



MANUAL DE RECURSOS TIPOGRÁFICOS

Una guía para experimentar con tipografía

M^a Jesús Martínez Muñoz

MANUAL DE RECURSOS TIPOGRÁFICOS

Una guía para experimentar con tipografía

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

FACULTAT DE BELLES ARTS

Tipología de TFM > 4

Presentado por > M^a Jesús Martínez Muñoz

Dirigido por > M^a Ángeles Parejo [Geles Mit]



Palabras clave / Tags

Castellano

- > Tipografía
- > Tipo
- > Letra
- > Tipo experimental
- > Tipografía creativa
- > Recursos tipográficos

English

- > Typography
- > Type
- > Letter
- > Experimental Type
- > Creative Typography
- > Typographical Resources

Resumen / Briefing

Castellano

RECURSOS TIPOGRÁFICOS

Una guía para experimentar con tipografía

Este proyecto se centra en la investigación sobre tipografía creativa, donde el texto, no sólo tiene una funcionalidad lingüística, sino también persuasiva. En este contexto, la representación visual de las palabras se utiliza como imagen para expresar una idea más allá de su función verbal, siendo su objetivo aportar nuevos significados.

El trabajo propone una clasificación de recursos tipográficos a partir de un profundo análisis de trabajos de diseño gráfico, centrándose exclusivamente en mensajes cortos. La parte práctica elabora un manual para estudiantes de diseño con ejercicios prácticos sobre tipografía.

La intención principal de esta investigación es producir un material didáctico que permita mostrar y experimentar en el aula toda una gama de posibilidades expresivas para aplicar a las letras. Una aportación útil para docentes y estudiantes de diseño.

El objetivo principal es elaborar material didáctico para docentes y estudiantes de asignaturas vinculadas a tipografía y proyectos gráficos. También establecer una clasificación ordenada de recursos tipográficos que resulte útil en el proceso de confección de las guías didácticas de los Estudios de Grado Superior de Diseño. Así como demostrar el potencial expresivo que la tipografía pone a disposición los diseñadores y diseñadoras y enfatizar la capacidad de transmitir ideas que tienen los signos de escritura. Por último se ofrece un manual didáctico práctico sobre tipografía creativa dirigido a estudiantes y docentes de diseño, arte y comunicación audiovisual, cuyo objetivo principal es estimular la creatividad y abrir nuevos caminos de experimentación para la creación de mensajes escritos.

English

TYPOGRAPHICAL RESOURCES

A guide to try typography out

East project centres on the investigation on creative typography, where the text, not only has a linguistic functionality, but also persuasive. In this context, the visual representation of the words is used as image for expressing an idea beyond his verbal function, being his aim to contribute new senses.

The work proposes a classification of typographical resources from a deep analysis of graphical design works, focusing just on short messages. The practical part elaborates a manual for students of design with practical exercises.

The principal intention of this investigation is to produce a didactic material that allows to show and to experiment on the classroom the whole range of expressive possibilities to apply to the letters. A useful contribution for teachers and students of design.

The main aim is to elaborate didactic material for teachers and students of subjects linked to typography and graphical projects. Other specific aims are to establish a typographical resources classification which turns out to be useful in the process of confection of the didactic guides of the Studies of Top Degree of Design. Also to demonstrate the expressive potential that the typography offers to designers as well as to emphasize the aptitude to transmit ideas that have the signs of writing. And finally to elaborate a didactic practical manual on creative typography directed students and teachers of design, art and audio-visual communication, which principal aim is to stimulate the creativity and to open new ways of experimentation for the creation of written messages.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
---------------------------	----------

PARTE I

1. TIPOGRAFÍA. ASPECTOS ESENCIALES

1.1. CLAVES DE LA TIPOGRAFÍA	21
1.1.1. La doble función de la tipografía: lingüística y gráfica	15
1.1.2. Aproximación a la tipografía creativa.....	22
1.2. DENTRO DE LA NORMA	28
1.2.1. El <i>esqueleto</i> de las letras	29
1.2.1.1. Partes y elementos de los caracteres	32
1.2.2. Variables tipográficas	38
1.2.2.1. Ojo medio y cuerpo	39
1.2.2.2. Espacio entre palabras. <i>Tracking</i> y <i>Kerning</i>	41
1.2.2.3. Interlineado	43
1.2.2.4. Caja alta y caja baja	44
1.2.2.5. Familias	46
1.2.2.6. Estilos	56

2. RECURSOS TIPOGRÁFICOS

2.1. CLASIFICACIÓN DE RECURSOS TIPOGRÁFICOS	60
2.1.1. Relacionados con las variables tipográficas	60
2.1.1.1. Combinación de cuerpos sin cambiar de familia tipográfica	60
2.1.1.2. Combinación de caja alta y caja baja sin cambiar de familia	62
2.1.1.3. Combinación de estilos sin cambiar de familia tipográfica	63
2.1.1.4. Combinación de familias tipográficas	65
2.1.1.5. Alteración de los espacios	66
Espacio entre palabras / <i>Tracking</i> / <i>Kerning</i> / Interlínea	
2.1.2. Respetando la estructura de las letras	68
2.1.2.1. Giros	68
2.1.2.2. Volteos	68
2.1.2.3. <i>Arquitecturas</i> tipográficas	68
2.1.2.4. Superposiciones / Transparencias	69
2.1.2.5. Texturas no iconográficas	69
2.1.3. Alterando la estructura de las letras	70
2.1.3.1. Cortes / Fragmentaciones	70
2.1.3.2. Distorsiones / Filtros digitales	71
2.1.3.3. Personalización y redibujado / Ligaduras	72

2.1.4. Otros recursos.....	73
2.1.4.1. Contraforma	73
2.1.4.2. Sustituciones	74
2.1.4.3. La letra como imagen icónica	74
2.1.4.4. La letra hecha a mano	77
El garabato / Escribir rayando / Escritura caligráfica y manual /	
La letra con sombra / Coser letras / Todo tipo de materiales /	

PARTE II

3. MANUAL DE RECURSOS TIPOGRÁFICOS

3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	84
3.2. METODOLOGÍA DIDÁCTICA	85
3.2.1. Para realizar los ejercicios de recursos tipográficos	85
3.2.2. Para experimentar con la tipografía hecha a mano	89
3.2.3. Resultados en el aula	95
3.3. USO Y FUNCIÓN DEL MANUAL	98
3.3.1. Condicionantes del proyecto - <i>Briefing</i>	98
Antecedentes / Target /	
Condicionantes técnicos, formales y funcionales	
3.3.2. Gestión de contenidos	99
Análisis del material / Estructura y organización del manual	
3.4. DISEÑO DEL MANUAL	102
3.4.1. El formato	102
3.4.2. La retícula	103
3.4.3. La elección tipográfica	106
3.4.4. Jerarquía tipográfica / Maquetación	107
3.4.5. Decisiones de diseño	110
3.4.6. Diseño de la cubierta y las portadillas	110
3.4.7. Proceso de producción	113
4. IMÁGENES DEL MANUAL FINALIZADO	114
5. CONCLUSIONES	133
6. BIBLIOGRAFÍA	135
AGRADECIMIENTOS	139

INTRODUCCIÓN

Definición del proyecto

Este proyecto se centra en la investigación sobre tipografía creativa, donde el texto, no sólo tiene una funcionalidad lingüística, sino también persuasiva. En este contexto, la representación visual de las palabras se utiliza como imagen para expresar una idea más allá de su función verbal, siendo su objetivo aportar nuevos significados (figura 1).

El trabajo propone una clasificación de recursos tipográficos a partir de un profundo análisis de trabajos de diseño gráfico, centrándose exclusivamente en mensajes cortos. La parte práctica elabora un manual para estudiantes de diseño con ejercicios sobre tipografía creativa.

La intención principal de esta investigación es producir un material didáctico que permita mostrar y experimentar en el aula toda una gama de posibilidades expresivas para aplicar a las letras. Una aportación útil para docentes y estudiantes de diseño.

Motivación

A lo largo del tiempo en el que he impartido tipografía como docente, he detectado que en los ejercicios realizados por los estudiantes tienen mayor facilidad para construir imágenes que para resolver la tipografía de una manera creativa y eficaz. Motivada por esta carencia, emprendí una búsqueda que ha dado como resultado una recopilación de abundante información respecto al arte de componer textos largos. Sin embargo, he encontrado escaso material de investigación acerca de los recursos que proporcionan diferenciación y originalidad en la representación visual de las palabras. Espero contribuir con este trabajo a llenar una parte de ese vacío.

La necesidad de generar recursos pedagógicos en torno a la tipografía creativa me ha llevado a elaborar una propuesta sencilla de clasificación de los mensajes verbales cortos, especialmente marcas, logotipos, *slogans*, titulares, etc.

En estos mensajes breves se pueden aplicar recursos visuales fuera de la norma, no ocurre así en textos largos, en los que prima la legibilidad por encima de cualquier intención retórica. De modo que nos centramos en textos cuya forma queda fundida con el mensaje de manera indisociable según se acentúe el aspecto estético o el persuasivo (figura 2).



Figura 1. Cartel para exposición:
Imagination through Drawing,
Diseño: Reza Abedini, 2002.

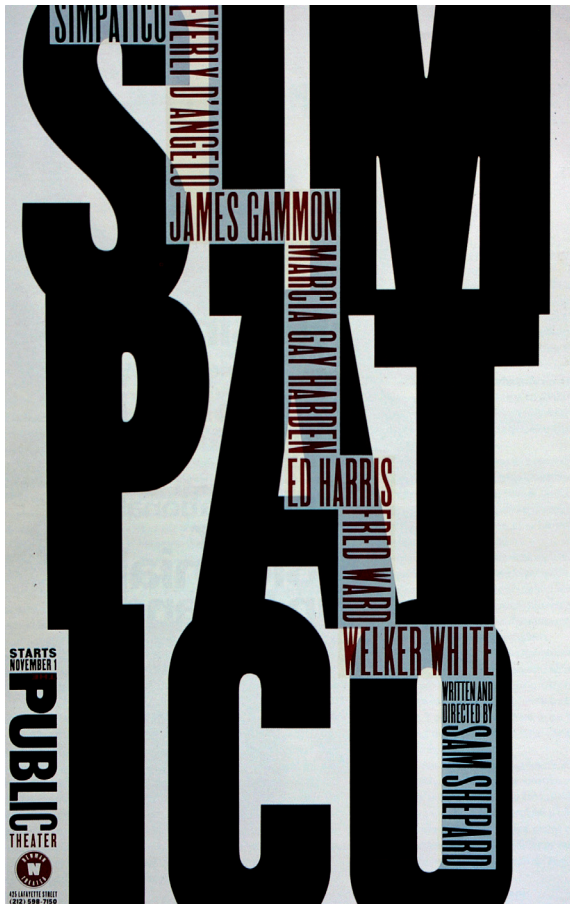


Figura 2.
Cartel para The Public Theater
de New York. Diseño: Paula Scher, 2001.

Objetivos

Objetivo general

- Elaborar material didáctico para docentes y estudiantes de asignaturas vinculadas a tipografía y proyectos gráficos.

Objetivos específicos

- Establecer una clasificación ordenada de recursos tipográficos que resulte útil en el proceso de confección de las guías didácticas de los Estudios de Grado Superior de Diseño.
- Ofrecer una gama amplia de posibilidades creativas para estimular la experimentación tipográfica a través de una metodología didáctica (figura 3).
- Demostrar el potencial expresivo que la tipografía pone a disposición de los diseñadores y diseñadoras, así como enfatizar la capacidad de transmitir ideas que tienen los signos de escritura.
- Elaborar un manual didáctico sobre tipografía creativa dirigido a estudiantes y docentes de diseño, arte y comunicación audiovisual, cuyo objetivo principal es estimular la creatividad y abrir nuevos caminos de experimentación para el diseño de mensajes escritos mediante ejercicios prácticos.



Figura 3. Logotipo para galería de arte.
Diseño: América Sánchez, 1988.



Figura 4. Cabecera y portada para revista de arte.
Diseño: Neville Brody.

* **Procedencia de las imágenes**
Las imágenes que ilustran este trabajo proceden de fuentes muy diversas. Algunos ejemplos se han reunido de libros monográficos y artículos de revistas sobre diseño gráfico cuya autoría consta en el pie de foto. Otros, son de creación propia, se han realizado esquemas y también se han elaborado ejemplos para ilustrar este proyecto. Por último, en los capítulos del apartado «Dentro de la norma», aparecen ilustraciones de diversos manuales de tipografía que figuran en la bibliografía que acompaña este trabajo.

Punto de partida

Partimos de la hipótesis de que se puede construir una metodología eficaz para la enseñanza de tipografía creativa a partir de una clasificación de recursos tipográficos que vaya acompañada de ejercicios prácticos.

Metodología

Metodología para la clasificación de recursos tipográficos

En primer lugar se ha procedido a recopilar de forma exhaustiva todo tipo de documentación sobre material gráfico procedente de diferentes áreas del diseño gráfico: identidad corporativa, diseño editorial (figura 4), gráfica expositiva, *packaging*, publicidad, señalética, *branding*, etc. A partir del análisis de este banco de imágenes se ha elaborado una clasificación ordenada de recursos tipográficos fundamentada en las normas que rigen las variables tipográficas y en el conocimiento de la morfología de las letras*. A todo ello hemos sumado nuestra praxis profesional en el campo del diseño y la docencia. Se han establecido así 4 grupos de recursos, los que tienen relación con las variables tipográficas, los que respetan o alteran la anatomía del tipo y los que no se atienen a ninguno de estos criterios.

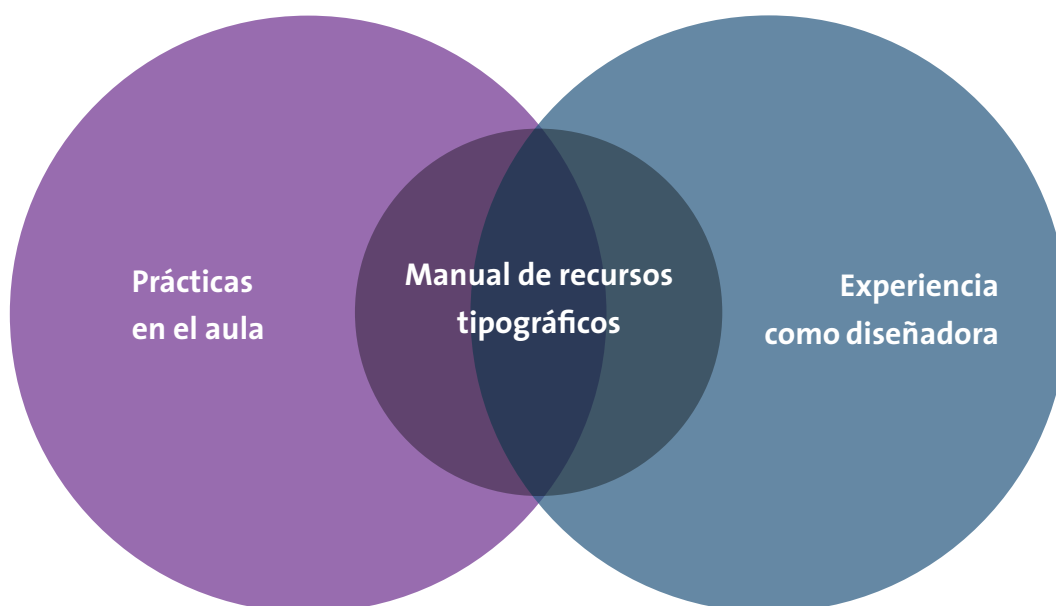
Metodología para el diseño del manual

El manual didáctico es la síntesis de años de experiencia docente, de una intensa documentación de imágenes y del bagaje profesional dentro del mundo del diseño editorial.

Metodología para la clasificación



Metodología para el diseño del manual



PARTE I

- 1. TIPOGRAFÍA.
ASPECTOS ESENCIALES**
- 2. RECURSOS TIPOGRÁFICOS**

1.1. CLAVES DE LA TIPOGRAFÍA



Figuras 5 y 6.
Tipografía urbana en Barcelona.
Fotos: América Sánchez.

¹ Utilizamos la palabra «Tipografía» para nombrar una familia tipográfica en concreto, por ejemplo: “Esta tipografía es la Univers”. También para denominar el procedimiento de composición e impresión de tipos móviles inventado por Gutenberg en el s. XV y que ha perdurado más de 500 años. Nos sirve además para referirnos a la técnica de maquetación, es decir, a la acción de disponer correctamente el material de imprimir: letras, espacios, etc. con el objetivo de facilitar al lector la máxima comprensión del texto. Por último también se refiere a todo el conjunto de letras, palabras y signos de escritura que intervienen en el diseño gráfico. Véase: Martín Montesinos, José Luis; Mas Hurtuna, Montse: *Manual de tipografía, del plomo a la era digital*, Valencia, Campgràfic, 2005.

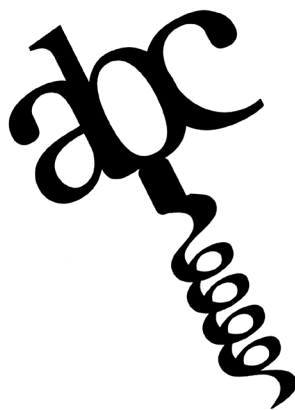
² Carrere, Alberto: *Retórica tipográfica*, Valencia, Universidad Politécnica de Valencia, 2009.

³ Martín Montesinos: José Luis; Mas Hurtuna, Montse, *op. cit.*, p. 36.

La materia prima de este proyecto es la «Tipografía», un término que apela a significados muy diferentes¹, por lo que es necesario acotar el significado de la palabra para que se ubique correctamente dentro del presente trabajo y no se preste a confusión. Llamaremos «Tipografía», a la representación visual de las letras² y los signos de escritura.

La tipografía está presente en nuestra vida de manera constante, diariamente abordamos el hecho de la lectura como algo natural. (figuras 5 y 6) A lo largo del día recibimos cientos de mensajes escritos que nos llegan de manera simultánea y que nuestro cerebro se encarga de seleccionar. Prestamos verdadera atención sólo a aquellos que nos resultan útiles. “Frecuentemente se trata de textos-signo o textos-imagen”³, es decir, de textos escuetos, mínimos, directos, que provienen de vallas publicitarias, marcas, señales de tráfico, rotulaciones comerciales, etc. Todos ellos tienen una representación formal y un significado verbal que recibimos de manera indisociable.

El presente trabajo se basa en la observación y análisis de este tipo de mensajes cortos, y será clave para el buen entendimiento del mismo comprender esa doble función de la tipografía. Para ello vamos a desarrollar este tema con mayor profundidad en las siguientes líneas.



