

I font in forma

Torniamo sull'argomento dei font cercando di mettere un po' ordine nelle idee. I font disponibili sono tanti e tutti molto accattivanti, verrebbe sempre voglia di utilizzarli tutti. Poi nel momento in cui ne cerchiamo uno particolare per una specifica esigenza, ecco che non riusciamo a trovarlo

di Mauro Gandini

10.000 font

Questa è la stima dei font in formato elettronico disponibili sul mercato: e stiamo parlando solo dei gruppi principali, senza considerare le estensioni, come neretti, corsivi, neretti corsivi, ecc. Scegliere il carattere giusto per un lavoro in preparazione è talvolta cosa molto ardua.

Non conosciamo chi ha deciso di chiamare i caratteri con questo nome (chi lo sapesse è pregato di scrivercelo, lo pubblicheremo in uno dei prossimi numeri), ma troviamo la scelta molto giusta: ogni carattere infatti ha... «il proprio carattere», che può aiutare a trasferire messaggi nella maniera migliore.

Ma alla base della scelta di un carattere possiamo anche mettere una certa scientificità: questo articolo vuole proprio aiutarvi a scegliere il carattere o la famiglia di caratteri partendo da una serie di constatazioni tecniche sul tipo di lavoro che state preparando.

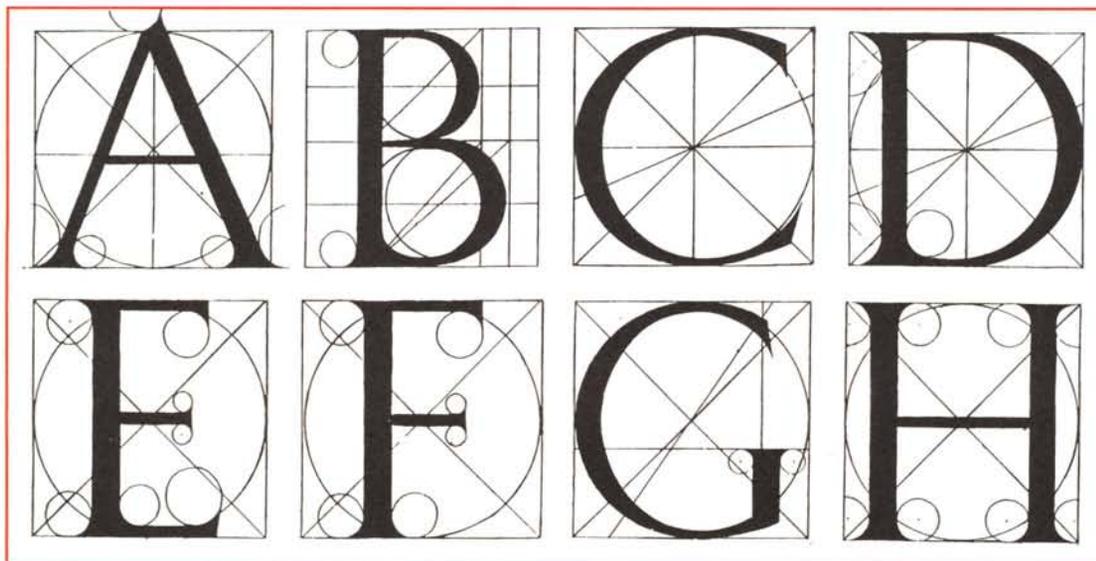
Tipologie di font

Non vogliamo ripercorre la storia dei caratteri dalla loro nascita ai tempi di Gutenberg fino ad oggi, ma solo esaminare velocemente le differenti tipologie di caratteri. Inizialmente esistevano grosso modo tre principali tipologie di font: i bastoni, i caratteri con le grazie e quelli scritti. I primi sono essenzialmente quelli che sono disegnati con tratti di spessore uniforme (esempio classico l'Helvetica); il tratto nei font con le grazie, invece, segue un andamento non lineare, ma si assottiglia o si ingrossa formando così curve di differente raggio e creando terminazioni appunto con le grazie (altro tipico esempio il Times); infine i caratteri scritti sono quelli che cercano di riprodurre la scrittura umana: sono senza dubbio i meno utilizzati (per questi il tipico esempio è quello chiamato in gergo «inglese» che si vede spesso sulle partecipazioni di matrimonio).

