

Briefing

Criação de fonte para a Toyota

A equipe do estúdio londrino Dalton Maag explica como criou a tipografia da maior montadora do mundo



— O estúdio

Dalton Maag

Nascido em Zurique, na Suíça, o tipógrafo Bruno Maag se mudou para a Inglaterra para 'aba'ha.' no estúdio Monciype. Depois de um ano e meio de trabalho foi transferido para Chicago, nos EUA, tornando-se o responsável pelo departamento de tipografia dessa sede do estúdio. De volta à Inglaterra em 1991, fundou o Dalton Maag com Liz Dalton. Hoje, a Dalton Maag era fontes para clientes como Toyota, PUMA, Getty Images e BMW e também possui sedes na Suíça e no Brasil.

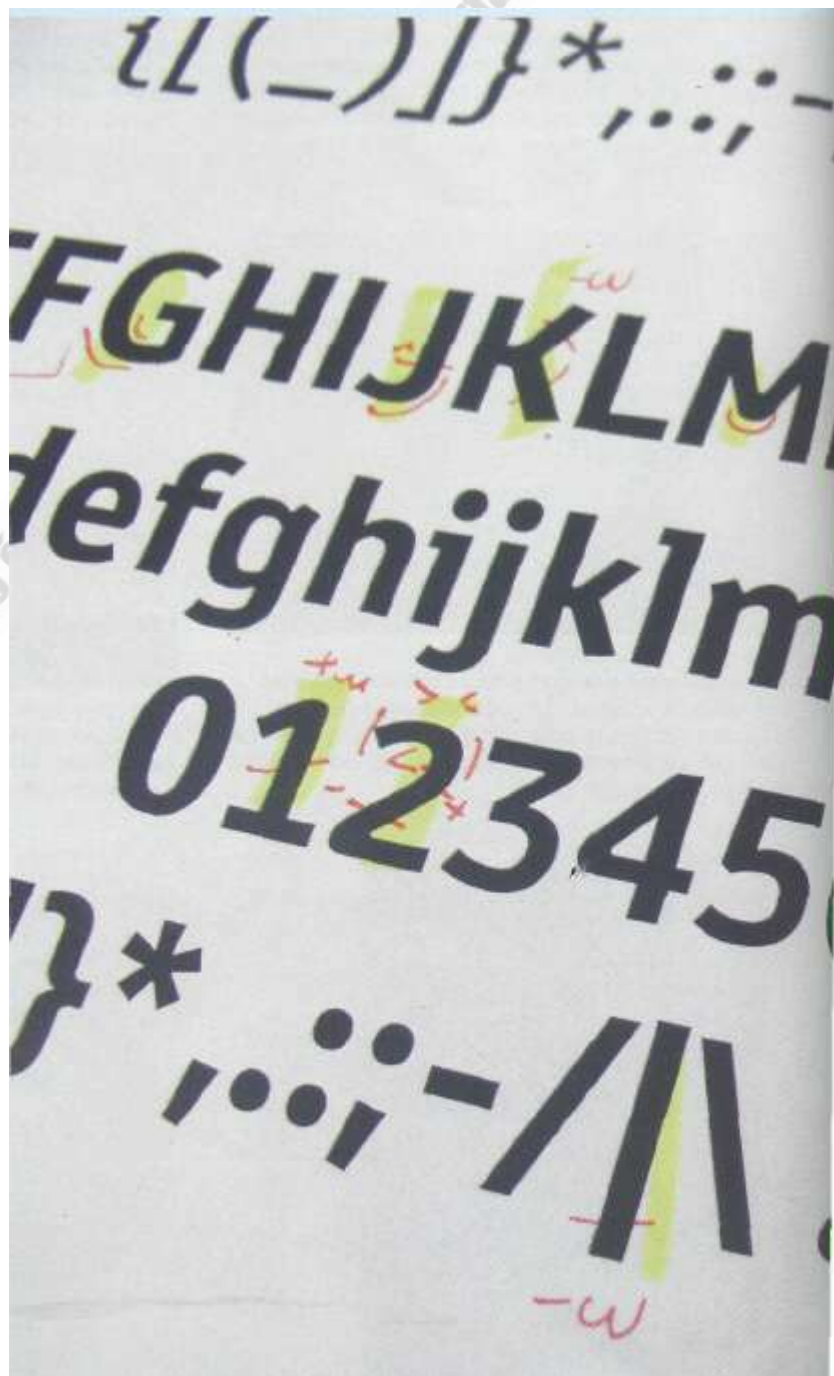
— Obriefing

Tipografia institucional para a Toyota

A Dalton Maag foi acionada pelo estúdio de design londrino Greenspace para projetar uma família tipográfica para a Toyota. O briefing solicitou uma fonte que refletisse as principais qualidades da marca, criando uma linguagem visual contemporânea, inovadora e de qualidade. Uma consideração importante foi de que a fonte possuísse conotações da herança japonesa da Toyota e sua filosofia. As fontes seriam aplicadas por toda comunicação da Toyota, devendo funcionar desde em comerciais de TV até em contratos de venda de veículos.