1.1.1. La doble función de la tipografía: lingüística y gráfica

Las letras tienen una naturaleza dual. Por un lado poseen un componente puramente lingüístico y funcional, que es su significado verbal, y por otro tienen una representación visual que es de tipo gráfico (figuras 7 y 8). Norberto Chaves lo explica de esta manera: “Aparte de su obvia función verbal, la tipografía posee una dimensión semiótica no-verbal, icónica, que incorpora por connotación significados complementarios al propio nombre”.⁴

La tipografía tiene, por lo tanto, la capacidad de ser leída de forma verbal y visual al mismo tiempo, generando significados propios más complejos que el mero significado semántico de la palabra. Esta dualidad abre un amplio abanico de combinaciones aplicadas al diseño gráfico donde ambos aspectos, lingüístico y gráfico, estarán mezclados. Determinar cuál de los dos aspectos primará sobre el otro y en qué grado, es una decisión que los diseñadores y diseñadoras tendrán que tomar según la naturaleza del trabajo⁵.

Desde un libro, donde el texto está al servicio de la lectura, hasta la confección de una ilustración, en la que el texto también es imagen, discurre un amplísimo camino de posibilidades en el que la naturaleza bipolar de los caracteres determinará su función. En el primer caso, las características formales de su expresión gráfica y las de la familia de tipos a la que pertenece quedan ocultas, son prácticamente imperceptibles para los ojos no expertos, están supeditadas al fluir de la lectura y de su



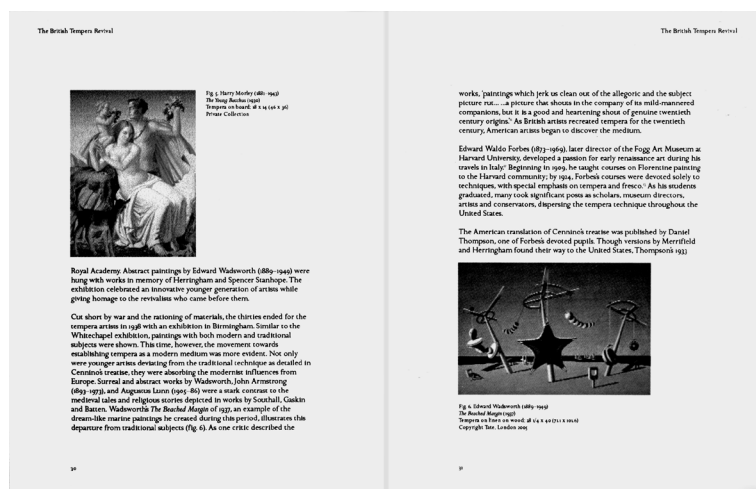
Figura 7.
Logotipo para la Asociación
de Bodegas Centenarias
y Tradicionales de la Rioja.
Crea3 Publicidad, 2002.

Figura 8.
Símbolo para la Editorial Nadal.
JM Viñas, 2001.

⁴ Chaves, Norberto: *La imagen corporativa*:
Barcelona, GG, 2005, p. 38.

⁵ Martín Montesinos, José Luis;
Mas Hurtuna, Montse, *op. cit.*

Figura 9.
Publicación del British
Museum de Londres.



significado denotativo (figura 9). En el segundo caso, el peso plástico y estético de la tipografía construirá una imagen aportando un significado connotativo más allá de la importancia de su legibilidad⁶. En determinados trabajos, como el diseño de determinados libros, guías o diccionarios, la forma tipográfica debe ser lo más neutra posible para que la información sea protagonista y la tipografía pase desapercibida, sea invisible y cumpla su función meramente informativa, donde la legibilidad es fundamental. David Jury lo denomina “tipografía silenciosa”⁷. Por el contrario existen otras formas de emitir mensajes, como por ejemplo, en los que se basa este proyecto, donde la tipografía, además de tener una función informativa, aporta una función expresiva y persuasiva. En este caso la presentación gráfica de las letras intentará llamar la atención y reforzar el significado de la palabra transmitiendo una idea (figura 10).

Vamos a sintetizar estas ideas a través de un esquema en el que se puedan apreciar, de manera más inmediata, las diferencias entre las dos funciones de la tipografía (figura 11).

⁶ El significado denotativo es el literal y primario de una imagen, gráfico o texto, es decir, es lo que significa literalmente, ni más ni menos. El significado connotativo es la comprensión, conocimiento o interpretación basados en lo que se ha percibido, aprendido o razonado. Véase: Ambrose, Gavin; Harris, Paul: *Diccionario visual de tipografía*, Barcelona, Index Book, 2010.

⁷ Fawcett-Tang, Roger; Jury, David: *Diseños Tipográficos*, Index Book. Barcelona, 2007, p. 14.

Figura 10.
Cabecera de la revista *Content*.
Milton Glaser.



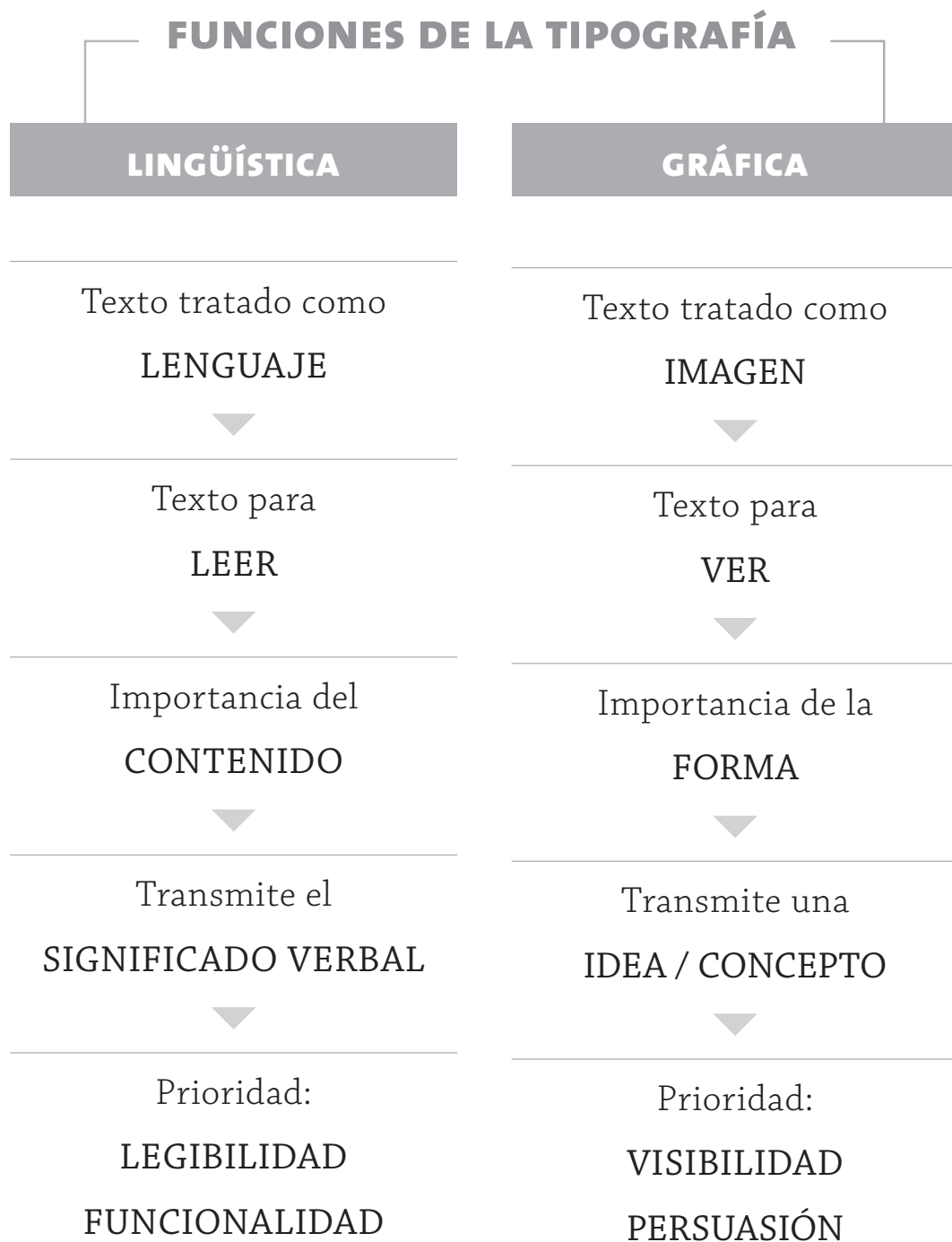


Figura 11. Funciones de la tipografía.
 Aunque la mayoría de las veces ambas funciones, lingüística y gráfica, no se pueden disociar, este esquema nos puede ayudar a distinguir las con mayor claridad. Pero hay que tener en cuenta que en la mayoría de casos tratados en este proyecto, ambas funciones conviven en un mismo mensaje, aunque en porcentajes diferentes.

El panorama gráfico actual ofrece un abanico muy amplio de maneras diferentes en las que las letras se comportan como imágenes. El vínculo que se establece con su significado lingüístico es diferente en cada diseño y será más o menos estrecho dependiendo del objetivo del proyecto.

Desde el caso más extremo en el que la letra funciona como imagen desvinculada de su función verbal, al polo opuesto en el que la letra es simplemente la representación del lenguaje verbal, la gama de posibilidades es infinita. Cuanto más nos acerquemos a la prioridad gráfica, mayor grado de interpretación será posible y por tanto, mayor grado de participación por parte del receptor.

Hemos realizado un esquema con la intención de comunicar esta idea de una manera más visual (figura 12).

En el extremo izquierdo, los titulares de las cubiertas de una colección de libros, se utilizan como transmisores de su significado verbal al servicio de la funcionalidad. En el extremo opuesto, las letras y los números, se utilizan como elementos gráficos, con una intención estética sin relación con su función verbal.

Entre los extremos se sitúa un espectro amplísimo de probabilidades de niveles de fusión entre ambas funciones. El grado de implicación de una respecto a la otra puede ser muy diferente entre unas imágenes y otras.

Figura 12. Ejemplos extremos de las funciones lingüística y gráfica de la tipografía.

1. Cubiertas de colección de libros.
Xavier Banús, 2001.

2. Interior del libro *The End of Print*.
David Carson, 2000.



Para ayudarnos en su identificación estableceremos, sólo a nivel orientativo, tres niveles de fusión (figura 13), teniendo en cuenta que la la gradación de posibilidades que existe entre ambos extremos es inmensa.

El primer ejemplo muestra el folleto de una exposición de arte. Los titulares tienen una excelente legibilidad a la vez que llaman poderosamente la atención. Se ha utilizado para ello un gran contraste de tamaño respecto al texto de lectura y se han disccionado las palabras más allá del formato superior del papel. Todo ello enfatiza la información a la que se le está concediendo mayor importancia, y refuerza el significado del título de la exposición. Sin embargo prima su función lingüística, por lo que el grado de fusión entre ambas funciones podríamos calificarla de “baja”, tomando como referente de “alta” las imágenes que más se acercan a la utilización del texto como elemento exclusivamente plástico.

El segundo ejemplo muestra un logotipo donde ambas funciones están implicadas en un porcentaje más igualitario. La palabra “ACQUA” se convierte en una imagen que aporta información a través de su expresión visual, sin perder el significado de la palabra a la que representa. Identificamos parte de las letras

Figura 13. Ejemplos en los que ambas funciones de la tipografía, verbal y gráfica, aparecen mezcladas, pero en diferentes porcentajes.

1. Publicación para el EACC. Espai d'Art Contemporani de Castelló. Paco Bascuñán, 1999.

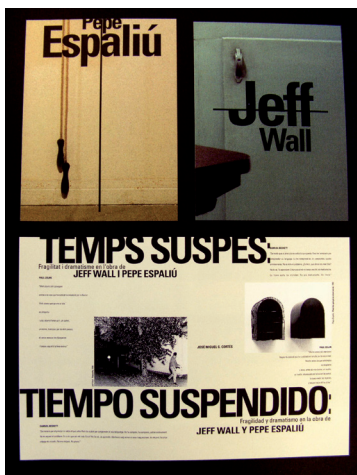
2. Ejercicio tipográfico. Alumnos y alumnas de 2º curso de Diseño Audiovisual, 1985-86. Escuela Politécnica de Diseño de Milán. Profesor: Carlo Cattaneo.

3. Cartel Eric de Belouossov para un evento sobre Mozart.

NIVELES DE FUSIÓN

Fusión
BAJA

1.



Fusión
MEDIA

2.



Fusión
ALTA

3.



como una especie de riachuelo que transmite así el dinamismo, la sinuosidad y la fluidez del agua. Situamos esta imagen en una fusión “media” en la que ambas funciones están empatadas o al menos, resulta difícil establecer el grado de protagonismo de cada una de ellas.

El tercer ejemplo posee el mayor grado de peso gráfico. Este cartel es difícil de leer a primera vista. El tratamiento formal del texto está más cerca de transmitir la impetuosidad de la música de Mozart, a la que representa, que de poner atención en cumplir su función informativa. La intención persuasiva supera con creces a la funcional. Sin embargo, en una segunda lectura más atenta, aunque incómoda, se consiguen leer todos los datos del cartel.

Para resumir, diremos que el diseño gráfico aprovecha inteligentemente esa doble función comunicativa de la tipografía, que le permite actuar en un espacio de intersección entre el código lingüístico y el código visual, lo que le posibilita moverse dentro de un gran campo creativo que vamos a abordar en el siguiente capítulo.



Figura 14.
Logotipo de la empresa textil:
Smartwool Corporate.
Neil Powell.

1.1.2. Aproximación a la tipografía creativa

Puesto que este proyecto se centra en la tipografía creativa, empezaremos por definir el término y contextualizarlo dentro del área de nuestro trabajo.

Hemos visto en el apartado anterior la importancia de la apariencia de la palabra y cómo ésta junto con su contenido verbal, generaba de manera conjunta una interpretación en el receptor. Sin embargo debemos establecer una distinción entre la tipografía aplicada a la confección de textos largos, que se desenvuelve dentro de un marco de objetividad, y la aplicada a textos cortos, que lo hace dentro de un marco de subjetividad⁸ (figura 14).

En su magnífico manual Jose Luis Martín y Montse Mas definen esta diferencia con claridad:

“Dentro de la autoedición⁹, hay una división importante, la tipografía de edición y la tipografía creativa. La primera reúne las cuestiones tipográficas relacionadas con las familias, el tamaño de las letras, los espacios entre las letras y las palabras, la interlínea, la medida de línea, etc. Es decir, aquellas unidades a las que los diseñadores gráficos y tipógrafos, de forma unánime, conceden un carácter normativo. La segunda contempla la comunicación de otro modo, como si se tratara de una metáfora visual, donde el texto no sólo tiene una funcionalidad lingüística, y donde, a veces, se representa de forma gráfica, como si se tratara de una imagen. Se puede afirmar que ambas son totalmente compatibles.”¹⁰

⁸ Solbes, Enric: *El libro en el punto de mira del diseñador*, Valencia, Alemania, 2002.

⁹ La palabra autoedición, también denominada edición electrónica o edición de sobremesa, puede definirse como la aplicación de tecnologías informáticas a los sistemas de preimpresión. La autoedición consiste básicamente en la utilización conjunta de un ordenador, de un programa, de un lenguaje y de una impresora.

¹⁰ Martín Montesinos, José Luis.; Mas Hurtuna, Montse, *op. cit.* p. 18.


 R E M A R K

De esta manera, podemos encontrar ambas tipologías dentro de una misma publicación. En un libro, por ejemplo, vemos cómo la cubierta y otros elementos como las portadillas, títulos, etc., pueden entrar dentro de la tipografía creativa, puesto que en estas partes se puede ejercer el diseño en un sentido más artístico. Y sin embargo vemos cómo la maquetación de los interiores se corresponde más con la tipografía de edición, puesto que se ha respetado la normativa general y ha sido necesario doblegarse a los dictados de la funcionalidad.

De acuerdo con esta distinción, diremos que la tipografía de edición se rige por un carácter funcional que busca ante todo transmitir el texto de la manera más eficaz posible. Para ello dispone el material tipográfico siguiendo unos criterios racionales y funcionales que acatan unas normas mantenidas por la tradición, cuyo objetivo prioritario es la legibilidad. En cambio, la tipografía creativa, transgrede esas normas y se mueve en un ámbito de libertad. Su prioridad se centra en potenciar visualmente la transmisión de conceptos y en comunicar mensajes de la manera más atractiva y eficaz posible. Para ello se servirá de una gran variedad de recursos gráficos que priorizan la expresión, la interpretación y la comunicación por encima de la legibilidad (figuras 15 y 16). La utilización creativa de la tipografía elabora piezas gráficas con una fuerte carga estética y una clara función persuasiva.



Figura 15. Cartel de teatro: *Secrets Artist Series*, Henderson, 2001-2002.

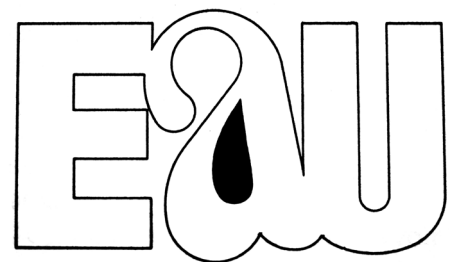
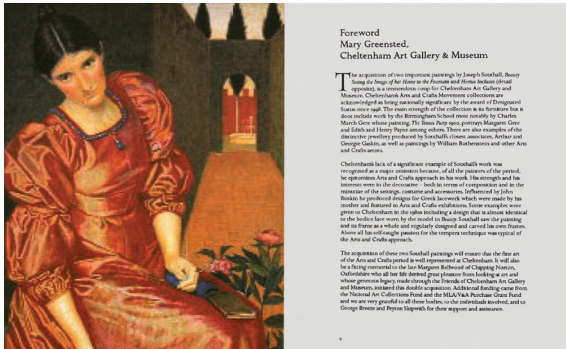


Figura 16. Ejercicio tipográfico. Alumnos y alumnas de 2º curso de Diseño Audiovisual, 1985-86. Escuela Politécnica de Diseño de Milán. Profesor: Carlo Cattaneo.



TIPOGRAFÍA DE EDICIÓN

Función > LINGÜÍSTICA

Prioridad > FUNCIONAL

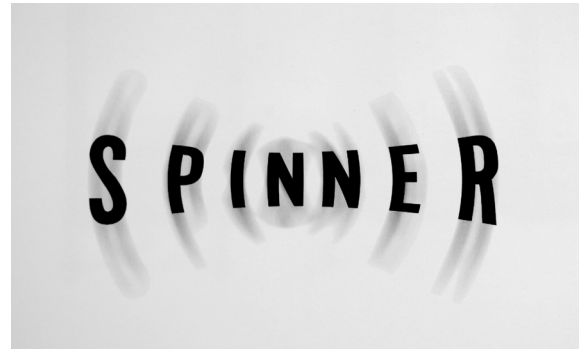
Texto > LECTURA

LEGIBILIDAD > Se lee

El significado está en el contenido verbal

Respeto las normas

Aplicaciones > Textos de lectura que priorizan el contenido: libros ensayo, narrativa, periódicos, guías, diccionarios, etc.)



TIPOGRAFÍA CREATIVA

Función > PERSUASIVA

Prioridad > GRÁFICA

Texto > IMAGEN

VISIBILIDAD > Se ve

El significado está también en la representación visual

Rompe las normas

Aplicaciones > Textos cortos que priorizan la expresión: logotipos, portadillas, carteles, cabeceras, rótulos, titulares, etc.)