A queste categorie iniziali si sono aggiunte con l'avvento delle tecnologie elettroniche (dalla fine degli anni '60 ad oggi) alcune nuove categorie che meglio ci aiutano a suddividere i gruppi di caratteri. «Old-style» e moderni identificano, rispettivamente, caratteri classici che fanno parte della storia della tipografia (come il Garamond) e nuovi rifacimenti basati su caratteri classici (come le elaborazioni basate sul Bodoni).

I caratteri dotati di grazie possono anch'essi essere suddivisi tra caratteri con grazie sottili e grazie «solide»: i primi sono più classici e presentano grazie che terminano sottilmente (solito esempio il Times), mentre i secondi hanno delle grazie più corpose rappresentate da un piccolo e spigoloso rettangolo (il Clarendon è un tipico esempio di questi caratteri).

Infine troviamo i «decorativi», caratteri tra i più svariati che spesso nascono da un'idea creativa di singole lettere



Anche Leonardo si è divertito a disegnare caratteri: questi sono datati 1509.

62

Carrara, piccola Città d'Italia, con titolo di Principato. Ai Duchi di Massa della Casa Cibò apparteneva questo Principato, ed ora è del Duca di Modena. Carrara è celebre per li suoi marmi da scolpir statue: giace sopra una collina.

91

Cento, situata vicino al Fiume Reno, ed è patria del celeb. Francesco Barbieri, detto il Guercino

48

Alba, Città Vescovile, e Capo di Provincia in Piemonte, e delle più antiche d'Italia. Ella trovasi in pianura in mezzo agli Appennini, al confluente del fiume Tanaro, e del torrente Curasca: ma è probabile che una volta fosse sopra la vicina collinetta, che la ricopre a levante, in quella regione detta alta villa. I suoi tartuffi son preziosi.

LXVII

Nocera, ancienne ville d'Italie au Duché de Spolète, dans les Etats du Pape, avec un évêché. Elle est au pied de l'Apennin et très-renommée par les bains et par ses eaux qui sont très-bonnes à boire pour la santé.

Ecco alcune pagine tratte dal Manuale Tipografico di Giovanni Battista Bodoni; si noti la rappresentazione di differenti stili con i quali comporre testi rispondenti ad esigenze diverse.

e poi vengono estesi in modo da supportare l'intero alfabeto.

Leggibilità e riconoscibilità

Chi sta studiando i problemi legati alla tecnologia di riconoscimento dei caratteri (OCR) e coloro che sono impegnati sul fronte del pen computing (riconoscimento della scrittura umana), sono senza dubbio i primi a riconoscere che il cervello umano è una macchina eccezionale. L'uomo è in grado di riconoscere con pochissimi sforzi pressoché tutti i caratteri stampati e buona parte delle scritture a mano, cosa che per un computer risulta essere estremamente più difficile.

Per l'uomo esistono due fondamentali parametri che gli consentono agevolmente di leggere un testo: leggibilità e riconoscibilità dei caratteri. La differenza tra le due cose è relativa alla quantità di testo da leggere nel primo caso e la seconda all'immediatezza con cui deve essere letto. Il carattere facilmente leggibile è quel carattere che per testi lunghi consente al nostro cervello di abituarsi facilmente e quindi leggere con pochissimo sforzo; può anche non essere il migliore in riconoscibilità, ma è quello che una volta identificato consente al cervello di mettere «il pilota automatico», concentrandosi sui contenuti. Buona parte dei caratteri

classici con le grazie risponde alla caratteristica di avere una buona leggibilità, poiché le lettere sembrano legate una all'altra attraverso le grazie e ciò consente all'occhio maggior continuità nella lettura.

Il carattere riconoscibile è quello che viene «riconosciuto» in maniera pressoché istantanea: i segnali di pericolo e i cartelli stradali sono due tipici esempi dove il fattore di riconoscibilità dei caratteri è di vitale importanza. I caratteri bastone sono quelli che hanno caratteristiche di riconoscibilità maggiore, perché semplici, cioè composti da tratti uniformi. Ovviamente queste indicazioni non sono imperative, ma solo indicative: come detto prima, il cervello ha un'adattabilità, da questo punto di vista, veramente eccezionale.

Domande e risposte

Per affrontare il problema dei font in forma scientifica dobbiamo porci alcune domande durante i vari stadi della preparazione del nostro lavoro. Ciò ci consentirà di effettuare le scelte più opportune per il lavoro che intendiamo preparare. Abbiamo identificato alcune di queste domande ritenendole fondamentali per ben impostare il lavoro di creazione dei documenti: esaminiamole insieme e cerchiamo di capirne il significato una volta applicate alla nostra pubblicazione.