Recursos utilizados

- | | |
|---------------------------------|-----------------------|
| — Macs e PCs com dois monitores | — Microsoft Office |
| — FontLab | — Impressora Laser A3 |
| — Visual TrueType | — Postscript HP |
| — Adobe CS3 e CS4 | — Python Scripts |
| | — DMCTE |



" Um dos fatores mais importantes da fonte desenvolvida pela Dalton Maag para a Toyota foi pensar nas diferenças entre as fontes de títulos

e de textos. Nos antigos tempos dos tipos móveis de metal o desenho das fontes estava atrelado também ao seu tamanho - continua sendo impossível aumentar o tamanho de blocos de metais, como fazemos hoje com as fontes digitais. A versão de 18pts, por exemplo, tem um desenho sutilmente diferenciado da versão em 10pts, visto que são contextos e propósitos radicalmente diferentes.

A criação de versões específicas para cada tipo de aplicação foi fundamental para o sucesso da nova identidade corporativa da Toyota, pois as aplicações variam muito em tamanho, desde grandes outdoors até contratos. Em títulos, buscamos impacto e diferenciação. Queremos captar a

01 Anúncio da Toyota com a aplicação da nova tipografia

02-03 Lukas, estagiário da Dalton Maag (à esq.) e Ron Carpenter, um dos diretores de criação e arte. Ao lado, o trabalho na versão para textos da tipografia



01



02

atenção de olhos velozes e passageiras. Como as letras são apresentadas em grandes tamanhos, podem conter formas inusitadas e interessantes sem comprometer a legibilidade da mensagem, que é curta. Já nos textos devemos abdicar do impacto e pensar no conforto para o leitor em primeiro plano, visto que, nesse caso, os olhos velozes já pararam para ler o que temos a dizer e estamos diante de um leitor; não mais gritando pela atenção da multidão.

Toyota Display

Visando apresentar uma diversificada variedade de conceitos, cada membro da equipe [formada por Bruno Maag, Ron Carpenter, Marc Weymann, Jeremie Hornus, Vincent Connare e eu, Fábio Hasg] desenvolveu esboços iniciais,

Bruno ponderou que uma fonte serifada ou semi-serifada era uma abordagem interessante, pois a maioria dos fabricantes de automóveis utiliza fontes sem serifa. Apenas a Mercedes Benz usa uma serifada, que é vista como tradicional e conservadora; ideal para essa marca. A Toyota, no entanto, desejou criar uma identidade moderna, de quem produz carros com design interessante e não apenas bem produzidos. >



03



08-09 Versão para títulos no mapa de caracteres padrão da Dalton Maag e aplicação da tipografia no site da Toyota na Europa

10-11 Visão geral dos refinamentos com foco no script Cirílico e a equipe da Dalton Maag que participou da criação

da tipografia para a Toyota: Ron Carpenter, Fabio Haag, Marc Weymann e Bruno Maag



11



10

ASCC II Set

O ASCII set (Código Americano Padrão para a Troca de Informações, na sigla em inglês) é um mapa de caracteres baseado no alfabeto inglês. Quando nos referimos à 'etapa ASCII Set', falamos do processo de expandir os esboços iniciais em uma fonte com mapa de caracteres limitado ao ASCII. É composto apenas por maiúsculas, minúsculas, números e parte da pontuação. Mas não é uma fonte completa (não há acentos, por exemplo). Nesta etapa é que o design se firma e é refinado e ainda há tempo de o cliente solicitar alterações. Somente com a aprovação do ASCII set partimos para expandir a fonte para o mapa de caracteres completo, que, no caso da Toyota, somando-se Grego e Cirílico junto ao Latim, são 844 caracteres.

opções com semi ou sem serifas, também variando eixo, contraste e terminações. O cliente optou pela opção mais próxima do desenho da versão de títulos.

Durante a etapa seguinte, a de expansão para o ASCII set, propusemos diferentes opções para a letra 'g'. As opções com construção mais tradicional, ideal para textos, foram recusadas pelo cliente, que buscou preservar ao máximo a similaridade com a versão para títulos. Após o OK do cliente, expandimos a fonte para o nosso mapa de caracteres padrão. Cirílico e Grego vieram logo em seguida, além do peso Bold.

Toyota TextItalic

Itálicos verdadeiros não são versões inclinadas dos estilos 'upright'; eles possuem um charme próprio. Quando surgiram, em 1501, os itálicos proporcionavam economia para a produção de livros, pois suas proporções condensadas acomodavam mais palavras por linha. Hoje, servem para enfatizar determinadas palavras que estejam em idioma estrangeiro, por exemplo, e ainda mantêm as proporções compactas dos velhos tempos. Tradicionalmente, as formas itálicas possuem o ritmo da letra manuscrita e forte herança caligráfica. Ao contrário do que muitos podem pensar, a construção de algumas letras itálicas difere de suas

equivalentes 'uprights'. Isso proporciona uma textura própria, contribuindo para a diferenciação entre esses estilos. Quanto ao grau de inclinação do itálico, testamos variações entre 9° e 14°, concluindo que 10° seria o ideal. A partir desta decisão, o processo seguiu as mesmas etapas das demais versões.

Para alcançar uma qualidade superior em monitores, aplicamos o hinting - o armazenamento de informações adicionais na fonte - para instruí-la a converter seus vetores em pontos bitmaps da forma mais eficiente possível.

O Gran Finale

Ao examinar o resultado final, todas as fontes trabalhando em conjunto, percebe-se que a Toyota possui uma inovadora e funcional família tipográfica. A versão para títulos desempenha com excelência seu papel de diferenciar as mensagens da Toyota, enquanto a versão de textos mantém estes aspectos de forma sutil, permitindo uma leitura confortável em qualquer tamanho,