Figura 17. Principales características de los tipos de tipografía.
Ejemplo 1: Publicación del British Museum de Londres.
Ejemplo 2: Logotipo para discográfica. LSD, 2001.



Figura 18.
Cubierta del libro *Zang Tumb Tumb*,
Marinetti, 1914.

La figura 4 nos ofrece un panorama de las principales características que definen las tipografía de edición y la creativa. No debemos confundir tipografía de edición con diseño editorial, puesto que como iremos demostrando a lo largo de este trabajo, existe muchísima tipografía creativa dentro del diseño editorial mostrada en titulares de libros y revistas, separatas, cubiertas, destacados, catálogos, etc. (figura 17).

Origen

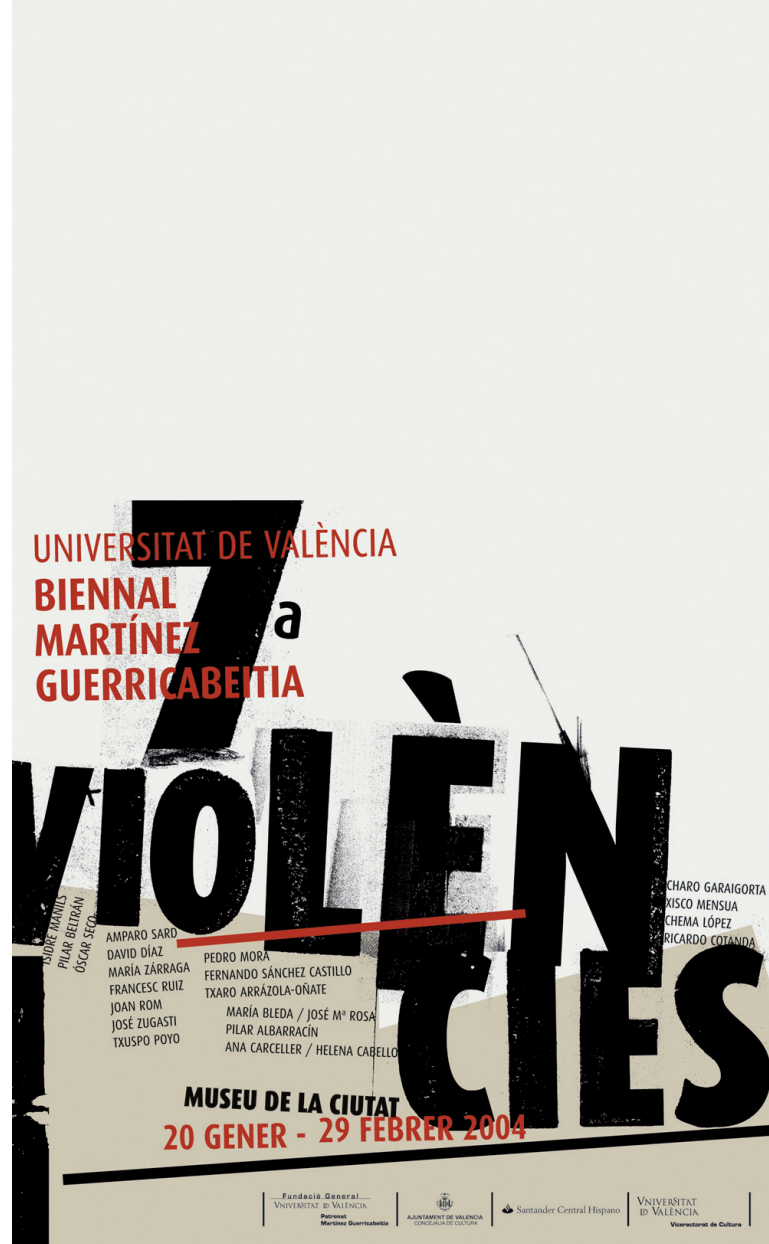
Para ir al origen de la tipografía creativa, debemos remontarnos al futurismo (1909) (figura 18) y al dadaísmo (1918). Estos dos movimientos son los primeros que emancipan a la letra de su función lingüística para otorgarle valor como elemento gráfico. Pero acercándonos a un contexto más contemporáneo y según palabras de Raquel Pelta:

“A partir de la teoría de la deconstrucción lanzada por Jacques Derrida a finales de los sesenta, se producirá la intrusión de la forma visual en el contenido verbal. De manera que la tipografía se convierte en un medio de interpretación, se concebirá como discurso, rechazándose la tradicional distinción entre ver y leer, argumentándose que los diseñadores pueden mezclar de manera activa ambas experiencias, de forma que una imagen puede leerse y una palabra escrita puede verse [...] En un mundo cada vez más visual, los textos, las palabras y las letras se han transformado en imágenes, entretrejiéndose entre ellas, y cargándose de asociaciones y nuevos significados.”⁴

Por qué textos cortos

En la tipografía creativa los diseñadores y diseñadoras se preocupan de crear combinaciones y aplicar recursos a los textos cortos (palabras, frases, párrafos) para dotarlos de un plus de significado, nos referimos a textos escuetos y directos que requieren persuadir al receptor. Este tipo de textos breves compuestos por letras, una sola palabra, unas cuantas palabras o algunas frases, no ponen en marcha el mecanismo de lectura

¹¹ Pelta, Raquel: “Prólogo”, en Balius, Andreu: *Type at work. Usos de la tipografía en el diseño editorial*. Barcelona, Index Book, 2003, p. 5.



Figuras 19.
 Cartel 7ª Bial Martínez
 Guericabeitia,
 Ibán Ramón, 2004.

que el cerebro activa al leer textos largos¹², por lo que su manera de percibirlos es completamente diferente. Ello permite una mayor libertad para usar la tipografía de manera creativa. Sería inviable aplicar los mismos recursos gráficos que se utilizan en tipografía creativa a textos largos, puesto que obstaculizarían su comprensión.

Según palabras de Alberto Carrere: “La tipografía es la representación gráfica del lenguaje y como signo visual de la misma, es capaz de promover significados desde esa sustancia visual.”¹³ Dentro de este ámbito de la tipografía creativa los signos de escritura son utilizados como elementos gráficos con un valor estético por sí mismos, permitiendo una doble lectura, visual y verbal al mismo tiempo, y poniendo mayor o menor peso en la función persuasiva de la tipografía según el caso.

Utilización de la retórica

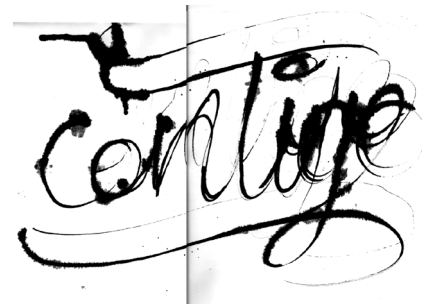
La tipografía creativa utiliza la retórica, es decir, aprovecha la función estética y persuasiva de la letra para comunicar una idea¹⁴. A través de esta herramienta hace partícipe al receptor en la interpretación del mensaje y lo invita a pensar de manera

¹² En el acto de la lectura automática no «vemos» las letras, no deletreamos, ni nos desplazamos sobre la línea de carácter en carácter, sino que la lectura la realizamos reconociendo grupos de palabras. Véase: Martín Montesinos, José Luis.; Mas Hurtuna, Montse, *op. cit.* p. 36. Y también: Hochuli, Jost: *El detalle en la tipografía*, Valencia, Campgràfic, 2007, pp. 8-9.

¹³ Carrere, Alberto, *op. cit.* p. 9.

¹⁴ Luidl, Philipp: *Tipografía básica*, Valencia, Campgràfic, 2004, p. 41.

Figura 20. Ejercicio tipográfico realizado por alumnos de 2º curso de ES. Diseño Gráfico, 2012 - 13 en la EASD de Castellón. Asignatura: Tipografía creativa. Profesora: Chus Martínez.



activa para descifrarlo. A veces esto puede conllevar una mayor dificultad en la interpretación, pero tiene la ventaja de hacer cómplice al receptor. La retórica tipográfica consiste básicamente en transformar expresivamente las palabras para favorecer un determinado efecto en el receptor. Implica imaginación, dar forma a las ideas y usar las letras adecuadamente para reforzar los argumentos de un texto y comunicar un plus conceptual. Según Paco Calles:

“A partir de la representación creativa de la tipografía extraemos conceptos e ideas complementarias. Vemos “más allá” de la forma. Encontramos más profundidad en la comunicación y sugerimos lecturas subliminales, ofrecemos posibilidades de asociación e identificación a distintos niveles. Todo ello aporta un nuevo significado a la representación gráfica del mensaje verbal, potenciando su eficacia para comunicar ideas.”¹⁵

Gracias a la manipulación de los elementos y a la utilización de diversos dispositivos visuales, la tipografía creativa es capaz de resolver formalmente un mismo mensaje lingüístico de innumerables maneras y comunicar ideas diferentes, a pesar de utilizar las mismas palabras. El manejo de todos estos recursos añade, además de significado, originalidad y diferenciación en la representación formal de las palabras (figura 20).

Para sintetizar diremos que la tipografía creativa es aquella que aporta un valor sugestivo a las letras sirviéndose de diferentes recursos visuales. A través de ellos generará significados más complejos que el mero significado lingüístico de la palabra. Algunos ejemplos de estos recursos tipográficos, cuya clasificación forma parte del objetivo de esta investigación, son: la fragmentación de los caracteres, la alteración de sus tamaños, la variación del espacio entre las letras, el giro, las superposiciones de palabras, etc.

CONTIGO

CONTIGO

Contigo

¹⁵ Calles, Paco: “Más allá de la forma: tipografía semántica”, en *Monográfica* [en línea], nº4, 2012, [consulta 10 de diciembre 2012], disponible en <www.monografica.org>.

1.2. DENTRO DE LA NORMA

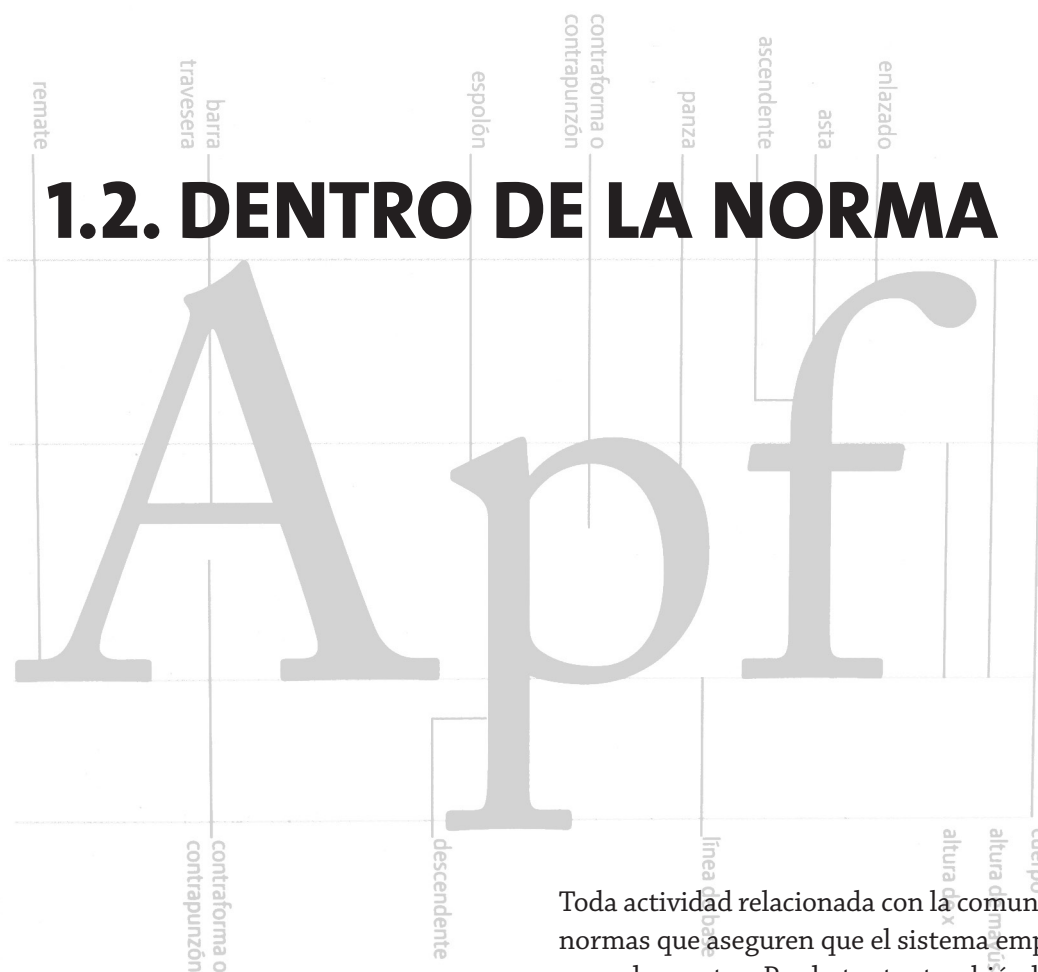


Figura 21.
Partes de las letras.

Toda actividad relacionada con la comunicación requiere de unas normas que aseguren que el sistema empleado sea comprensible para el receptor. Por lo tanto, también la tipografía necesita de un marco normativo que asegure su eficacia.

A continuación vamos a analizar los fundamentos teóricos sobre los que se asienta este proyecto. Estudiaremos en primer lugar la estructura de la letra y su anatomía, y en segundo lugar, las variables tipográficas. Ambos conceptos forman parte esencial del sistema de representación del lenguaje, y su conocimiento nos permitirá más adelante, clasificar con criterio y de forma coherente, la inmensa gama de soluciones gráficas con las que se representan las letras para aportar significados complementarios.



1.2.1. El esqueleto de las letras

Todas las letras tienen un esqueleto básico que las hace reconocibles cualquiera que sea la fuente tipográfica con que son representadas (figuras 21 y 22). Cuando nos enfrentamos a un mensaje verbal, esperamos reconocer con facilidad las letras, pero como afirma Alberto Carrere:

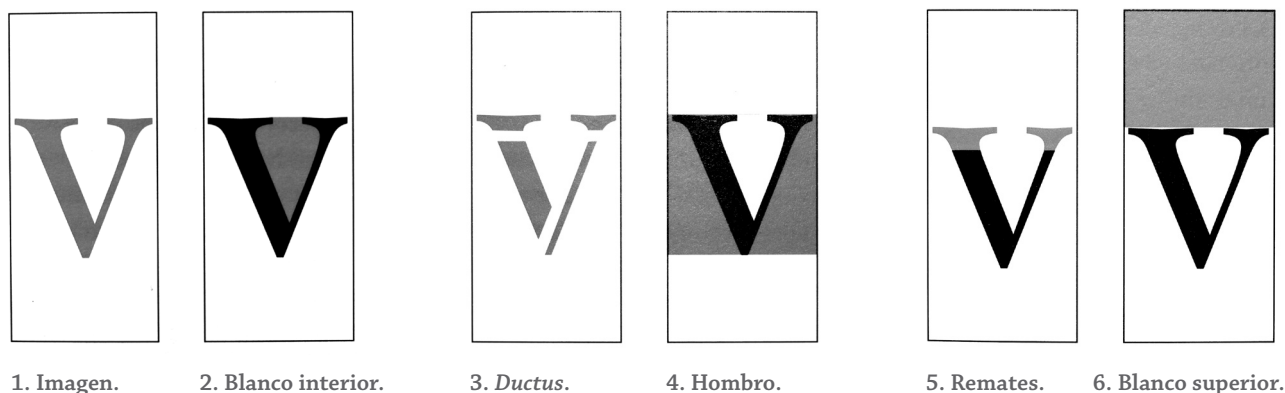
“Esa expectativa no tiene una forma definida, no está prevista por un código impreso, es una abstracción; pero intuimos que tiene características formales reconocibles, correspondientes a lo que se puede llamar esqueleto común, matriz mental o tipo ideal de una letra, base para cualquier familia tipográfica. Incluye muchos aspectos, no sólo el ductus o el armazón de la misma, sino también aquello que se espera con cierta variabilidad en proporción trazo-altura, ojo medio, modulación, terminación de trazos, etc.”¹⁶

Figura 22.
Textura compuesta por la letra «S» mayúscula y «s» minúscula de diversas familias tipográficas. A pesar de la diferencia formal, todas mantienen un esqueleto común que nos facilita su identificación.

¹⁶ Carrere, Alberto, *op. cit.*, p. 31.



Figura 23.



Resulta imprescindible conocer la letra y sus partes para poder trabajar con ella, ya sea dentro del campo de la tipografía de edición como en el de la tipografía creativa.

En las siguientes líneas vamos a ocuparnos de analizar la anatomía del carácter, empezando por reconocer las partes de ese esqueleto básico que es la esencia de su identidad. Según Philip Luidl: “La escritura como imagen del lenguaje no puede más que reflejar el esqueleto de la lengua y plasmar su anatomía.”¹⁷

Comenzaremos aclarando algunos términos básicos que el citado autor desarrolla con más detenimiento en su libro *Tipografía básica*¹⁸.

Llamamos *imagen* a la figura impresa que el lector tiene ante sí y que comúnmente se denomina letra.

El *blanco interior* es la cavidad interna de la letra.

Se llama *ductus* o modulación de trazo a la intensidad otorgada a la línea de la letra. A veces el carácter presenta trazos de distinto grosor a lo largo de su recorrido, en cuyo caso decimos que tiene un trazo modulado.

El *hombro* es la superficie desde la figura de la letra hasta sus límites izquierdo y derecho. Y es una de las variables que determina la distancia óptica entre las letras.

Los *remates* son los trazos que delimitan la letra por la parte superior e inferior. No todas las familias tipográficas acaban sus trazos con remates.

El *blanco superior* es la superficie situada por encima del ojo de la letra, y que puede verse ocupada por la letra anterior o posterior (figura 23)

¹⁷Luidl, Philipp, *op. cit.*, p. 5.

¹⁸*Ibidem*, p. 17.

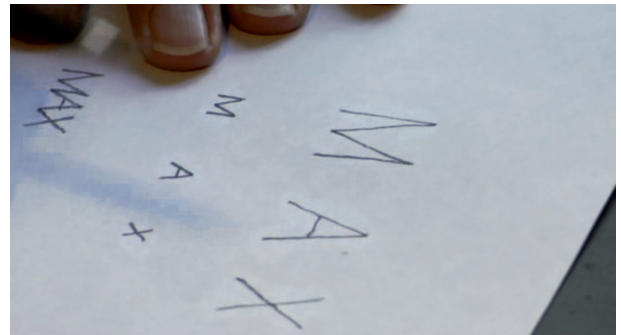


Figura 24.
Massimo Vignelli hablando sobre la importancia del blanco que rodea a los caracteres en el documental *Helvética*, 2007.

Para los diseñadores de tipos la letra, no es sólo la figura, sino el espacio en blanco que la rodea. Muchos de ellos, cuando hablan de su metodología para diseñar tipos, otorgan al “dibujo” de este espacio la misma o mayor importancia que al de la figura de la letra en sí. Prestigiosos tipógrafos como Matthew Carter o diseñadores emblemáticos como Massimo Vignelli lo atestiguan incidiendo en la importancia del blanco entre los negros de las figuras¹⁹ (figura 24).