Iniziamo da una parola chiave che può da sola generare più di una domanda: qualità. Stiamo parlando di diversi livelli di qualità: c'è infatti da considerare la qualità del sistema di produzione degli originali, la qualità del sistema di stampa e, da non sottovalutare, la qualità della carta. Quindi la prima domanda che ci porremo è la seguente.

1) *Quale dispositivo di uscita genererà i miei originali? Una comune stampante (fino a 200 punti per pollice)? Una stampante laser (da 300 a 800 punti per pollice)? Una fotounità (da e oltre 1200 punti per pollice)?*

Nel primo caso, naturalmente sarà difficile ottenere dei buoni risultati con caratteri piccoli o dotati di grazie e tratti particolarmente sottili; con una stampante laser i risultati saranno migliori (sempre con caratteri piccoli) mentre con una fotounità potremo scendere con il corpo dei caratteri a grandezze molto piccole.

Una seconda domanda nasce dalla duplicazione del documento.

2) *Quale sistema di stampa adotteremo? Ci accontenteremo di qualche decina di copie fatte con una fotocopiatrice? Stamperemo qualche centinaio di copie con sistemi dotati di matrici a basso costo (matrici di carta)? Utilizzeremo tradizionali sistemi di stampa offset?*

Nei sistemi a bassa tiratura avremo

Tabella A	No. Font a catalogo	Mac/PC	TT	T1	MM	Gx	Floppy	CD-ROM	Telefono
1. Adobe	2000	M-P		●	●		●	●	02 76015722
2. AGFA	3000	M-P		●			●	●	02 30741
3. Autologic	150	M-P	●	●			●	●	001 805 498 9611
4. Bitstream	1200	M-P	●	●		●	●	●	001 617 497 6222
5. FontBureau	250	M-P	●	●		●	●		001 617 423 8770
6. Font Company	2000	M-P		●			●	●	001 516 864 0167
7. FontHaus	9500	M-P	●	●			●	●	001 203 367 1993
8. FontShop	400	M-P		●			●	●	001 800 897 3872
9. ImageClub	300	M-P	●	●			●	●	001 403 262 8008
10. Jerry's World	2000	M-P	●	●				●	001 708 328 7380
11. Letraset	240	M	●	●			●	●	02 39216677
12. Linotype-Hell	2000	M-P	●	●		●	●	●	02 350031
13. Monotype	3500	M-P	●	●			●	●	02 350031
14. PrePress Solution	5500	M-P		●			●		001 716 637 9390
15. Red Rooster	300	M-P		●			●		001 610 584 1011
16. URW America	2500	M-P	●	●			●	●	001 603 882 7445
17. Treacyfaces	200	M-P	●	●			●	●	001 203 389 7037
18. Y&Y	150	M-P		●			●		001 508 371 3286

Nella tabella A sono indicati i maggiori produttori e distributori mondiali di font in formato elettronico; nella tabella B sono invece indicati altri produttori minori, ma nel catalogo dei quali è possibile trovare un buon assortimento di caratteri particolari.

Tabella B	No. Font a catalogo	Mac/PC	TT	T1	MM	Gx	Floppy	CD-ROM	Telefono
19. Alphabets	50	M/P	●	●			●		001 708 328 2733
20. The Foundry	25	M/P		●			●		0044 71 734 6925
21. Handrafed Fonts	30	M/P	●	●			●		001 215 634 0634
22. ITC	25	M	●	●	●	●	●	●	001 212 371 0699
23. Lanson Type	40	M/P	●	●			●		001 902 676 2835
24. Olduvai	40	M/P	●	●			●		001 305 670 1112
25. Russian Type	20	M/P	●	●			●		001 415 903 9229

Legenda: TT = TrueType - T1 = Type 1 - MM = Multiple Masters - Gx = QuickDraw Gx Font - M = disponibili per la piattaforma Macintosh - P = disponibili per la piattaforma PC - Floppy/CD-ROM = disponibili su floppy e/o CD-ROM

gli stessi problemi di perdita dei dettagli imputabili ad una stampa degli originali con stampanti tradizionali o laser. Ma spesso dimentichiamo un altro nemico della buona riproduzione dei particolari: il fax. Se il documento che dobbiamo preparare andrà poi spedito via fax (o ci dovrà tornare, come per esempio i coupon di richiesta di informazioni) dovremo evitare di metterci nelle condizioni di rendere poco leggibile il fax, una volta ricevuto. La terza domanda verte sempre sulla qualità.

