attributo specifico, come la dimensione del testo, il modo migliore per farcelo apparire giusto, è quello di modificare gli altri attributi.**

Questo effetto è quello che i teorici della **Gestalt** chiamano [teoria del campo](#) [http://it.wikipedia.org/wiki/Teoria_del_campo]. Il campo è la visione olistica del mondo (*le proprietà di un sistema non possono essere spigate solamente tramite le sue componenti, per cui, il sistema non coincide con la somma delle sue parti – n.d.t.*), o in questo caso, il design nella sua interezza. Secondo la teoria della Gestalt, possiamo arrivare ai migliori risultati, regolando tutti gli attributi del campo, invece che preoccuparsi di uno solo.

Questo è il motivo per cui i designer con esperienza, parlano sempre di come percepiscono il carattere tipografico sulla pagina. Non è che vogliono fare i misteriosi, è che stanno parlando dell'intero campo. Quella è la visione olistica del design.

(Una curiosità sulla storia del design: Rudolf Arnheim presentò alcuni principi della Gestalt applicati all'attività di design, negli anni '50, che vedrete spesso citato come "il dono della teoria della Gestalt, al design, nella sua totalità". La teoria del campo, di cui gli insegnanti di design non parlano spesso, è antecedente agli anni '20 e spiega questo concetto del design secondo una visione olistica. La mia raccomandazione è di non limitarsi ai principi fondamentali di Arnheim. Nella Gestalt c'è molto più di questo).

I tre livelli di ingrandimento per lavorare con i caratteri tipografici

Per pensare al design del testo in modo olistico, è necessario farlo su più livelli. Le mie conversazioni con Tim Brown mi hanno portato a pensare al design del testo, come ad un lavoro da fare su tre diversi livelli di ingrandimento.

- Se ci focalizziamo **al massimo livello di ingrandimento, lavoriamo direttamente sul genere di carattere tipografico**. A questo livello, gli attributi su cui giocare, sono la forma delle lettere e delle parole. Definiamo la famiglia di caratteri giusta per quel lavoro, i singoli spessori ed il carattere specifico da utilizzare. Ci concentriamo sulla crenatura dei caratteri (la distanza tra le lettere) e sui dettagli come le [legature](http://www.creativepro.com/content/typetalk-standard-and-discretionary-ligatures) [http://www.creativepro.com/content/typetalk-standard-and-discretionary-ligatures], le [legature discrezionali](http://books.google.it/books?id=Vf0SAAAQBAJ&pg=PT88&dq=legature+discrezionali&hl=it&sa=X&ei=4BbeU9nxHY2M4gTZi4GAAG&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q=legature%20discrezionali&f=false) [http://books.google.it/books?id=Vf0SAAAQBAJ&pg=PT88&dq=legature+discrezionali&hl=it&sa=X&ei=4BbeU9nxHY2M4gTZi4GAAG&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q=legature%20discrezionali&f=false] e il [maiuscoletto](http://it.wikipedia.org/wiki/Maiuscoletto) [http://it.wikipedia.org/wiki/Maiuscoletto].
- Se riportiamo indietro lo zoom **al livello medio di ingrandimento, allora lavoriamo con i blocchi di testo**. In questo livello, controlliamo gli attributi su come il blocco di testo si presenta, la dimensione dei caratteri, lunghezza della riga e l'interlinea. Stiamo cercando l'equilibrio tra spazi bianchi e neri.
- Portando il fattore di **ingrandimento al livello più basso, ci troviamo a valutare tutta la composizione della pagina**. Questi attributi includono la gerarchia e il contrasto. Intervendiamo su come i diversi blocchi di testo interagiscono fra loro, utilizzando strutture come intestazioni, corpo del testo, didascalie e callout (*breve testo descrittivo con un puntatore ad una parte del testo principale, come per esempio un fumetto – n.d.t.*). La nostra attenzione è focalizzata su come fare in modo che le persone si spostino attraverso i blocchi di testo e riescano a raggiungere l'obiettivo della composizione.

Per sviluppare la nostra sensibilità, dobbiamo capire in che modo manipolare i vari attributi, su ogni livello. Dobbiamo capire come funziona ogni attributo preso a se stante, ma abbiamo anche bisogno di imparare come lavorano insieme. Possiamo osservare come la variazione di uno degli attributi a livello di carattere (diciamo lo spessore del carattere), non influenzi solo il modo in cui ci appare il carattere, ma anche come cambiano i blocchi di testo e la composizione nel suo complesso.

La grande quantità di attributi ad ogni livello di scala e gli effetti che hanno sul design complessivo, è ciò che intimidisce di più del design del testo. Ma possiamo imparare a prendere decisioni che portino rapidamente alla realizzazione di design gradevoli.

Addestrare la nostra percezione

Per diventare bravi a fare design con i caratteri, dobbiamo formare la nostra percezione. Questo non è un processo concettualmente difficile, ma ci vuole impegno e una discreta quantità di lavoro.

Il primo passo nel design dei caratteri, è quello di studiare a fondo la materia. Si comincia con la lettura di tutto ciò che possiamo trovare su questo argomento.