Durante el proceso de lectura activamos distintas zonas del cerebro separadas espacialmente. Una parte aporta la información anatómica y comunica de este modo qué es lo que aparece escrito o impreso, al tiempo que otra parte, basándose en la «vestimenta», valora el carácter del mensaje. La escritura se compone así de un esqueleto, al que ya hemos aludido, y de un revestimiento. Cuanto más rica y elaborada sea la «vestimenta», menos podremos comprender la forma del esqueleto (figura 25).

¹⁹Dice Massimo Vignelli: “Typography is really white, it’s not even black. It is the space between the blacks that really makes it. In a sense it’s like music, it’s not the notes, it’s the space you put between the notes that makes the music.” en: Hustwit, Gary: *Helvética*, [documental], EE.UU., Swiss Dots Production, 2007. Véanse también los testimonios de Matthew Carter en el mismo documental.



Figura 25.
Reconocemos la letra «C» en dos familias con modulación y terminales diferentes.
1. Bodoni. 2. Caecilia.

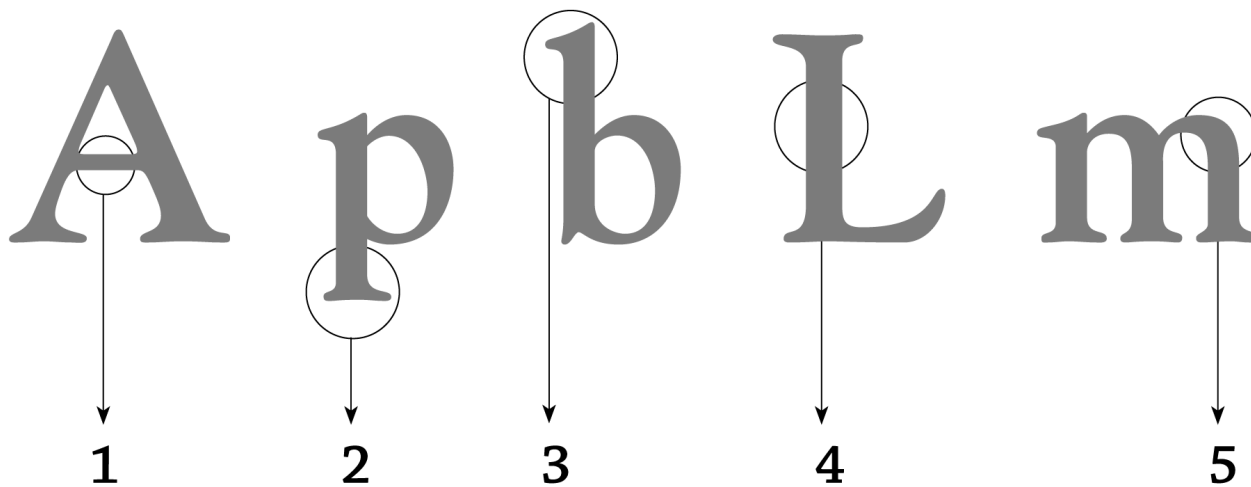


Figura 26.
Elementos fijos de los caracteres,
excepto el n° 6, el remate.

1. Filete / Perfil.
2. Descendente.
3. Ascendente.
4. Asta / Fuste / Montante.
5. Hombro / Arco.
6. Remate.
7. Brazo
8. Travesaño / Cruz.
9. Pierna.

1.2.1.1. Partes y elementos de los caracteres

Los caracteres tienen algunos atributos formales imprescindibles y otros susceptibles de ser utilizados. Así distinguiremos entre elementos fijos y elementos variables (figura 26).

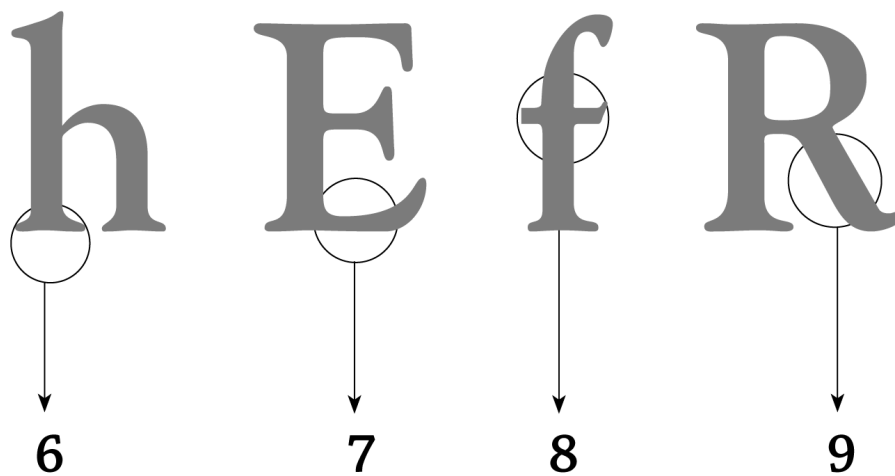
Elementos fijos

Llamamos elementos fijos a aquellos de los que no se puede prescindir porque forman y definen propiamente al carácter y sin ellos éste sería difícilmente identificable²⁰.

Los más importantes son:

- **Asta, fuste o montante:** trazo que define la estructura básica de la letra.
- **Ascendente:** parte de las letras de caja baja que supera por arriba el ojo medio.
- **Descendente:** parte de los caracteres de caja baja que supera por debajo el ojo medio.
- **Brazo:** trazo horizontal o diagonal que surge de un trazo vertical.
- **Filete o perfil:** línea horizontal entre verticales, diagonales o curvas del carácter.
- **Cruz o travesaño:** línea horizontal que cruza por algún punto el trazo principal.
- **Panza o bucle:** trazo curvilíneo.
- **Hombro o arco:** trazo curvo que sale del asta principal de algunas letras sin acabar cerrándose.

²⁰ Martín Montesinos, José Luis;
Mas Hurtuna, Montse, *op. cit.* 70 y ss.



- **Doble arco:** trazo curvo principal de la «s» tanto de caja alta como de caja baja.
- **Ojal superior, ojal inferior:** línea que forma la curvatura en la parte superior e inferior de la g de caja baja (figura 27).
- **Cuello:** línea que une los dos ojales de la «g» de caja baja.
- **Cola:** prolongación inferior de algunos rasgos.

Estos elementos pueden variar notablemente su apariencia, pero su manipulación, aplicada sin medida, no resulta adecuada para familias de lectura pues perjudicaría gravemente a la legibilidad. Sin embargo, en tipografía creativa, donde la forma tiene a veces más protagonismo que el contenido, estos recursos pueden dotar al carácter de un papel dinámico y aportar otros significados más allá de su mera función lingüística.

Elementos opcionales

Los elementos gráficos opcionales son todos aquellos que no definen partes estructurales del carácter pero le aportan riqueza formal. Si prescindieramos de ellos, seguiríamos reconociendo la letra.

La tipología romana es la más rica en este tipo de elementos en contraste con la linealidad de la tipología de palo seco, cuyo carácter resulta más «desnudo».

Otras tipologías, como las egipcias, incisas o híbridas tienden a sintetizar estos elementos o a sugerirlos.



Figura 27.
1. Ojal superior.
2. Cuello.
3. Ojal inferior.



Figura 28.
Diferentes formas de remates.

Entre los elementos opcionales cabe señalar:

- **Remate, gracia o terminal:** breve trazo final que no sigue la dirección del trazo donde se asienta, bien cerrándose en sentido perpendicular, bien con una inclinación (figura 28).
- **Uña, gancho, espolón o ápice:** final de un trazo que no termina en remate, sino con una pequeña proyección de un trazo.
- **Lágrima, gota, botón u orejas:** final de un trazo que no termina en gracia, sino con una forma redondeada.

La importancia del remate

El remate juega además un papel «señalizador» del carácter, especialmente en las minúsculas. Experimentos realizados sobre legibilidad muestran que determinados caracteres en tipología de palo seco, sólo mostrados por su mitad superior, se hacen irreconocibles, mientras que esos mismos caracteres en tipología romana son perfectamente reconocibles, pues sus remates sugieren enlaces y direcciones del sentido y el *ductus* de la escritura. Teniendo en cuenta que al leer no deletreamos, este tipo de ayuda podría facilitar notablemente la legibilidad²¹.

Un experimento realizado por Brian Loe y producido en “The visible world” de Herbert Spencer (Londres, 1969), permitió averiguar cuántos rasgos se pueden eliminar de las letras minúsculas sin impedir la lectura²² (figura 29).

²¹ *Ibidem*.

²² Solbes, Enric; *op. cit.*, p. 51.

אבגהוז טו פז קכ לד נטו
אבגהוז טו פז קכ לד נטו

Figura 29.
Frase construida con el abecedario de
Herbert Spencer , 1969.

Existen ciertos trazos que son determinantes para la identificación de las letras de caja baja, en la mayoría de ellas éstos se encuentran en la parte superior. Solamente las “a”, “g”, “j”, “p”, “q” y “u” están más diferenciadas por la parte inferior (figura 30). En algunos diseños la diferencia entre a “v” e “y” también se produce en esta parte²³.

Zonas de contacto

De la relación entre elementos fijos y opcionales surge una serie de zonas de contacto. En el estudio de estas aparentemente inapreciables zonas, es donde muchas veces radica el éxito o fracaso de una familia. Estas uniones se deben realizar de una forma natural y suave, para contribuir así al paso de un carácter a otro y facilitar el fluir de la lectura.

De los elementos determinados por la zona de contacto, cabe destacar²⁴:

- **Contorno interior y exterior:** dibujo diferenciado de la línea interior y exterior de un trazo.
- **Contrapunzón:** lo forma el contorno interior de un trazo cerrado. Aunque es frecuente la denominación ocasional de *ojo*, no hay que confundirlo con «ojo medio».
- **Lazo:** trazo que une la curva con el asta principal.
- **Punto de enlace:** zona de conexión entre remate y asta.
- **Vértice:** punto de unión entre dos astas inclinadas.

quasi papageno
quasi papageno
quasi papageno
quasi papageno

Figura 30.
Los remates ayudan
al reconocimiento
de las letras. Ilustración en
Hochuli, Jost, *op. cit.*, p. 17.

²³ *Ibidem.*

²⁴ Martín Montesinos, José Luis;
Mas Hurtuna, Montse, *op. cit.*, p. 81.

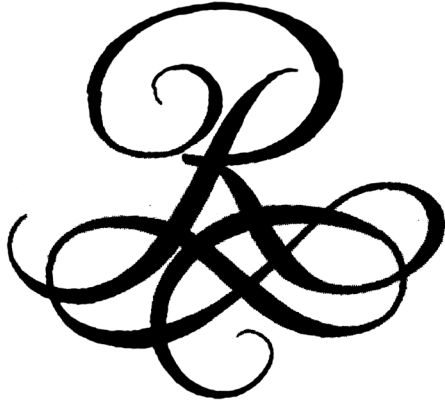


Figura 31.
Erre caligráfica.

Las familias ornamentales y de diseño se caracterizan por la utilización de elementos accesorios, pues en ellas prima la originalidad y el efecto sorpresa sobre cualquier otro²⁵. Pero aunque la tipografía sea un campo de creatividad infinito y ponga a nuestra disposición un amplio vocabulario gráfico, la letra podrá ser reconocible y mantendrá ese esqueleto básico, siempre que así lo requiera el proyecto, aunque se presente bajo formas caprichosas y llenas de originalidad (figura 31).

Para concluir, hemos analizado en este capítulo los componentes constitutivos de la letra y los elementos que la hacen identificable. Las variaciones que se puedan establecer en la estructura los caracteres estarán determinadas por todos aquellos factores que afectan a su esqueleto básico, estos son: cambio en la angulación del eje, variación de la anchura o altura del carácter y supresión o manipulación de cualquiera de sus partes.

Todos estos recursos los veremos con detenimiento en la segunda parte de este proyecto. Ahora, una vez conocida la anatomía del tipo, nos centraremos en estudiar los aspectos normativos que afectan al comportamiento de los textos.

²⁵ *Ibidem.*



Figura 32.
Tipos de madera en un chibalete.

1.2.2. Variables tipográficas

Las variables tipográficas son aquellas unidades a las que los tipógrafos y diseñadores gráficos, de forma unánime, conceden un carácter normativo. Abarcan todas las cuestiones relacionadas con las familias tipográficas, el espacio entre letras, entre palabras, el interlineado, el tamaño de las letras, la medida de línea, los márgenes, etc.²⁶ Todas ellas están relacionadas entre sí, por lo que variar los parámetros de una, supone tener que variar los parámetros de otra (figura 32).

Aunque la tipografía no es una ciencia exacta, la disposición del material tipográfico enfocado a la lectura de textos largos sigue unas pautas consensuadas por el colectivo de profesionales responsables de su publicación. El propósito principal de estas pautas es conseguir una lectura placentera del texto y una fácil comprensión de su contenido.

Ninguna de las variables tipográficas modifica la estructura original de la letra, un rasgo fundamental que será tenido en cuenta para establecer la primera división de recursos tipográficos que proponemos en este trabajo.

En las siguientes páginas repasamos los conceptos básicos más importantes relacionados con las variables tipográficas.

²⁶ Martín Montesinos, José Luis;
Mas Hurtuna, Montse, *op. cit.*



Figura 33.
Líneas de referencia
y ojo medio.

1.2.2.1. Ojo medio. Cuerpo

Ojo medio

Es el espacio ocupado por la minúscula sin trazo ascendente ni descendente. Si delimitamos los caracteres dentro de sus líneas de referencia²⁷, el ojo medio se define como el espacio comprendido entre la línea base y la línea media (figura 33).

Esta variable es mucho más importante que el cuerpo, puesto que utilizando el mismo cuerpo se observan diferencias enormes entre unas familias y otras. Además, es la variable más determinante en relación con la legibilidad de los tipos. Para textos de lectura se escogen familias con ojos medios grandes porque son más legibles a tamaños pequeños.

Según Phipipp Luidl: “El tamaño óptico de la escritura se deriva fundamentalmente del ojo medio de las minúsculas.”²⁸ Cuanto más grande sea éste, mayor parecerá la letra, por ello, tipografías de igual cuerpo tienen una apariencia de tamaño tan diferente.

En diseño editorial el ojo medio está totalmente relacionado con la interlínea: a mayor ojo medio, mayor interlínea y a menor ojo medio, menor interlínea. Sin embargo cuando estamos trabajando con cuerpos muy grandes no podremos regirnos por esta regla.

²⁷ Las líneas de referencia:

Existen unas líneas de referencia sobre las que se asientan los caracteres y entre las que se delimitan. La línea base, es la línea sobre la que se asienta el cuerpo principal de todos caracteres minúsculos y mayúsculos. Le sigue una paralela superior, llamada línea media, que delimita la altura de las minúsculas, también conocida como ojo medio o altura de x. Por encima de ésta, se dan una o dos líneas más que delimitan la altura de las mayúsculas y la alineación superior de los caracteres con rasgos ascendentes. Una última línea por debajo, llamada de alineación inferior, delimita los trazos descendentes. Véase: *Ibidem*, p. 76.

²⁸ Luidl, Philipp, *op. cit.*

Figura 34.
Ejemplos comparativos entre dos familias diferentes, Antique Olive y Bodoni, ambas de 68 puntos.

En los ejemplos 1 y 2 se ven las líneas de referencia intercambiadas y en el ejemplo 3 superpuestas sobre la misma línea base.

Se aprecia con claridad la enorme diferencia entre los ojos medios de las familias tipográficas.

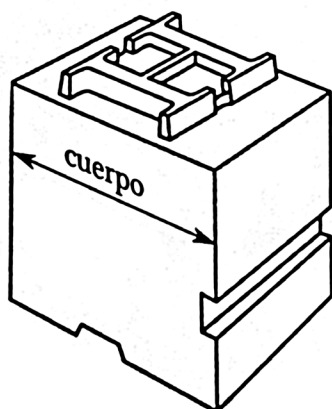


Figura 35.
Tipo de plomo y *cuerpo* del mismo.

Cuerpo

El cuerpo y el ojo medio son conceptos diferentes que no se deben confundir. Llamamos cuerpo a la altura virtual, expresada en puntos tipográficos, de un carácter²⁹. Dicha altura comprende la distancia entre el ascendente y descendente más los blancos superior e inferior. Al ser un término heredado de la tipografía analógica resulta compleja su definición en tipografía digital, mientras que refiriéndonos a los tipos móviles de plomo es mucho más fácil: distancia, expresada en puntos tipográficos, entre las caras anterior y posterior de un tipo de imprenta (figura 34).

Enric Jardí aporta unas aclaraciones interesantes: “El cuerpo es la altura de la cara donde figura el carácter en un tipo de plomo o madera. En realidad no estamos hablando ni de la altura ni del ancho de ningún carácter en especial. Aunque parezca extraño no existe ningún método exacto para saber cuál es el cuerpo de una letra impresa.”³⁰

En la actualidad el ojo medio tiene más importancia que el cuerpo, aunque el tamaño de las letras se sigue midiendo en puntos y en la práctica nos referimos a “cuerpo” como sinónimo de tamaño de letra (figura 35).

²⁹ Las medidas tipográficas toman como base el sistema duodecimal Didot —no es decimal como el sistema métrico—. Tiene por unidad el punto, que equivale a 0,376 milímetros. 12 puntos equivalen a un cíbero que tiene 4,5 milímetros de espesor. El cíbero es la medida común en Europa. Véase: Martín Montesinos, José Luis; Mas Hurtuna, Montse, *op. cit.*, p. 12.

³⁰ Jardí, Enric: *Veintidós consejos sobre tipografía*, Barcelona, Actar, 2007, p. 81.

1.2.2.2. Espacio entre palabras

-Tracking - Kerning

Espacio entre palabras

Es el espacio que separa las palabras entre sí. Estos intervalos blancos son signos que, aunque no se imprimen, cumplen una función imprescindible en la lectura. El espacio que rodea a cada palabra, debe permitir al receptor identificarla rápidamente y sin ambigüedad.

No debe hacerse demasiado grande, para que no se pierda la unidad de grupo, ni demasiado pequeño, porque crearía confusión para reconocer las palabras. Tengamos en cuenta que al leer no deletreamos carácter por carácter, sino que reconocemos las formas de las palabras en su conjunto. Por ello es tan importante facilitar el reconocimiento de las palabras (figura 36).

En textos de lectura los espacios entre palabras están muy relacionados con el espacio entre las letras, la longitud de la línea y el modo de alineación de la caja de texto. Esto tiene que ver con el mecanismo que nuestro cerebro pone en marcha cuando nos enfrentamos a la lectura de un texto largo, que consiste en que leemos por grupos compuestos de entre 3 a 5 palabras, y somos capaces de identificar 3 o 4 grupos de palabras por línea³¹.

Tracking o espacio entre letras

El *tracking* es el ajuste tipográfico que afecta a la cantidad general de espacio entre los caracteres de una palabra, línea o bloque de texto. Cuando hay más de una palabra, el *tracking* está totalmente relacionado con el espacio entre las palabras, afectando de lleno a la legibilidad. En textos largos, si el *tracking* es demasiado escaso o no es homogéneo, la legibilidad será confusa, y si es demasiado amplio se romperá la imagen de la palabra y no la identificaremos (figura 37).