3) Che carta utilizzeremo? Patinata opaca o lucida di qualità? Carta uso mano? Riciclata?

La carta patinata è quella che assorbe meno inchiostro e quindi consente di avere la migliore resa dal punto di vista della precisione della riproduzione. Le altre carte ci consentono dei buoni risparmi talvolta (visto il costo in continuo aumento), ma la resa può essere inferiore specialmente con le lettere di tipo chiuso, cioè con occhielli come la «a» o la «p»: sono infatti carte che avendo un'assorbimento maggiore tendono a far sì che i contorni dei caratteri non siano precisi, ma che alcune lette-

re presentino irregolari assorbimenti dell'inchiostro. Una condizione pericolosa in questo caso è quella di lettere molto ravvicinate tra loro: si rischia che lo «sbavamento» dell'inchiostro sia doppio compromettendo così la lettura.

Dopo aver esaminato questi tre punti basilari per la qualità del nostro stampato, esaminiamo altre sue caratteristiche legate al testo.

4) Il testo che dovete comporre crea problemi di spazio? È troppo lungo per lo spazio disponibile? È troppo poco?

In questo caso il rapporto altezza/ingombro è molto importante: esistono caratteri che hanno un rapporto standard, mentre altri risultano maggiormente compressi o larghi. Non dimentichiamoci che piccole variazioni moltiplicate su un testo molto lungo per ogni singolo carattere consentono di guadagnare molto spazio. Quasi tutti i programmi (ad esempio PageMaker, XPress, ecc.) consentono di variare a piacere la larghezza dei caratteri: basterà così comprimere al 95% i caratteri di un testo per riguadagnare le righe che eccedono rispetto allo spazio a disposizione.

In questi casi possono anche nasce-

re problemi legati alla copertura della carta da parte dell'inchiostro: caratteri troppo sottili per guadagnare spazio, daranno degli effetti evanescenti al testo perché la copertura della carta da parte dell'inchiostro è minima; al contrario caratteri dalle linee troppo grosse riempiono troppo la pagina di inchiostro generando delle macchie nere di testo troppo ingombranti e pesanti dai punti di vista grafico. Torniamo ai problemi di leggibilità.

5) Il testo nella nostra pubblicazione è lungo e deve essere letto con attenzione?

Come già detto prima, in questi casi i caratteri con le grazie sono quelli che maggiormente aiutano il lettore, insieme ad altri fattori, come un'equilibrata larghezza del testo rispetto al corpo utilizzato, ecc. A questo consiglio aggiungiamo anche quello di utilizzare font di tipo classico, partendo dal Garamond per arrivare al Times: quest'ultimo carattere, creato dalla tipografia del famoso quotidiano londinese nel 1932, non è nato per caso. In esso troviamo secoli di storia tipografica concentrati per dare al lettore un livello altissimo di leg-

gibilità del testo. Tali caratteri così leggibili si sono meritati l'appellativo di caratteri invisibili, proprio perché sono in grado di trasmettere il messaggio senza che il lettore quasi si accorga dell'azione di lettura che sta svolgendo.

6) Avete necessità che il vostro testo sia leggibile, ma che risulti anche ben in evidenza?

In questo caso un carattere «invisibile» pur aiutando il lettore, non ne attira immediatamente l'attenzione. Esistono quindi caratteri meno utilizzati, ma ben leggibili che consentono di attrarre il lettore come una brezza primaverile attrae chi passa vicino ad un parco dopo un rigido inverno.

7) La nostra pubblicazione contiene informazioni di vario genere mescolate tra loro e abbiamo la necessità di rendere subito identificabile la loro collocazione e suddivisione per tipo di informazione?

Un esempio potrebbe essere quello del catalogo, che per ogni prodotto offre differenti tipi di informazioni. Oltre che giocare sulle posizioni standard delle differenti informazioni (per esempio una formattazione dove il prezzo risulti sempre allineato a destra in basso), potremo utilizzare caratteri di diverso tipo combinati tra loro. Attenzione però che questi font non siano completamente differenti tra loro; se, per esempio, utilizziamo l'Helvetica, potremmo avere delle differenti evidenziazioni utilizzando la versione normale, il grassetto, il corsivo, il corsivo grassetto, ma anche le versioni condensate. Essendo tutti font nati da un unico ceppo, il lettore non si troverà disorientato tra forme completamente differenti.