In questo momento, su questo tema, ci sono tre libri che mi piacciono molto:

- *Thinking with Type* [<http://www.amazon.com/exec/obidos/ASIN/1568989695/?tag=userinterface-20>] di Ellen Lupton è un bellissimo libro che presenta tutti gli attributi in modo molto gradevole.
- *The Elements of Typographic Style* [<http://www.amazon.com/exec/obidos/ASIN/0881792128/?tag=userinterface-20>] di Robert Bringhurst affronta in profondità le interazioni tra gli attributi, per realizzare design piacevoli.
- Infine, Tim Brown mi presentò *The Anatomy of Type: A Graphic Guide to 100 Typefaces* [<http://www.amazon.com/exec/obidos/ASIN/0062203126/?tag=userinterface-20>], di Stephen Coles. Questo è un bellissimo libro che scende in profondità su ciò che rende un carattere diverso da un altro.

Divorare questi tre libri è un ottimo inizio. Ma avrete ancora bisogno di osservare i caratteri tipografici nel mondo reale.

Dissezionare i design grandiosi (e non così grandiosi)

Il secondo passo è dissezionare i caratteri tipografici che vedete nei design intorno a voi. Che cosa ha fatto il designer? Come interagiscono gli attributi l'un l'altro?

Tool come [WhatFont Chrome Extension](http://chengyinliu.com/whatfont.html) [<http://chengyinliu.com/whatfont.html>] vi aiutano ad osservare il tipo di carattere su qualsiasi pagina web. Utilizzando altri strumenti, potete identificare gli attributi CSS che sono stati applicati ai caratteri.

Col tempo, potrete capire da soli ciò che i progettisti hanno fatto e formare la vostra opinione su ciò che funziona e cosa no. Raccogliete gli esempi di design che vi piacciono in un file e aggiungeteci le note sugli attributi che sono stati impostati.

Ma non si fermatevi qui. Prendete il CSS ed i font e realizzate delle vostre pagine, imitando ciò che i designer hanno fatto. Poi iniziate a giocherellare con gli attributi, per vedere come cambiano le vostre sensazioni, dopo i piccoli (ed i grandi) cambiamenti.

Il trucco consiste nell'esplorare ciò che ogni attributo fa davvero, non solo quello che i libri dicono che fa, ma come si comporta il design complessivo, quando lo si modifica. Passare da un design piacevole ad uno sgradevole, variando lentamente le variabili, può darvi il senso reale di come funziona la percezione.

Tim Brown ha costruito un piccolo parco giochi per questo. Sul sito [TypeKit Practice](http://practice.typekit.com/) [http://practice.typekit.com/], si può imparare e giocare con il design dei caratteri, nel corso di una serie di lezioni (Il bello è che è gratis!).

Coinvolgetevi in progetti di design del testo

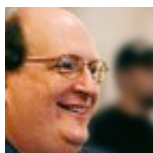
Il terzo passo è quello di scovare ogni opportunità per immergersi in incarichi di design di caratteri. Ottenete l'incarico di più progetti che potete. Niente ci rende più sciolti su un argomento, che doverci lavorare quasi ogni giorno.

Usate l'opportunità di esplorare. Lasciatevi il tempo di tirar fuori diverse variazioni del design. Sedetevi a guardarle e cercate di decidere quali vi piacciono di più.

Chiedete ad altri di leggere il testo e di dirvi quale è stato più facile da leggere. Chiedete loro che umore evoca il design. Chiedete loro di dirvi ciò che pensano che cambi fra quei design.

Utilizzate le loro risposte per vedere se le vostre impressioni delle diverse varianti, corrispondono alle loro. Col tempo inizierete a prevedere le risposte. Una volta che ci riuscirete, saprete di aver sviluppato la vostra sensazione su ciò che rende buono un design.

Jan Tschichold, il grande tipografo, una volta disse: "**Nessuno è nato maestro di tipografia**". Progettare con i caratteri tipografici può intimidire, ma la paura si dissolve quando abbiamo la fiducia che deriva dall'aver imparato bene l'argomento. Ci sono grandi risorse in giro che possiamo utilizzare. I migliori designer si prendono il tempo per imparare.



Jared M. Spool

Traduzione di **Marco Dini**

*Jared M. Spool è il fondatore di **User Interface Engineering**. Trascorre il suo tempo lavorando con i gruppi di ricerca presso la sua azienda e aiuta i clienti a capire come risolvere i loro problemi di design. Potete seguire Jared su Twitter [@jmspool](https://twitter.com/jmspool).*

Questo articolo è stato ripubblicato con l'autorizzazione di **User Interface Engineering**. Per altri articoli e informazioni, visitate il sito <http://www.ue.com/>

Altri articoli di Jared M. Spool:
<http://www.ideawebitalia.it/author/jared-spool/>

Immagine iniziale di [Peter Van Lancker](https://www.flickr.com/photos/petervanlancker/8692593550)
<https://www.flickr.com/photos/petervanlancker/8692593550>
Diritti di riproduzione: <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/2.0/deed.it>



Questo articolo si trova qui:
www.ideawebitalia.it/usabilita-web/6341/