-
1. Este ejemplo sirve
 2. Este ejemplo sirve
 3. Este ejemplo sirve
-

Figura 36.
Ejemplos de espacios entre palabras.
1. Exagerado. 2. Escaso. 3. Equilibrado.

1. e s p a c i a d o
 2. espaciado
 3. espaciado
-

Figura 37.
Ejemplos de espacios entre letras.
1. Exagerado. 2. Escaso. 3. Equilibrado.

³¹Véase el epígrafe: “Cómo leemos” en Martín Montesinos, José Luis; Mas Hurtuna, Montse, *op. cit.*

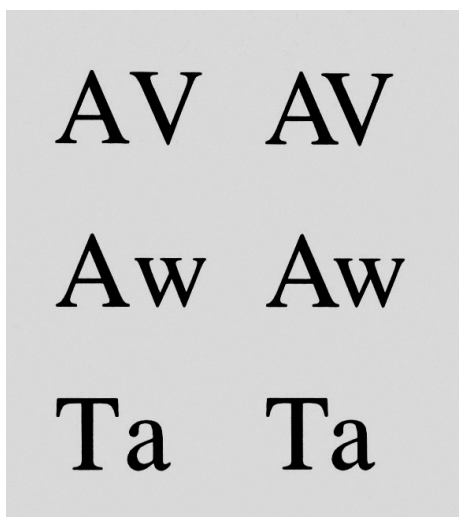


Figura 38.
Algunos ejemplos de *kerning* compensado.

Kerning

El *kerning*, también llamado “acoplamiento”, es la eliminación o adición de espacio entre pares concretos de letras para conseguir un aspecto visual equilibrado. Existen combinaciones de caracteres cuyas estructuras juntas producen efectos visuales poco estéticos, por ello resulta conveniente aumentar o reducir los espacios entre ellos.

Con los sistemas de composición digital resulta posible ampliar o reducir fácilmente la distancia entre pares de letras seleccionados, sin que afecte al resto de espacios entre las letras que conforman la palabra o la línea³².

La distancia entre pares de letras es diferente, como se puede ver en los ejemplos de las figuras 38 y 39, en los que aparecen los pares de letras sin intervenir primero y con el acoplamiento corregido después.

Conviene no confundir el *kerning* con el *tracking*. El *kerning* sólo se aplica a pares de caracteres concretos, mientras que el *tracking* modifica todos los espacios entre caracteres de un texto.

También cabe mencionar que a medida que aumenta el cuerpo del texto, más *kerning* (acoplamiento) habrá que aplicar, ya que los huecos serán más visibles³³.

³² Hochuli, Jost, *op. cit.*

³³ Ambrose, Gavin; Harris, Paul, *op. cit.*



Figura 39. Ejemplo de aplicación de *kerning* compensado.

1.2.2.3 Interlineado

El interlineado, también llamado interlínea, es el espacio expresado en puntos, entre dos líneas de un texto. Su dimensión exacta se calcula restando el cuerpo a la distancia que hay entre las líneas base de ambas. Para textos largos se suele aplicar un incremento del 20% sobre el tamaño del cuerpo. Este porcentaje es el aplicado por la mayoría de programas de autoedición como interlínea automática³⁴.

El interlineado tiene gran importancia en la legibilidad y en textos largos está totalmente relacionado con la longitud de la línea. A mayor longitud de la línea, mayor interlineado. También está vinculado con el ojo medio, las tipografías de ojo medio grande requerirán de una interlínea mayor que las de ojo medio pequeño.

No debemos confundir el espacio visual (blanco percibido entre líneas) con la interlínea. El espacio visual entre líneas parecerá más ancho si la tipografía empleada tiene un ojo medio menor, y al contrario, parecerá más estrecho cuanto mayor sea el ojo medio (figura 40).

³⁴ Martín Montesinos, José Luis; Mas Hurtuna, Montse, *op. cit.*

Figura 40.
Dos tipografías distintas con el mismo cuerpo e interlineado producen una mancha de texto completamente diferente.

Bodoni, 10/12

La tipografía puede definirse como el arte de disponer correctamente el material de imprimir de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto. La tipografía es el medio eficaz para conseguir un fin esencialmente utilitario y sólo accidentalmente estético, ya que el goce visual de las formas constituye rara vez la aspiración principal del lector. Por tanto, es equivocada cualquier disposición del material de imprenta que, sea por la causa que sea, produzca el efecto de interponerse entre el autor y el lector. Se deduce de esto que la impresión de libros hechos para ser leídos ofrece muy

Avant Garde, 10/12

La tipografía puede definirse como el arte de disponer correctamente el material de imprimir de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto. La tipografía es el medio eficaz para conseguir un fin esencialmente utilitario y sólo accidentalmente estético, ya que el goce visual de las formas constituye rara vez la aspiración principal del lector. Por tanto, es equivocada cualquier disposición del material de imprenta que, sea por la causa que sea, produzca el efecto de interponerse entre el autor y



Figura 41.
Disposición de los tipos de caja alta y caja baja en un chibalete.

1.2.2.4. Caja baja y caja alta

Esta denominación referida a las minúsculas y a las mayúsculas, tiene su origen en el lugar donde se guardaban los caracteres de plomo en los talleres de imprenta. Cada cuerpo se guardaba en un cajón de chibalete y los caracteres se distribuían de manera fija en los cajetines, las mayúsculas en la parte alta y las minúsculas en la parte baja³⁵ (figura 41). Esta nomenclatura se sigue utilizando actualmente dentro del mundo profesional de diseño e impresión.

Minúsculas

Las letras minúsculas poseen una riqueza de formas mucho mayor que las mayúsculas. Esto se debe sobre todo a su estructura en tres niveles: ojo medio, ascendentes y descendentes, que permite la distinción clara de cada una de las letras. En palabras de Philipp Luidl: “Una palabra compuesta en minúsculas muestra unos contornos muy característicos que son la clave de su buena legibilidad.”³⁶

Como vimos en el epígrafe *Partes y elementos de los caracteres*, nuestro ojo no necesita captar las letras de caja baja completas para poder reconocerlas. La mitad superior del carácter resulta suficiente, pues presenta un diseño más diferenciado que la mitad inferior. Si se cubre la mitad superior de una línea, el lector apenas podrá descifrar su contenido; por el contrario, la legibilidad será mucho más fácil cuando lo que se cubre es la mitad inferior (figura 42).

EL LIBRO ES UN OBJETO TRIDIMENSIONAL

EL LIBRO ES UN OBJETO TRIDIMENSIONAL

El libro es un objeto tridimensional

El libro es un objeto tridimensional

Figura 42.
Reconocemos mejor las letras por su mitad superior que por su mitad inferior, exceptuando los caracteres con trazo descendente.

³⁵ *Ibidem.*

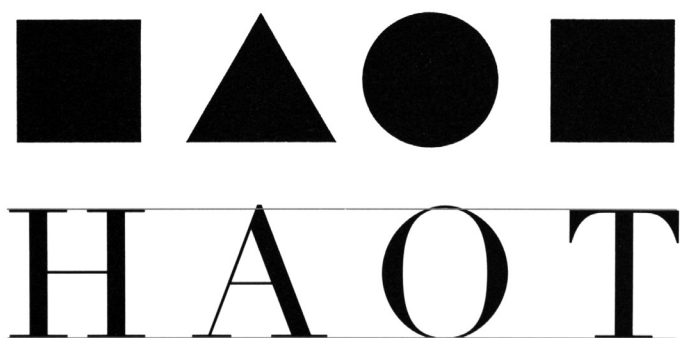
³⁶ Luidl, Philipp, *op. cit.*, p. 2.

Mayúsculas

Las letras de caja alta proceden de un número bastante modesto de formas básicas cuyos fundamentos se reducen al triángulo, el cuadrado y el círculo (figura 43). Ahora bien no todas se derivan de formas puras, sino que algunas se componen de formas mixtas. Dado que el número de formas básicas no es muy extenso, no existen características distintivas demasiado grandes entre las figuras de los caracteres de caja alta. Si se ponen juntas, las mayúsculas, dan como resultado una franja horizontal homogénea. Debido a la ausencia de rasgos tan diferenciales como son los ascendentes y descendentes, cuando se componen palabras en mayúsculas, es necesario darles mayor espaciado entre letras para conseguir identificarlas mejor. Este tipo de composición dificulta la legibilidad, por ello está desaconsejada en textos de lectura³⁷.

Las mayúsculas también poseen una legibilidad limitada cuando se componen a tamaños grandes en comparación con las minúsculas, razón por la cual se usan principalmente para titulares o pequeños fragmentos de texto. Además, según afirma Hochuli: “La estructura básica de las mayúsculas resulta un tanto estática, mientras que las minúsculas dejan ver formas dinámicas.”³⁸

La utilidad más común de las mayúsculas es la de enfatizar palabras o llamar la atención respecto a las demás.



³⁷ Hochuli, Jost, *op. cit.*

³⁸ *Ibidem*, p. 24.

Figura 43.
Similitud entre las figuras geométricas básicas y los caracteres de caja alta.

1.2.2.5. Familias

Una familia tipográfica es un conjunto de signos alfabéticos y no alfabéticos que tienen características estructurales y estilísticas comunes, por lo que se las percibe como integrantes de un mismo sistema³⁹.

Parece estar claro para toda la comunidad de diseñadores que cada familia, por tener sus propias características formales, implica una forma de expresión diferente, de manera que el mensaje llegará de distinto modo según la tipografía elegida. Un mismo mensaje “vestido” con tipografías diferentes, se comunicará de distinta forma, así lo expresa Neville Brody en el documental *Helvetica*⁴⁰.

Por ello no debemos perder de vista que la elección tipográfica influye en el mensaje. Cada familia tiene una personalidad propia que la hace distinta y reconocible entre todas las demás familias, además de comunicar unas connotaciones diferentes. Jost Hochuli lo explica de este modo: “Las letras, con independencia de su legibilidad visual, evocan distintos sentimientos mediante el lenguaje formal y por ello produce efectos positivos o negativos. Parece un argumento pragmático el de que las letras, además de su auténtica y principal función, la de ser vehículos visuales de la lengua, puedan ser también creadoras de atmósferas.”⁴¹

Antes de entrar en los detalles de una clasificación más minuciosa, estableceremos dos grandes tendencias fundamentales en la concepción del tipo: una es la *humanística* y otra la *geométrica*. La primera incide más en lo caligráfico y en la matización de las formas, mientras que la segunda se inclina hacia un predominio de las formas elementales sintéticas.

Para identificar una tendencia u otra pondremos atención en la estructura del carácter y en la configuración del *ductus*⁴² (figura 44), y no en la ubicación cronológica de las familias ni en el estilo al que pertenecen. Como regla práctica nos fijaremos fundamentalmente en el diseño de la “g” y la “a”, cuya estructura es diferente en cada tendencia. Sin embargo encontraremos numerosos casos, como por ejemplo la Helvetica, cuya “a” es humanística, mientras que la “g” es geométrica (figura 45).

³⁹ Cosgaya, Pablo; Romero, Marcela: “Clasificación tipográfica”, [en línea] OERT, 2012, [consultado 22 de marzo 2012, disponible en: <<http://www.oert.org>>

⁴⁰ “The way something is presented will define the way you react to it. So you can take the same message and present it in three different typefaces, emotional response will be different [...] the way a message is dressed is going to define our reaction to that message.” Testimonio de Neville Brody. Hustwit, Gary, *op. cit.*

⁴¹ Hochuli, Jost, *op. cit.*

⁴² El *ductus* tiene su origen en los giros de la mano al escribir con pluma o pincel. El resultado es una modulación rítmica basada en la alternancia del trazo fino y el trazo grueso. Véase: Martín Montesinos, José Luis; Mas Hurtuna, Montse, *op. cit.*

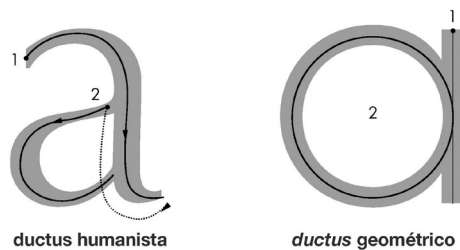


Figura 44.
Existen dos tendencias en la estructura de los caracteres respecto al *ductus*.

Clasificación

Las familias se clasifican en grupos para dotarlas de un orden que resulte útil a la hora de realizar la selección previa a todo diseño tipográfico. Es importante conocer esta clasificación para saber elegir con acierto.

Existen muchos sistemas de clasificación, pero nosotros nos centraremos en el que proponen Jose Luis Martín y Montse Mas 18 puesto que lo consideramos el más sencillo de todos y no da lugar a confusiones. Está basado en el sistema reconocido por la A-TYP-I, Asociación Tipográfica Internacional ⁴³.

Esta clasificación está basada en la observación de las características formales y recursos gráficos utilizados para el diseño de cada familia.

A veces podemos encontrarnos con fuentes difícilmente ubicables, pero la finalidad no es la clasificación en sí, sino que este conocimiento posibilite su óptima utilización. En cualquier caso, siempre será posible, a partir de la clasificación, identificar la tendencia de más de una tipología.



Tendencia humanística

Geometricidad



⁴³ *Ibidem*, p. 98 y ss.

Figura 45.
Tendencias *humanística* o *geométrica* de algunas tipografías observada en los caracteres más significativos.



Figura 46.
Romanas

A continuación resaltaremos las características más importantes de cada familia:

ROMANAS

- > Modulación visible de los trazos.
- > Trazos acabados en remates.

Es el grupo más numeroso, así como el más utilizado, sobre todo en la composición de tipografía de edición, debido a la inercia histórica, al peso de la tradición y a la alta calidad descriptiva del carácter (figura 46).

Antiguas

- > Modulación inclinada de trazo quebrado (plumilla).
- > Remates ligeramente desproporcionados.

Conservan el espíritu de las primeras romanas fundidas, aún con vínculos de la escritura manual, y una cierta dificultad en la proporción armoniosa de todos los elementos (figura 47).

De transición

- > Modulación inclinada de trazo redondeado.
- > Remates proporcionados.

Poseen una modulación más controlada que las antiguas, todavía están inclinadas, pero con unos trazos redondeados y los elementos más integrados y proporcionados en el conjunto (figura 48 y 49).

Figura 47.
Romanas antiguas.

Bembo

Sabon

Minion

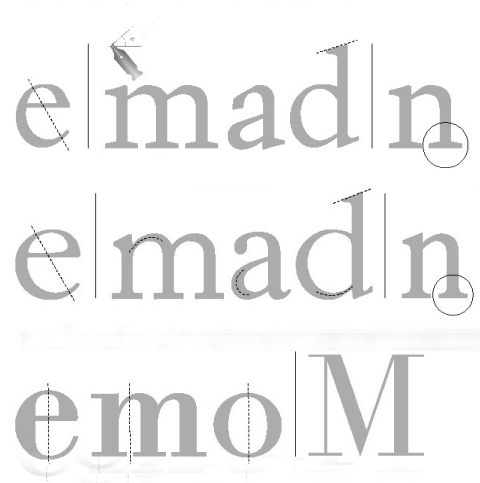


Figura 48. Algunos detalles de las distintas romanas.

1. Antiguas.
2. De transición
3. Modernas.

Modernas

- > Modulaci3n axial y de acentuado contraste entre los trazos finos y los gruesos.
- > Remates filiformes.

Est3n exentas de cualquier herencia que provenga de la escritura e introducen rasgos puramente gr3ficos (figura 50).

New Times Roman

Century Old Style

Bodoni

Didot

Figura 49. Romanas de transici3n.

Figura 50. Romanas modernas.



Figura 51.
Egipcias



Figura 52. Egipcias.
1. Suaves.
2. Duras

Figura 53.
Egipcias suaves.

Figura 54.
Egipcias duras.

EGIPCIAS

- > Modulación tendente a la uniformidad.
- > Engrosamiento del trazo.
- > Remates cuadrangulares.
- > Visible aumento del tamaño de los remates.

Están a medio camino entre el tipo romano y las de palo seco, en un intento de potenciar su aspecto plástico (figura 51).

Suaves

- > Modulación visible.
- > Punto de enlace suave.

Duras

- > Tendencia a la uniformidad del trazo.
- > Punto de enlace duro.

Ambas tienen una gran personalidad sobre el papel, con un color tipográfico que sorprende por lo equilibrado y que las hace muy recomendables para tipografía de edición (figuras 52, 53, 54).

Linoletter

Clarendon

Rockwell

Lubalin

INCISAS

Dentro del grupo de las incisas, cabe señalar dos grupos por la manera de resolver la construcción del tipo.

Híbridas

- > Ausencia de modulación.
- > Utilización de remates minúsculos.

Resultan de una extraña combinación de elementos, pero dan como resultado unas formas muy elegantes (figura 55).

Incisas

- > Trazo modulado.
- > Remates insinuados.

Enriquecen mucho el repertorio de familias de tipos, porque interpretan de forma muy personal las características propias de las romanas (figura 56, 57 y 58).



Figura 55.
Híbridas.



Figura 56.
Incisas.

COPPERPLATE GOTHIC

Cantoria

Serif Gothic

Optima

Formata

Figura 57.
Incisas híbridas.

Figura 58.
Incisas.



Figura 59.
De palo seco.

DE PALO SECO

- > Ausencia de modulación.
- > Ausencia de remates.

Presentan el tipo desnudo, funcional y aséptico. Dentro de este grupo existe una variada gama de matices e interpretaciones que lo aleja de una supuesta uniformidad (figura 59).

Grotescas

- > Trazo homogéneo.
- > Caracteres estrechos.

Este grupo se mantiene afín a las características de los primeros diseños de palo seco.

Humanistas

- > Persistencia de la modulación del trazo.

Son las más clásicas de las familias de palo seco, por tener ese aire tan tradicional que les da la modulación del trazo.

Neogrotescas

- > Ausencia de modulación.
- > Estructura humanística del carácter.

Están basadas en la construcción humanística del carácter y guardan fidelidad absoluta tanto al trazo homogéneo como a la ausencia de remates.

Geométricas

- > Ausencia de modulación.
- > Estructura geométrica del carácter.

En éstas se repiten idénticas fomas geométricas en todos los elementos de los tipos (figuras 60, 61, 62 y 63).

abcdefghijklmnpqrstuvwxy^ABCDEF
abcdefghijklmnpqrstuv

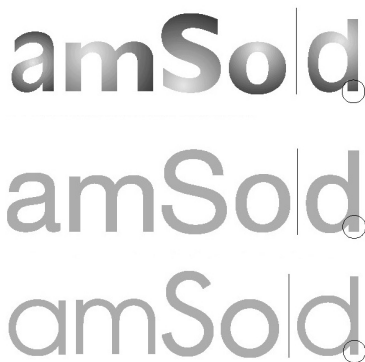


Figura 60. De palo seco:
1. Grotescas
2. Humanistas.
3. Neogrotescas
4. Geométricas.