8) La nostra pubblicazione è informale o formale?

Se la vostra risposta è per una pubblicazione formale, saltate i prossimi due punti. Le pubblicazioni formali richiedono l'utilizzo di font molto classici e non ci si può lasciare andare a scelte creative. In molti casi ci verrà addirittura richiesto l'utilizzo di font «tipo macchina per scrivere» e saremo così obbligati ad utilizzare un carattere come il Courier, che, con tutto il rispetto che portiamo per questo storico font, ci sembra ormai sorpassato: non fosse altro che per il fatto di non essere un font proporzionale e, quindi, occupare spazi fissi per tutti i suoi caratteri (ogni singolo carattere occupa esattamente lo stesso spazio, sia esso una «i» o una «o»). In molti casi si tratta dell'eredità costituita da abitudini inveterate, ma ci sorprende ancora vedere professori

Old Style

Inglese

Modern

Decorativi

Geometric Slab Serif

Alcune differenti tipologie di caratteri: Old Style è scritto in Garamond; Modern è scritto con un font derivato dal Bodoni.

universitari obbligare i laureandi a preparare le tesi dando loro indicazioni sul loro aspetto che sono letteralmente l'antitesi di ciò che l'attuale tecnologia, presente anche nel più modesto word-processor, riesce a rendere disponibile.

9) Troviamo utile che i font evocino essi stessi delle sensazioni?

Parliamo soprattutto di testi corti o titoli: in questi casi spesso la ricerca del carattere giusto può portare ad un legame espressivo molto stretto tra il messaggio scritto ed il font utilizzato. Per un'annotazione in calce che richiama una dichiarazione verbale di una persona si può usare efficacemente un font di tipo scritto (quelli che ricordano la scrittura

Tre caratteri, tre stili, tre modi di comunicare.

Questo carattere è elegante e si distingue

Questo carattere è "invisibile", ma è facile da leggere

ALT! Ultimo avvertimento!

Differenti caratteri, anche se simili tra loro, possono coprire di più o di meno la pagina: si parla in questi casi di grigio tipografico, ovvero la condizione nella quale, a parità di testo scritto, un determinato carattere occupa di più la superficie della pagina.

Questo copre di più e questo copre di meno

manuale). Una regola molto, molto generale dice di usare caratteri a bastone quando il discorso è molto tecnico e caratteri con le grazie quando si parla di sentimenti.

10) Vogliamo che i nostri font assumano una forma tale da diventare essi stessi parte della grafica della nostra pubblicazione?

Abbiamo già trattato recentemente in un paio di articoli questo argomento: la scelta di caratteri è tale da consentirci di trovare font estremamente creativi che permettano di creare messaggi molto personali e graficamente interessanti per chi deve leggere. Non sfruttare queste possibilità è come acquistare l'auto e decidere di non utilizzare mai le autostrade.

Prima di chiudere

Ogni progetto va esaminato con cura ancor prima di iniziare. Per questo, prima di chiudere, vorremmo riassumere in alcuni semplici punti quanto detto finora.

– *Prodotto finale.* Prima di partire dobbiamo sapere come il documento verrà riprodotto: questo ci consentirà di scegliere le gamme di caratteri in base alla relativa struttura.

– *Aspetto finale.* In pratica dobbiamo decidere il look del nostro documento. I testi dovranno essere ben leggibili o farsi vedere? Il documento sarà formale o informale? Rispondendo a queste domande restringeremo ancora la rosa dei caratteri candidati alla realizzazione della nostra pubblicazione.

– *Estetica.* Se si decide di adottare una strada che comporta l'uso di più font, dobbiamo prestare la massima attenzione al fatto che possano convivere



I cartelli di pericolo devono sempre utilizzare font di rapida interpretazione.

VIENI, BELLA BIMBA!

Vjeni bessa bimbq!

Un differente carattere può cambiare completamente il significato di una frase, da gioioso a macabro.

tra loro. È un problema di pulizia grafica e di leggibilità generale del documento, poiché, come ben sappiamo, molti font differenti comportano una grande fatica di interpretazione e quindi generano tendenzialmente una certa confusione.

– *Grafica.* Se il nostro documento vuole avere, anche da un punto di vista grafico, qualcosa da dire, allora perché non dare ai font la loro parte e sfruttarli anch'essi al meglio per aiutarci a realizzare una pubblicazione che si faccia veramente notare?