Gill Sans

Antique Olive

Triplex

Helvetica

Frutiger

Univers

Avant Garde

Futura

Figura 61.

De palo seco humanistas.

Figura 62.

De palo seco neogrotescas.

Figura 63.

De palo seco geométricas.



Figura 64.
De escritura caligráfica.



Figura 65.
De escritura manual.

DE ESCRITURA

- > Imitación del trazado manual.
- > Pueden tener los caracteres enlazados o sueltos.

Caligráficas: imitan los estilos surgidos del arte de escribir con letra artística y perfectamente formada (figuras 64 y 65).

Manuales: de trazado libre, no necesariamente “bello” (figura 66 y 67).

Figura 66.
De escritura caligráfica.

Snell Roundhand

Manaline Script

Figura 67.
De escritura manual.

Present

Versalite Script



Figura 68.
De diseño o *display*.



Figura 69.
Ornamentales o de fantasía.

DE DISEÑO y ORNAMENTALES

Son fruto de una reinterpretación, fuera de toda norma, de los elementos o de una incorporación de elementos variables. Prima ante todo su aspecto visual.

De diseño: Están realizadas a partir de cualquier pretexto gráfico. Son aptas para mensajes breves, pero no así para textos de lectura (figura 68 y 70).

Ornamentales: Utilizan elementos adicionales de tipo decorativo u otra clase de excusa para enfatizar su carácter plástico (figura 69 y 71).

En su diseño entran otras consideraciones de tipo gráfico y expresivo, que las hace inadecuadas para la tipografía de edición.

Impact

House Gothic

variex

RaMSON Note

Figura 70.
De diseño o *display*.

Figura 71.
Ornamentales o de fantasía.

1.2.2.1. Estilos

Llamaremos estilo a las diferentes variantes dentro de la misma familia de tipos, estos son: redonda, negrita, cursiva, expandida, condensada, etc. Aunque la nomenclatura suele aparecer en inglés: *light*, *regular*, *bold*, *italic*, *expanded*, *condensed*, etc. Cada estilo se puede aplicar a cualquier carácter de cualquier familia.

Existen familias tipográficas ampliadas que incluyen todas las variaciones de una tipografía o fuente determinada. Ofrecen todos los grosores, anchos y cursivas. Algunos ejemplos son la Univers, Minion Pro, Helvetica, etc.

Las variantes de un tipo sirven en la composición para estructurar un texto, especialmente en aquellos casos en los que la puntuación no es suficiente⁴⁴ (figura 72). Con ellas dotamos a la palabra de otro registro.

Los estilos son muy útiles para establecer jerarquías tipográficas, se pueden combinar de forma limpia y metódica en publicaciones que necesiten una gama extensa de niveles de información sin necesidad de cambiar de familia tipográfica. Esta opción aporta claridad y una sensación de uniformidad a una publicación, por ello muchos profesionales se limitan a utilizar un par de fuentes en un proyecto, pero aprovechan las variaciones que brindan los diferentes estilos para jerarquizar la información.

⁴⁴ Luidl, Philipp, *op. cit.*

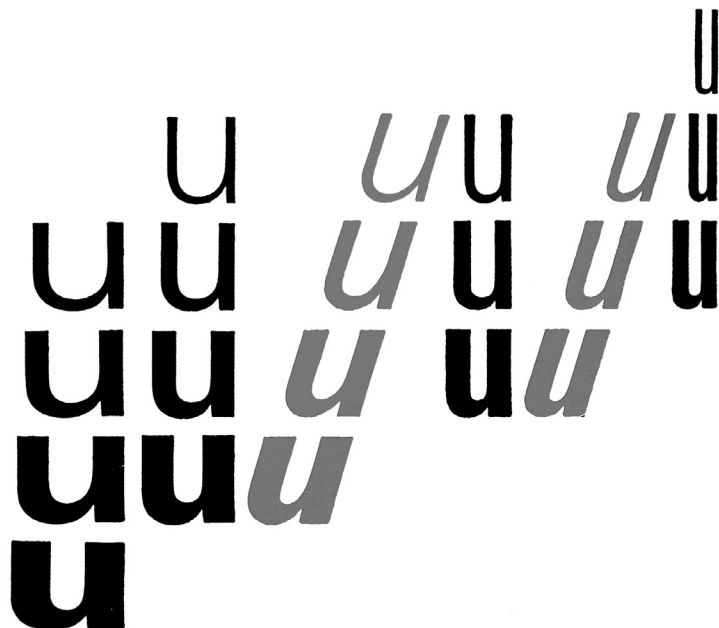


Figura 72.
Estilos de la familia Univers
diseñada por Adrian Frutiger, 1957.

Dentro de los estilos, comentaremos algunos de ellos con mayor detenimiento para puntualizar algunos aspectos.

Cursivas

Una cursiva verdadera no es sólo una letra inclinada, sino una letra con un dibujo distinto respecto a la redonda que imitan en la forma a las letras manuscritas, pero sin salirse de los dictados formales de diseño que la hacen participe de su familia. La forma de escritura manual de nuestra cursiva surgió a principios del S. XV en Florencia⁴⁵.

El uso de la cursiva es una marca distintiva, funciona como una señal de atención y se utiliza, para diferenciar o remarcar una palabra. (figura 73)

Versalitas

Son mayúsculas que tienen la misma altura que la minúscula. Forman un alfabeto independiente y su resultado es fruto de un rediseño integral del carácter, sus signos son un poco más anchos que los de las mayúsculas, y la intensidad de sus trazos es idéntica a la de las minúsculas⁴⁶.

Una versalita no es una mayúscula reducida. Frecuentemente, se comete el error, en tipografía digital, de recurrir a la reducción del cuerpo de las mayúsculas, cuando se quiere poner versalitas y no se dispone de la fuente. Ello da como resultado un color tipográfico desigual. (figura 74)



Figura 73.
Cursivas de Bembo y Avant Garde respectivamente.



⁴⁵ Hochuli, Jost, *op. cit.*

⁴⁶ Luidl, Philipp, *op. cit.*

Figura 74. Versalitas falsas y auténticas.

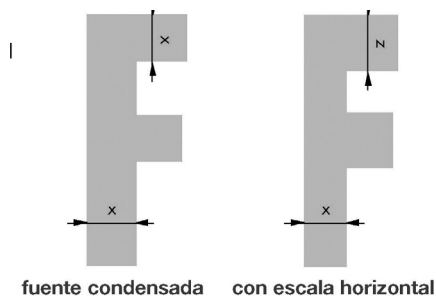


Figura 75. Las deformaciones electrónicas de los tipos traicionan el espíritu del diseño original.

**Mar
Marc
Marca**

Figura 76. Familia con fuente condensada y ultracondensada.

Ensanchamiento y estrechamiento

Existen fuentes que tienen también las variantes *extended* (ensanchadas) y *condensed* (condensadas). El ensanchamiento o estrechamiento del carácter se utiliza para solucionar problemas muy concretos de composición, habitualmente de espacio o de potenciación del peso gráfico de los caracteres.

La aplicación automática de la llamada «escala horizontal» de los programas de tratamiento de texto no es recomendable, pues destruye completamente el equilibrio de la masa de los caracteres, ya que no realiza una modificación compensada de los trazos verticales y los horizontales (figura 75).

Es preferible la elección de una familia de tipos diferente que se adapte mejor al espacio que hemos reservado al texto antes que recurrir a la deformación digital de los tipos⁴⁷ (figura 76).

Concluimos aquí la primera parte del trabajo en la que hemos desarrollado en primer lugar, la naturaleza dual de la tipografía que reúne un componente lingüístico —su significado verbal— y otro componente gráfico —su representación visual—. Con estas premisas hemos podido definir la tipografía creativa como aquella que aprovecha la función estética y persuasiva de la letra con el fin de comunicar una idea, sirviéndose para ello de diferentes recursos visuales. Posteriormente nos hemos centrado en la comprensión del esqueleto de la letra, y hemos acabado analizando las variables tipográficas, es decir, aquellas unidades a las que tipógrafos, impresores y diseñadores conceden un carácter normativo de forma unánime.

Con todos estos conocimientos hemos preparado la base argumental para poder establecer una clasificación de toda esa gama de posibilidades expresivas que se aplican a las letras y que hemos llamado «recursos tipográficos».

En la segunda parte de este trabajo analizaremos con detenimiento los recursos formales que se aplican a los mensajes breves para persuadir al receptor.

⁴⁷ Martín Montesinos, José Luis; Mas Hortuna, Montse, *op. cit.*

2.1. CLASIFICACIÓN DE RECURSOS TIPOGRÁFICOS



Figura 77.
Fragmentos de un cartel
de Neville Brody, 2002.

2.1.1. Relacionados con las variables tipográficas

2.1.1.1. Combinación de cuerpos

[Sin cambiar de familia tipográfica]

Cambiar de cuerpo en un mismo mensaje es uno de los recursos compositivos que se utiliza para elevar el nivel de expresión y atraer la atención. Está basado en el contraste «grande-pequeño» y a menudo, para aportar mayor dinamismo, viene acompañado de una alteración en el asentamiento de las letras respecto a su línea base. El potencial estético que aporta el cambio de cuerpo radica principalmente en que añade ritmo visual. De este modo se consiguen ritmos irregulares o alternados; produce una especie de «partitura musical» muy efectista y un gran contraste por la diferencia de tamaño de las letras (figura 77).

Las relaciones de escala influyen mucho en la forma de percibir el tipo porque proporcionan los medios para destacar o enmascarar elementos. Situados al lado de piezas de mayor tamaño, los caracteres pequeños resultan tímidos. Al lado de elementos más pequeños, los signos grandes resultan llamativos e inflexibles. La escala siempre es relativa: para que exista algo grande ha de haber algo pequeño, y a la inversa.

El contraste de cuerpos también se utiliza para crear jerarquías, puesto que el uso de diferentes tamaños dirige la atención hacia puntos focales de mayor o menor importancia.

En la composición de varias palabras el énfasis en los tamaños sirven para definir diferentes niveles de información. En este caso se puede convertir en un recurso muy funcional, por ejemplo, cuando se utiliza para destacar títulos o para reducir la importancia de textos secundarios en diseño de edición. Sin embargo, en tipografía creativa, se aprovecha este valor sumado al potencial expresivo que tienen los cuerpos grandes para conseguir impacto visual (figura 78).

El juego de tamaños de letras irregulares en una misma palabra afectará también a la legibilidad; cuanto más pequeñas sean las letras, mayor probabilidad tendrán de perder su forma.

Además, el efecto de la profundidad espacial se puede conseguir mediante ajustes de escala. Por regla general, los tipos más grandes parecen avanzar y los más pequeños retroceder⁴⁸.

El tamaño de la letra también desempeña un papel significativo en la expresión de texturas. Si se combinan letras grandes y pequeñas el resultado puede dar lugar a interesantes efectos dinámicos.



MES CIUTAT

SCREAMIN'

Figura 78.
De arriba a abajo.

Marca *Leguminor*.
Diseño: G. Gabinete de Comunicación.

Logotipo *Mes Ciutat*. Diseño: Natalia

Logotipo *Scream*.
Diseño: G. Gabinete de Comunicación.

⁴⁸Carter, Rob: *Tipografía experimental*,
Barcelona, Index Book, 1995.



Figura 79.
Cartel de Alejandro Magallanes.



Figura 80.
Logotipo diseñado por Ibán Ramón.

Se debe poner atención en varios aspectos si se quiere conseguir un resultado atractivo al combinar palabras con diferentes escalas. Por ejemplo, se tendrá en cuenta la compensación de los grosores de los trazos para que el cambio de escala no produzca densidades desiguales, a no ser que sea un efecto buscado para potenciar el nivel expresivo del mensaje (figura 79). También se cuidará el *kerning*, ya que los espacios entre las letras crear desproporción. A medida que se aumente el cuerpo del texto, más habrá que cuidar el *kerning* (acoplamiento) ya que los huecos entre las letras se harán mucho más visibles.

2.1.1.2. Combinación de caja alta y caja baja.

[Sin cambiar de familia tipográfica]

En este caso buscaremos el contraste aprovechando la diferente estructura formal que tienen las mayúsculas y las minúsculas.

El sistema de mayúsculas y minúsculas es una norma práctica que es recomendable seguir. Es un código pactado entre todos, sin embargo este código se puede subvertir en algunos mensajes cortos para enfatizar o transmitir una idea.

Normalmente utilizamos las mayúsculas para jerarquizar, resaltar o conceder a los signos un orden de importancia. Esta misma regla funcionará al combinar ambas tipologías en mensajes breves, es decir, que el receptor percibirá como más importante lo escrito con mayúsculas que lo escrito con minúsculas (figura 80). Su utilización en situaciones distintas de las usuales requiere un especial cuidado.

Cuando se combinan ambas tipologías dentro de una misma palabra es conveniente analizar muchos aspectos para conseguir la armonía que se busca en un buen diseño. Por ello se estudiarán los parentescos estructurales, las proporciones, la presencia de simetría y en particular la relación entre el ancho y el alto así como entre los ascendentes y descendentes y su ubicación respecto a la línea base.

La estructura básica de las mayúsculas resulta un tanto estática por ser más homogénea, mientras que las minúsculas dejan ver formas más dinámicas. La presencia de ascendentes y descendentes que las caracteriza les concede una forma más descriptiva, un detalle que es muy importante tener en cuenta.

Si se ponen juntas, las mayúsculas dan como resultado una franja horizontal, mientras que alternar minúsculas y mayúsculas ayudará a crear un ritmo visual estimulante (figura 81).

Las minúsculas no tienen connotaciones tan «serias» como las mayúsculas y son más informales⁴⁹, quizás a causa de su origen más funcional que estético. Sin embargo, las mayúsculas tienen una connotación más solemne probablemente vinculada a sus antecedentes, las inscripciones lapidarias griegas y romanas. Por ello siguen utilizándose en nuestro código actual para mostrar la importancia de ciertos nombres o cosas.

2.1.1.3. Combinación de estilos.

[Sin cambiar de familia tipográfica]

Combinar estilos da al profesional la oportunidad de mezclar variantes de un tipo de letra que funcionan bien juntas y aseguran ritmo y contraste. Buscaremos combinar grueso con fino, redonda con cursiva, expandida con condensada, etc. Una vez más buscamos el contraste, a menudo, de grosores (figura 82).

Los estilos constituyen alfabetos alternativos dentro de una misma familia, por lo tanto mantienen el criterio de parentesco estructural y estilístico entre sí. Estos alfabetos alternativos permiten resolver diferentes problemas de diseño.

En principio, los estilos afectan a la letra en tres posibles ejes: peso (light, regular, bold...), eje (redonda o cursiva) y ancho (condensada o expandida).

El peso modifica el trazo de la letra y por lo tanto su color; el eje cambia la estructura, por lo que produce cambios en el ritmo; y el ancho modifica la estructura de los signos.



Figura 81.
Cartel de Yossi Lemel.

Crescendo

Figura 82.
Diseño: Ken Shafer.

⁴⁹ Jardí, Enric, *op. cit.*



Figura 83.
Logotipo *Golf Projects* diseñado por
Toni Ricard.



Figura 84.
Logotipo para un portal de noticias
diseñado por Trias.

Combinar grosores de tipo dentro de la misma familia sirve para reforzar visualmente la impresión de la masa y la dominancia de la mancha. De esta manera se consigue poner énfasis en aquello que se considera más importante y se quiere evidenciar.

Todas las variantes de estilos dentro de una familia tipográfica crean efectos de contraste y están pensadas para potenciar las posibilidades compositivas. Con ellas dotamos a la palabra de otro registro y llamamos la atención (figura 83).

En composiciones con varios niveles de información es un modo de definir una jerarquía. Se utilizan diferentes estilos de tipografía para señalar los distintos grados de importancia.

Muchas de las recomendaciones que forman parte de las convenciones, como no utilizar cuerpos de grosores demasiados diferentes, combinar dos fuentes excesivamente condensadas, etc. se pueden transgredir en tipografía creativa.

Entre las familias de palo seco existen algunas que ofrecen una amplia gama de matizaciones graduales en su forma, tanto de grosor, como de estructura condensada o expandida; por ello nos ofrecen una buena gama de alteraciones visuales para utilizar a nuestro favor cuando necesitemos potenciar la presencia física de unos caracteres respecto a otros.

Cada estilo transmitirá conceptos diferentes. La utilización de varios grosores, ordenados de mayor a menor o en sentido contrario, puede sugerir criterios de expansión, crecimiento, etc. Por otro lado, las inclinadas y cursivas se vinculan al avance por su dinamismo (figura 84). Y así podríamos seguir estableciendo múltiples relaciones de contrasteS.

⁵⁰ *Ibidem*, p. 8.

2.1.1.4. Combinación de familias tipográficas

Muchos diseños tipográficos requieren una combinación de tipos de letra. El modo en que se empleen distintas familias tendrá un peso considerable en el mensaje que comuniquen, y también afectará a la legibilidad.

Una vez más, buscaremos sobre todo el contraste para que el diseño funcione. Por lógica no se combinan letras que se parezcan demasiado, es preferible que las letras sean muy distintas. Varias tipografías en un mismo mensaje resultan eficaces cuando sus características formales están bien diferenciadas. Cuanto más contraste, mejor. Incluso se pueden elegir parejas de tipos incongruentes, discordantes o inusuales, si se quiere transmitir transgresión.

En tipografía creativa, cuando se utiliza este recurso en una misma palabra, rompe la uniformidad y dinamiza la composición (figura 85). Por ello se empleará para buscar efectos que sugieran variedad, eclecticismo, diversidad, cambio, etc.

Será fundamental conocer los aspectos comunicativos de las familias para conseguir una combinación suficientemente contrastada y acertada⁵⁰.

Cada familia tipográfica, por tener sus propias características formales, implica una forma de expresión diferente y tiene una personalidad propia (figura 86). Las familias egipcias, por ejemplo, transmiten rotundidad, seguridad, masculinidad en contraposición a las caligráficas que sugieren elegancia y delicadeza. Las romanas evocan tradición, madurez, contrastando con las gestuales que son frescas y expresivas. Las de fantasía, transmisoras de originalidad o excentricidad, contrastarán con las de palo seco, sencillas, limpias y frías. El uso de dos tipos de letra con características diferenciales, como por ejemplo un tipo caligráfico, junto a otro de palo seco, espacioso y ligero, puede indicar dos puntos de vista opuestos.

Para la elección de familias conviven también criterios históricos (antiguas, transición, modernas) con criterios formales (serif, sanserif, geométricas), funcionales (texto, fantasía, rotulación) o referidos a la técnica de producción (caligráficas, manuales).

Para combinar familias, será necesario definir pautas, criterios y argumentos propios, ya que en este tema no existen recetas demasiado precisas.

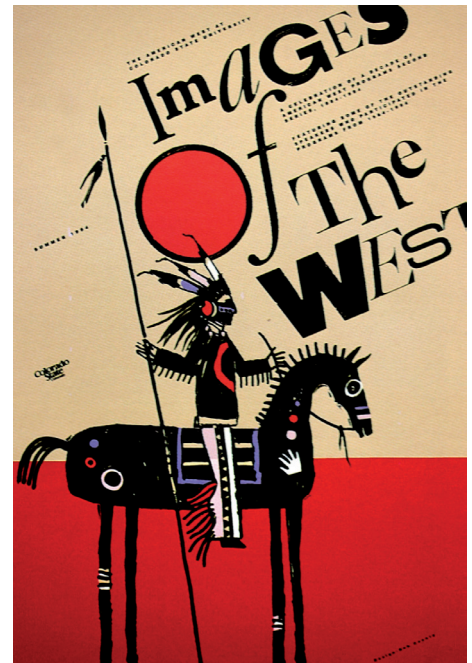


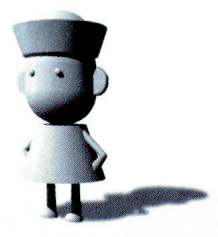
Figura 85.
Cartel diseñado por Bob Coonts.



Figura 86.
Marca de alimentación.
Diseño: MacDiego.

Figura 87
Logotipo diseñado
por Javier Pereda.

frontiera diligent



2.1.1.5. Alteración de los espacios

La alteración deliberada de los espacios, ya sea entre palabras, letras o líneas, nos proporcionan, sobre todo, una aportación rítmica. Controlando los intervalos estableceremos diferentes cadencias, regulares, irregulares o alternas.

Para aplicar este potencial a la tipografía creativa, podemos subvertir la normativa y obstaculizar el fluir en la lectura de las palabras a través de la alteración de estos espacios.

El concepto o idea a transmitir dependerá del contexto y del significado de la palabra, este tipo de espacios pueden simbolizar desde la velocidad con que se habla hasta el grado de proximidad o lejanía de una idea.

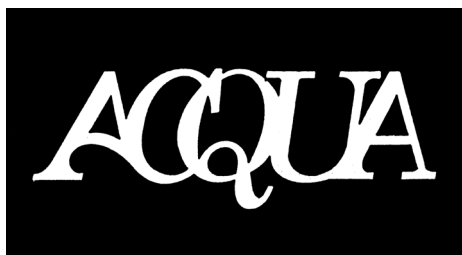
a) Espacio entre palabras

Suprimir el espacio entre palabras es un recurso muy habitual en tipografía creativa. Normalmente esta transgresión que podría suponer un impedimento para identificar palabras diferentes, se compensa con el contraste, o bien dándoles diferentes colores, grosores o estilos diferentes. Incluso utilizando una palabra en mayúsculas y otra en minúsculas. Lo importante es que el contraste sea suficiente para que veamos las dos palabras en una sola, así ganando así coherencia en el conjunto (figura 87).

b) Tracking - Kerning

Alterar el espacio entre las letras abre una interesante vía de investigación. Las letras pueden adoptar, desde una disposición superpuesta hasta un espacio muy generoso. Cuando los elementos tipográficos se superponen, la legibilidad disminuye o desaparece. Lo que a menudo se obtiene de este compromiso es una serie de fascinantes series tipográficas que pueden facilitar el redibujado de ligaduras fortuitamente encontradas, o bien provocar pausas y silencios interesantes llenos de intención.

Figura 88.
Ejercicio tipográfico
dirigido por Carlo Cattaneo.



Una vez más tenemos que procurar conseguir contraste, en este caso a través de los intervalos de espacio que separan los elementos tipográficos. Provocaremos variaciones rítmicas diferentes según el concepto que queramos transmitir hasta un sinfín de posibilidades (figura 88).

Al trabajar con cuerpos grandes nos convendrá cerrar el track y también tendremos que poner mucha atención en el kerning, puesto que a medida que aumenta el cuerpo, los huecos entre las letras se hacen cada vez más visibles⁵¹.

c) Interlínea

En textos largos la legibilidad será confusa si el interletraje es demasiado escaso o no es homogéneo. Sin embargo en mensajes cortos se puede aprovechar este efecto para potenciar la comunicación, y no necesitaremos ajustarnos a la normativa que se debe aplicar en tipografía de edición.

Las líneas separadas por muy poco espacio ralentizan la lectura y fuerzan al ojo a captar muchas de ellas a la vez⁵².

Forzando la desaparición del interlineado se crearán superposiciones y texturas agobiantes o sugerentes.

La distancia entre líneas aplicada creativamente supone, en la mayoría de los casos, utilizar una interlínea negativa para aprovechar plásticamente el contacto que se establece entre las letras de arriba y las de abajo (figura 89). Se sacará provecho de las coincidencias que puedan surgir entre las astas descendentes y ascendentes y los trabajos resultantes crearán una figura mucho más compacta. Puede transmitir solidez y contundencia, unidad, etc.

También se utiliza, de manera más sencilla, con letras mayúsculas puesto que la ausencia de trazos ascendentes y descendentes favorece la posibilidad de contacto total entre los caracteres.



Figura 89
Carátula de vinilo.
Diseño: Reid Miles.

⁵¹ *Ibidem*, p. 10.

⁵² Carter, Rob, *op. cit.*



Figura 90
Cartel para evento sobre artes escénicas.
Diseño: Joan Brossa.

2.1.2. Respetando la estructura de las letras

Los recursos tipográficos que presentamos a continuación respetan el esqueleto básico de las letras; sin embargo, intervienen en ellas y las dotan de cualidades plásticas que potencian sus valores simbólicos, comunicativos, persuasivos y estéticos.

2.1.2.1. Giros

Los giros expresan siempre movimiento. La estabilidad y equilibrio según la psicología de la percepción se encuentran en la horizontalidad; luego todo mensaje que se aleje de ella creará una inquietud y un foco de atención. Pero el grado de los ángulos alejándose de esta línea base, afecta a la interpretación de la letra. A medida que la rotación va cambiando de ligera a fuerte, aumentan las fuerzas dinámicas y el impacto emocional.

Podemos utilizar este recurso para destacar ideas e incrementar la presencia del tipo aprovechando sus cualidades morfológicas.

2.1.2.2. Volteos

Los volteos cambian la posición natural de la letra y por tanto el orden de lectura horizontal o vertical sin perturbar la legibilidad. Normalmente una palabra se lee bien aunque se volteen algunas de sus letras, sin embargo este recurso provoca que el centro de atención se focalice en dicha transgresión.

Los volteos se utilizan para ofrecer nuevos valores al mensaje puesto que pueden señalar un cambio de perspectiva, una manera diferente de hacer las cosas, una intención de originalidad, etc. (figura 90).

2.1.2.3. Arquitecturas tipográficas

Las arquitecturas tipográficas son agrupamientos de letras a modo de construcciones que dotan a la palabra de una dimensión gráfica mayor que su significado semántico. Para llevar a cabo estos agrupamientos de elementos tipográficos se debe tener en cuenta que la relación entre los elementos sea concordante y unificadora y no discordante o caótica (figura 91).

En revistas sofisticadas vinculadas a la moda o al arte, las arquitecturas tipográficas son una herramienta que se utiliza frecuentemente para los titulares de los artículos. Este recurso proporciona soluciones muy creativas y de una gran belleza formal.



Figura 91
Revista diseñada por Larry Vigon.

2.1.2.4. Superposiciones y transparencias

a) Superposiciones

Superponer letras o palabras aporta cualidades táctiles a los diseños pero al mismo tiempo crea un complejo campo de información visual que hay que utilizar con prudencia si no se quiere perjudicar lo que es legible. El uso abusivo de elementos tipográficos superpuestos puede disminuir la legibilidad del texto e incluso hacerlo incomprensible 6.

b) Transparencias

Las transparencias son una manera de superposición en la que se aprovechan las formas que se generan en los solapamientos para jugar con tonos diversos (figura 92).

Las capas que proporciona este recurso producen sugerencias vinculadas a conceptos como desvelar, entrever, seducir, etc.

2.1.2.5. Texturas no iconográficas

La acumulación de caracteres, palabras o frases da lugar a texturas de muy diversa naturaleza. En primer lugar puede tener un resultado icónico, es decir, que la propia textura de letras forme una figura reconocible o por el contrario, que no configure nada reconocible sino que el recurso de acumulación, repetición o superposición se utilice con una finalidad totalmente estética y conceptual. Dentro de estas posibilidades las variantes son infinitas (figura 93).

Otra forma de construir texturas es a través del ritmo y la repetición. En términos de diseño tipográfico, la repetición se consigue reproduciendo una palabra o letra mientras que el ritmo, por ser menos obvio, resulta más difícil de conseguir.

Se debe de tener cuidado con la repetición ya que puede resultar redundante y hacer que el lector pierda interés⁵³.



Figura 92
Logotipo diseñado por 3deluxe.



Figura 93
Cartel diseñado por Navy Blue.

⁵³ Gordon, Maggie; Dodd, Eugenie: *Tipografía decorativa*, Barcelona, Gustavo Gili, 1994.

Figura 94
Cartel realizado
por Cedomir Kostovic



2.1.3. Alterando la estructura de las letras

Las variaciones que se pueden establecer en la estructura de los caracteres están determinadas por todos aquellos factores que afectan a su esqueleto básico, estos son: cambio en la angulación del eje, variación de la anchura o altura del carácter y supresión o manipulación de cualquiera de sus partes (figura 94).

2.1.3.1. Cortes y fragmentaciones

Los cortes y fragmentaciones de las letras pueden aparecer en los diseños de diversa maneras:

1. Se aprovecha el límite del formato para “esconder” parte del carácter o las palabras.
En estas soluciones el receptor intuye lo que queda fuera y termina de completar la información que falta, tal y como explica la teoría de la Gestalt.
Esta técnica se utiliza a menudo en diseño editorial, en publicaciones donde la tipografía continúa fuera de la página. Es un recurso que resulta muy útil para indicar la sensación de que hay más de lo que es obvio⁵⁴.
2. Se hacen cortes, despieces, fusiones y reconstrucciones en los mensajes verbales (figura 95).
Esta es una buena estrategia para expresar el contenido de una palabra con mayor profundidad.
3. Se amputa parte de las letras sin que por ello se pierda la legibilidad o se desnudan hasta dejar su parte esencial.

⁵⁴Gordon, Maggie; Dodd, Eugenie,
op. cit., p. 51.

NAEOLI

Existen ciertos trazos que son determinantes para la identificación de las letras, en la mayoría de ellas éstos se encuentran en la parte superior. Por este motivo es imprescindible conocer la anatomía del tipo para no eliminar ningún rasgo fundamental en el reconocimiento del carácter.

El tipo cortado o fragmentado puede transmitir la idea de incoexión, de desmembramiento, de ausencia, de violencia, puede aportar ritmo y otros muchos valores.

2.1.3.2. Distorsiones y filtros digitales

La distorsión y los filtros digitales introducen en el mensaje una serie de características visuales poco comunes convirtiéndolo directamente en una imagen gráfica. Las letras y las palabras se transforman en iconografías expresivas para enriquecer los mensajes y comunicar más ideas. Los filtros aumentan el nivel de complejidad del diseño natural (figura 96).

Hoy en día los programas informáticos ofrecen una enorme gama de herramientas que facilitan la distorsión y el manipulado de las tipografías, como ondular, reflejar, condensar o expandir. Es necesario experimentar con esas posibilidades sin quedarse en una mera anécdota gráfica que puede ser tan deslumbrante como vacía de significado.

Los filtros se tienen que utilizar con sensatez, pues son manipulaciones formales que traicionan el diseño original de la tipografía si se utilizan gratuitamente, sin embargo, bien empleados pueden incorporar nuevos valores. Se debe tener cuidado para que la utilización de filtros no quede en un mero exhibicionismo informático, dotándolos de justificación a través de una aportación significativa (figura 97)

Figura 95

Logotipo diseñado por Pentagram.

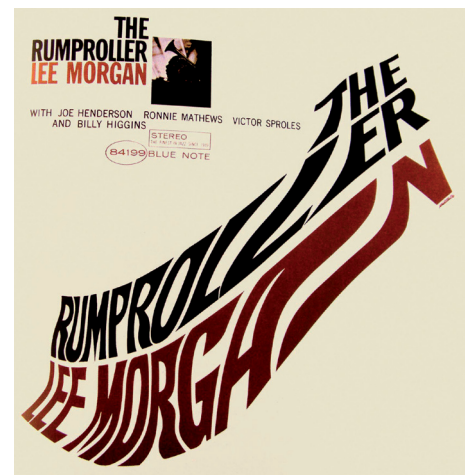


Figura 96

Cubierta de vinilo diseñada por Reid Miles.

Figura 97.
Logotipo para un fotógrafo diseñado por Sonsoles Llorens





Figura 98
Diseño de Pablo Abad.



Figura 99
Logotipo diseñado
por Solutions.

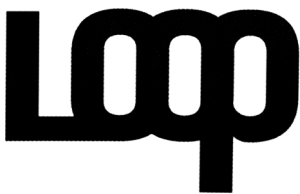


Figura 100
Logotipo diseñado
por Ricardo Mancebo.

2.1.3.3. Personalización, redibujado y ligaduras.

a) Personalización, redibujado

Personalizar una tipografía ya existente consiste en vectorizarla y cambiarla para hacer un diseño propio mediante herramientas digitales (figura 98). Se puede aumentar o disminuir la complejidad añadiendo o eliminando adornos, cambiar los grosores de ciertos elementos, intensificar el peso de ciertas partes, prolongar las astas de las letras, manipular los remates, etc.

b) Ligaduras

Las ligaduras son la unión de dos o tres caracteres independientes para formar una unidad a fin de evitar interferencias entre ciertas combinaciones de letras (figura 99 y 100) Sirven para sustituir esas dos letras por un nuevo diseño; no son letras que se imprimen unas encima de otras, sino uniones de letras con un carácter propio.

2.1.4. Otros recursos

2.1.4.1. Contraforma

El diseño de cada signo se compone tanto de la forma como de la contraforma, es decir, de los espacios interiores y exteriores que lo rodean. Al componer una palabra o un texto con un sistema de signos, el espaciado resultante forma parte de las características propias de ese sistema. El espacio entre letras se compone del espacio derecho del signo de delante sumado al espacio izquierdo del signo siguiente.

Los blancos que rodean a las letras son imprescindibles para su lectura y los tipógrafos los consideran tan importantes como la propia figura. Lo mismo ocurre con los espacios que separan las palabras entre sí, son signos que aunque no se imprimen, tienen una función fundamental en la lectura⁵⁵.

Es tan importante reconocer letras específicas como desarrollar una sensibilidad para las contraformas. Manejarlas con destreza y jugar con el fondo y la figura al mismo tiempo nos descubre soluciones muy persuasivas. Con este recurso se consigue el contraste por la oposición entre el blanco y el negro, creando formas en positivo del mismo modo que lo hacen los espacios en blanco (figura 101).

A veces resultar difícil distinguir entre el fondo negativo del fondo positivo porque la interacción entre el primer y el segundo plano es ambigua. Este juego es muy interesante, dado que los componentes pueden oscilar entre ambos planos, siendo fondo y figura a la vez. Una dualidad que complica la legibilidad pero al mismo tiempo nos ofrece un recurso plástico muy valioso a la vez que atractivo (figura 102).



Figura 101
Cartel para una exposición
de Willisau Rathaus.



Figura 102.
Ejercicio tipográfico
dirigido por Carlo Cattaneo.

⁵⁵Gordon, Maggie; Dodd, Eugenie,
op. cit., p. 16.

Figura 103.
Logotipo para un restaurante
diseñado por david Alegre.

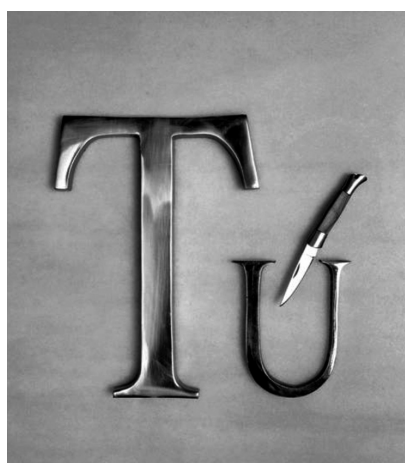


Figura 104.
Poema visual de Chema Madoz.

2.1.4.2. Sustituciones

Las sustituciones normalmente se basan en la redundancia, es decir, se suprime una palabra y se sustituye por una imagen cuyo significado visual repite el sentido propio de la palabra. En imagen corporativa es un recurso bastante habitual (figura 103).

A veces la redundancia no es tan evidente y se emplean las sustituciones a través de metáforas, paradojas u otras figuras retóricas. Cuando esto ocurre, la interpretación no es directa sino que requiere de un esfuerzo por parte del receptor para completar el significado simbólico, tal como ocurre en la poesía visual (figura 104).

2.1.4.3. La letra como imagen icónica

Leer y ver a la vez

Desde que futuristas (1914) y dadaístas (1923) emanciparan a la letra de su función meramente lingüística, la utilización de signos de escritura para generar imágenes y nuevos significados ha cumplido casi un siglo.

El panorama gráfico actual muestra muchas maneras en las que letras y signos de escritura se comportan como imágenes icónicas, entendiendo éstas como representaciones gráficas que mantienen una relación de semejanza con un objeto, persona o cosa, y que somos capaces de identificar.

Cuando texto e imagen son la misma cosa se genera una sorpresa, una especie de asombro semántico⁵⁶, pues sumamos a lo que dicen las letras el poder evocativo de la parte gráfica, generando una comunicación mucho más potente. Además, esta simbiosis, arranca al espectador de su papel pasivo y lo hace cómplice en la lectura de la imagen.

⁵⁶ Gordon, Maggie; Dodd, Eugenie,
op. cit., p. 41.



Figura 105. *Tarugo*, jamón de bellota.
Diseño: LoSiento.



Figura 106. *Anayet*, restaurante alpino. Diseño: Estudio Versus.

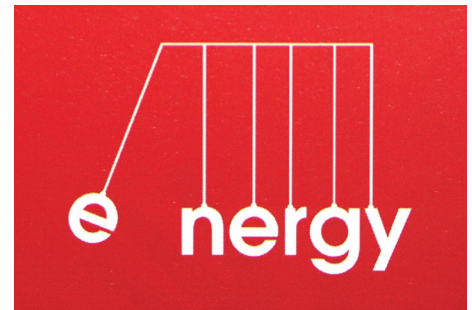


Figura 107.
Energy BBDO. Diseño: Vik.

La letra utilizada como grafía icónica para el diseño de marcas es muy habitual. Visualmente se establece una relación de semejanza entre la forma de la letra y una imagen vinculada a la actividad de la empresa o a las características más destacadas de la misma (figura 105 y 106).

Muchos logotipos se identifican como imágenes funcionando como tipogramas, es decir, se valen de la tipografía como un modo visual de transmitir una idea; una vez conocidos, son fácilmente reconocibles. A menudo el diseño personifica atributos o características particulares de la empresa o producto.

Existen multitud de maneras diferentes para representar algo con letras dentro del mundo de la identidad corporativa. En ocasiones se incorporan algunos elementos gráficos reconocibles que ayudan a clarificar el significado. Este recurso puede ser un vehículo para incorporar el humor y el ingenio (figura 107).