Parleremo ancora presto di font: di dove trovarli e dei problemi un po' più tecnici legati al loro utilizzo. Quindi chiudiamo questo articolo con un appuntamento che ci consentirà di scoprire altre nuove interessanti informazioni sul mondo dei caratteri. 

Anche in questo caso la modifica del carattere consente di esprimere un sentimento, più delicato nel primo caso, duro nel secondo.

Addio per sempre!

Addio, per sempre!

Pole position per Crystal Reports 4.0!

La nuova versione del più premiato programma di generazione di report.



Non c'è miglior modo di creare report!

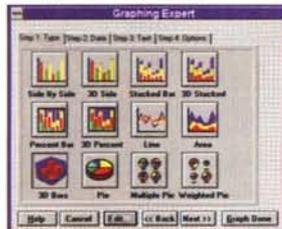
Disegnare i vostri report senza scrivere codice!
Ricalcoli automatici, ordinamento e sottototali in un solo passaggio, ordinamento su gruppi, esportazione dei report in molti formati, distribuzione dei report in molti formati, distribuzione dei report tramite il sistema di posta elettronica e altro.

Non c'è modo migliore di integrare report all'interno di un'applicazione. L'architettura di Crystal, che consiste di una Report Engine DLL ed API documentate, rende questo strumento unico nella velocità ed integrazione in applicazioni basate su database. Questo è il motivo che ha spinto Microsoft, Borland, Sybase ed oltre 50 società produttrici di software ad integrare Crystal nei loro pacchetti.

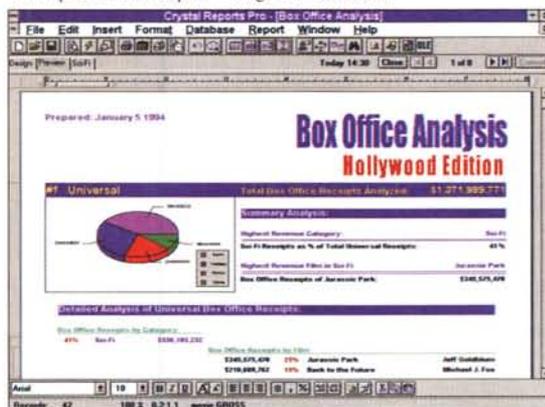
Ora è il momento di acquistare il migliore strumento di reporting con le nuove caratteristiche della versione 4.0

- Report Engine più di 80 funzioni (20 nuove) 80 proprietà VBX (40 nuove)
- Supporto di file bitmap blob
- Esperti ad-hoc confezionano direttamente dischi di distribuzione, raccogliendo DLLs, EXEs e file necessari al funzionamento dei report.

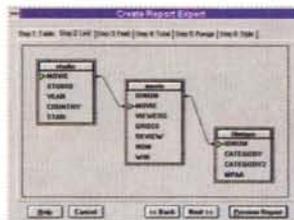
- Integrazione di grafici: (12 stili)



- Nuova interfaccia per la selezione dei record
- Interfaccia a schede
- Stili predefiniti di report
- Griglia di costruzione



- Stampa dei report 2-10 volte più veloce con la nuova tecnologia Smart Engine
- Supporto per le Stored Procedure
- Analisi in dettaglio dei valori su report
- Esperti per la creazione di report, grafici, link, distribuzione



- Distribuzione dei report gratuita
- Ed altro, altro ancora!

Crystal Reports Pro	Lit. 690.000
Aggiornamento a Pro	Lit. 390.000
<i>(Anche per utenti Visual Basic Pro)</i>	
Crystal Reports Standard	Lit. 490.000
Aggiornamento a Standard	Lit. 149.000

Prezzi di listino consigliati, IVA esclusa, soggetti a variazioni senza preavviso

Crystal Reports 4.0 *velocizza* la progettazione e l'integrazione dei report nelle applicazioni.

Provateci con la nostra formula senza rischi: "soddisfatti o rimborsati".



Questar, Via A. Maj 22, Bergamo
tel. 035/249946 - fax 035/249945 - email: info@questar.it

Il più premiato programma di generazione di report!



CRYSTAL A Seagate Software Company Crystal Reports e Crystal Reports Pro sono marchi registrati da Crystal Computer Services Inc..

Crystal Reports è commercializzato da Questar ed è disponibile presso Ingram Micro, Lifeboat e JSoft e presso i migliori rivenditori e case di vendita per corrispondenza.



Sept. 27, 1993

May 25, 1994

August 19, 1994