Kurt Schwitters, Käte Steinitz y Theo von Doesburg, pertenecientes al movimiento dadaísta, fueron los primeros en construir personajes a partir de letras en 1925. Después de ellos se ha trazado todo un itinerario de reinterpretaciones y muchos otros diseñadores gráficos han puesto en práctica este divertido juego de personificar letras para convertirlas en animales y otros personajes (figura 108). Actualmente existen infinidad de maneras para personificar a las letras.

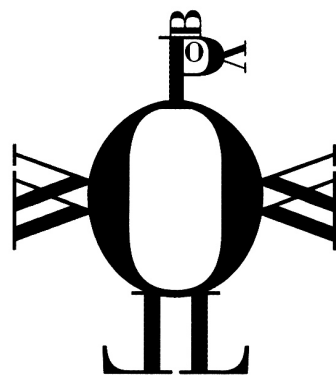


Figura 108.
Símbolo diseñado por Paco Bascañán.

Figura 109 izquierda.
 Cartel sobre la reforestación
 diseñado por The Whole Package.

Figura 110 derecha.
 Cartel de teatro
 diseñado por Henderson.

Crear texturas con texto es otra estrategia para expresar con mayor facilidad el contenido de una comunicación. Al texto se le puede dar forma o hacer que envuelva imágenes, espacios definidos o siluetas, así como inducirlos a que formen una imagen por sí mismos que podemos ver y leer a la vez. Una manera de disponer el texto muy emparentada con los caligramas de Apollinaire (1918). El texto se une con el diseño y la imagen al mismo tiempo, de forma indisoluble, en una expresión directa del contenido (figuras 109 y 110).



2.1.4.4. La letra hecha a mano

Trabajar con las manos

En estos momentos en que la tecnología domina nuestra cultura y nos comunicamos constantemente por ordenadores y dispositivos móviles, resulta especialmente enriquecedor salir de la dictadura de la pantalla e introducirnos en técnicas manuales para producir textos con una personalidad propia.

El texto escrito a mano posee unas cualidades humanas que pertenecen a la acción de dibujar y que no se pueden imitar a través de una máquina (figura 111). Al no ser un proceso mecánico el resultado es imperfecto, los errores e irregularidades no intencionados que contiene le confieren una riqueza muy diferente a la uniformidad tipográfica. Cada texto dibujado a mano es un trabajo único en sí mismo con características absolutamente personales⁵⁷. Las técnicas manuales combinadas con las digitales resultan muy eficaces para generar textos personales y únicos.

En este apartado de la investigación vamos a ver que existen innumerables recursos manuales que se pueden utilizar en la búsqueda de nuevas formas expresivas. La lista de posibilidades es tan amplia como inabarcable; podemos utilizar el garabato, el gesto, el trazo, podemos rayar, coser, copiar, estampar, tallar, cortar, incluso podemos hacer letras con objetos o eligiendo cualquier tipo de material.

La escritura manual es la que contiene mayor carga emotiva. Una de las consecuencias del diseño asistido por ordenador ha sido la estandarización de tipografías utilizadas hasta la saciedad, sin embargo, el trabajo manual permite hallazgos innovadores alejados del estándar. El ordenador nos ahorra trabajo y nos otorga una gran precisión, pero también nos hace perder ese carácter fortuito que nos da el trabajo manual a través del azar. Por ello vamos a reivindicar en esta sección la maravillosa imperfección de hacer letras a mano.

Como resulta imposible abarcar todos los recursos manuales, comentaremos solamente algunos de ellos.



Figura 111.
Titular de prensa.
Diseño: Sergio Giménez.

⁵⁷ March, Marion: *Tipografía creativa*, Barcelona, Gustavo Gili, 1989.



Figura 112.
Cartel diseñado por Dave Plunkert.



Figura 113.
Carátula de CD.
Diseño: Steve Byram.

a) El garabato, el trazo, el gesto

El garabato es todo rasgo irregular hecho con pluma, lápiz, tiza, o cualquier otra herramienta. El resultado es una escritura mal trazada, imperfecta y espontánea.

En diseño gráfico se utiliza el garabato como un componente emotivo y expresivo⁵⁹. Así, esos trazos que pueden parecer anárquicos e irracionales son siempre fruto de una intención explícita para comunicar una determinada emoción. A veces, son también una declaración de intenciones, una respuesta formal a la perfección digital, una alternativa lógica a la tipografía digital para ofrecer un diseño único, alejado de lo estandarizado y lleno de personalidad.

Dependiendo del material que se utilice, pincel, brocha, cera, etc el garabato se convierte en gesto realizado desde una voluntaria rapidez que le confiere fiereza, impetuosidad, rabia, despreocupación y otros muchos conceptos vinculados a emociones y que hablan siempre desde lo imprevisible (figura 112).

b) Escribir rayando

Rayar es un medio de expresión muy directo, probablemente sea la forma más primitiva de escribir letras. Todos hemos rayado alguna vez en un muro, en un árbol, en la tierra o en la puerta de un W.C., la raya es inmediata y espontánea.

A mediados de los años 90 se adoptaron estos caracteres como código para representar una actitud nueva y joven, un concepto que perdura hoy en día⁵⁹. Actualmente los rayados siguen siendo rúbricas personales que transmiten una fuerza especial. La raya se consigue haciendo presión, por ello comunica una intención más radical que el garabato.

Las incisiones son una advertencia y tienen mucho poder, son muy expresivas y ofrecen una amplia gama de emociones y conceptos intensos como la locura, el miedo, la violencia o la pasión.

En esta época de la hipertecnología y el dominio digital las letras rayadas resultan muy atractivas por su imperfección y aparente descuido (figura 113).

⁵⁸March, Marion, *op. cit.*, p. 40.

⁵⁹Séller, Steven; Ilic, Mirko: *Escrito a mano*, Barcelona, GG, 2004. p. 57.

c) Escritura caligráfica y manual

La caligrafía es el arte de escribir con letra bella y correctamente formada. El término evoca la escritura formal y clásica usada en los antiguos manuscritos; en el mundo del diseño se conoce como “caligrafía inglesa”. También se denomina caligrafía al conjunto de rasgos que caracterizan la escritura de una persona. Tanto en los rasgos caligráficos formales como informales hay un impulso visible que da una calidad rítmica por tener trazos finos y gruesos⁶⁰.

Sin duda es un arte que requiere un destreza especial para poder dibujar letras tan adornadas y sinuosas. En el diseño gráfico la letra caligráfica se puso de moda a principios del siglo xx y se convirtió en un estilo genérico para perfumes, lencería y otros artículos destinados al público femenino⁶¹. Hemos heredado esta tradición de conferir a la caligrafía la cualidad de transmitir conceptos ligados a la feminidad y a la belleza. También tienen una larga tradición en los productos de lujo, desde champagne a coches caros, porque sus formas nos remiten a la sofisticación.

Los caracteres de la caligrafía inglesa pueden ser convencionales o informales, adornados o sobrios, finos o gruesos, pero todos contienen un bagaje simbólico que les confiere un matiz con más peso en la forma que en el contenido si lo comparamos con otras tipografías. Sin embargo dota al diseño de un carácter artístico y una inconfundible personalidad gráfica. Su principal fuerza es la sensualidad y proximidad emocional transmitida por el gesto suave de la mano que enlaza los caracteres para configurar las palabras (figura 114).

Cuando los trazos se acercan a la caligrafía infantil transmiten ingenuidad e inocencia y cuando imitan escrituras personales aportan personalidad y diferenciación (figura 115). Pueden ir desde lo tosco a lo armonioso, pero siempre están impregnadas de calidez humana. Además comunican desde esa intimidad que sólo puede transmitir la escritura manual de una persona.

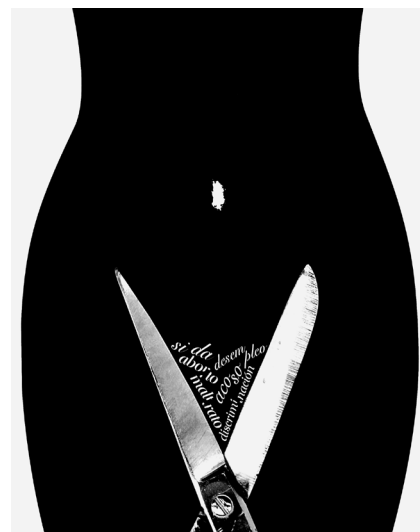


Figura 114.
Cartel diseñado por Lourdes Zolezzi.



Figura 115.
Logosímbolo creado
por Àngel Viola Estudi

⁶⁰ Heller, Steven; Anderson, Gail:
Nouvelle typographie ornamentale, Paris,
Thames & Hudson, 2010, p. 152.

⁶¹ Sèller, Steven; Ilic, Mirko, *op. cit.*, p. 84.

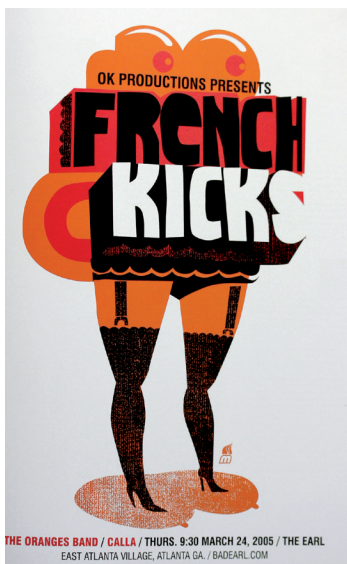


Figura 116.
Cartel de teatro.
Diseño: Methane Studios.



Figura 117.
Cartel de teatro.
Diseño: Andrew Lewis.

d) Letras con sombra

Las letras sombreadas son una imitación de las letras tridimensionales cuya sombra aumenta o disminuye dependiendo de la dirección de la luz. Su característica principal es que la sombra, al conferir volumen, permite que las palabras se alcen sobre la superficie plana y den la sensación de salirse del papel. Esta característica escultórica incrementa enormemente su visibilidad y atractivo estético (figura 116).

El origen de este tipo de letras se remonta a la expansión del comercio consecuencia de la Revolución Industrial del s. XIX y su proliferación en la rotulación de comercios⁶². Han sido una constante en las cabeceras de cómics, que a su vez influenciaron a los carteles de cine y posteriormente a los títulos de películas.

La letra sombreada evoca ambientes y épocas intemporales, dependiendo del contexto en que se utilicen.

La letra con sombra aporta una mayor apariencia a través de su volumen simulado y sirve para enfatizar las palabras. En la actualidad el empleo de la sombra no es del todo ornamental sino que puede ser exclusivamente funcional con el objetivo de aumentar la visibilidad.

e) Letras recreadas a partir de tipografías existentes

Durante las primeras décadas del s. XX el dibujo realista de tipografías era un recurso recurrente en portadas de discos, cubiertas de libros, carteles, etc. Copiar y recrear tipografías de manera convincente puede proporcionar unidad al conjunto del diseño a la vez que lo dota de más vida⁶³.

Puesto que las letras a mano no son letras de imprenta debe de quedar clara su naturaleza, para ello hay que poner atención en que, sin que pierdan la legibilidad, no queden sujetas a la rigidez que imponen los tipos (figura 117).

A diferencia de sus equivalentes impresos, los caracteres dibujados a mano conllevan un sentido de libertad e implicación personal y, en ningún momento, tratan de imitar la precisión.

En el diseño gráfico contemporáneo, copiar, simular una tipografía, aporta mayor expresividad al diseño y se utiliza como una respuesta a la estandarización impuesta por el mundo digital.

⁶² *Ibidem*, p. 138.

⁶³ Heller, Steven; Anderson, Gail, *op. cit.*, p. 116.

f) Coser letras

En diseño gráfico las letras bordadas son una buena manera de aportar ingenio y originalidad, pues se utilizan con poca frecuencia. Pueden funcionar como metáforas, juegos de palabras o alusiones ópticas⁶⁴. Este tipo de rotulación permite que las palabras sobresalgan del soporte de manera sorprendente. Tratadas de forma rudimentaria o sofisticada siempre resultan originales y atractivas puesto que rompen las reglas establecidas y provocan sorpresa (figura 118).

g) Letras hecha con todo tipo de materiales

El antecedente de este tipo de letras son las letras ilustrativas que unen dibujo con alfabeto y guardan siempre un parecido con la idea o identidad a la que representan. Ejemplos tópicos son las letras hechas con dibujos de troncos para los campings, de palillos para los restaurantes chinos o de cuerdas para los temas náuticos.

En el diseño gráfico actual este tipo de letra ha sido sustituida por la construcción de letras con cualquier tipo de material real.

El empleo de materiales crea asociaciones metafóricas con lo representado, evoca contenidos o aporta una carga alegórica⁶⁵. En definitiva, comunica conceptos y siempre da como resultado letras sugerentes (figura 119). Para descifrar su significado a veces requieren de una reflexión intelectual extra por parte del receptor.

Este tipo de composiciones siempre enriquecen el significado y lo comunican con una fuerza propia.

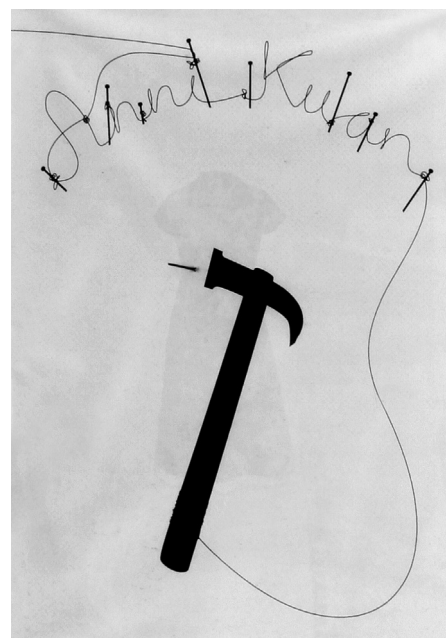


Figura 118.
Carátula de CD.
Diseño: Steve Byram.

⁶⁴*Ibidem*, p. 164.

⁶⁵*Ibidem*, p. 130.

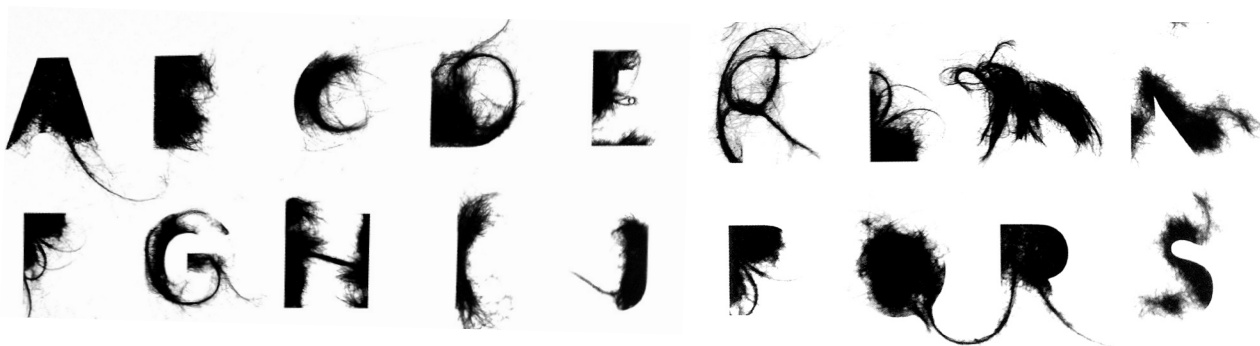


Figura 119.
Carátula de CD. Diseño: Steve Byram.

2
2
2
2
2
2

PARTE II

3. MANUAL DE RECURSOS TIPOGRÁFICOS

3. MANUAL DE RECURSOS TIPOGRÁFICOS



Figura 120.
Fragmento del banco de imágenes para la confección del manual

3.1. Descripción del proyecto

La aplicación práctica de esta investigación es el diseño de un manual de recursos tipográficos dirigido a estudiantes y docentes. En dicho proceso, aplicaremos los conocimientos obtenidos durante la realización de este trabajo final de máster, junto con la experiencia ambivalente como diseñadora y docente.

Objetivos

Los objetivos didácticos de este manual son:

- Estimular la creatividad y abrir nuevos caminos de experimentación para la creación de mensajes escritos.
- Ayudar a crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos de un proyecto gráfico.
- Desarrollar la capacidad de observación y percepción de los mensajes verbales que nos rodean.
- Aumentar la capacidad crítica frente a la cultura de la imagen.



3.2. Metodología didáctica

A continuación proponemos una metodología didáctica para poner en práctica los recursos tipográficos expuestos en esta investigación, aplicable a todos y cada uno de ellos, con algunas variantes especificadas más adelante.

3.2.1. Metodología para realizar los ejercicios de recursos tipográficos

Las sesiones se organizarán de la siguiente manera:

- **Muestra por parte del docente de ejemplos sobre dos o tres recursos intentando que sean lo más variados posible.**
Es positivo mostrar a los estudiantes la aplicación de cada recurso ejemplificada en áreas diferentes del diseño gráfico. Esto aportará riqueza visual y ampliará las miras huyendo de los estereotipos (figura 120).
- **Análisis y debate grupal.**
Debatir en grupo sobre las imágenes estimula la capacidad de análisis de los estudiantes y rompe la monotonía de las clases magistrales. El docente no es el centro de atención sino que coordina, modera y sobre todo estimula a sacar conclusiones. Así, el grupo se retroalimenta y predispone mejor a la experimentación práctica.



Figura 121.
Algunos ejemplos
realizados por un estudiante
de la EASD de Castellón, 2012.

- Puesta en práctica de los recursos propuestos por parte del alumnado. Se trabajará en el aula o en casa.
- Exposición de los ejercicios sobre la pared.
Análisis y sugerencias de mejora.
Exponer los trabajos sobre la pared cambia el punto de vista del estudiante que ve su trabajo como uno más entre muchos. La distancia promueve una visión más objetiva de su propio trabajo y le agudiza el criterio visual. Además desaparece la autoría, puesto que el docente no sabe a quién pertenece cada trabajo, asegurando la objetividad en sus observaciones. Otra ventaja de colgar los trabajos es que la corrección resulta más eficaz, puesto que, utilizando rotulador, tijeras o tapando partes de los ejercicios, se aprecian las mejoras de manera inmediata.
- Segunda entrega con las correcciones realizadas. Hay que dejar transcurrir algún día según el horario de la asignatura.
- Nueva muestra sobre la pared de los ejercicios para su puesta en común y debate. Sugerencias de mejora. Siguiendo la misma pauta se verá la evolución de cada ejemplo y se volverán a sugerir cambios para mejorarlos desde el debate grupal.
- Última entrega (figura 121).



Premisas

Una palabra: Cada estudiante experimentará cada uno de los recursos tipográficos trabajando con una única palabra. Esto le da la oportunidad de constatar por sí mismo la gran variedad de significados que puede adquirir una misma palabra dependiendo de la forma en que haya sido representada. Además, al final del recorrido de su experimentación, podrá confeccionar un dossier con toda la gama de recursos desarrollada.

Legibilidad: La propuesta de los ejercicios no significa utilizar la letra de forma abstracta, sin relación con su función lingüística y empleada sólo como estructura artística. Ha de prevalecer la legibilidad y el reconocimiento de los signos tipográficos, pues consideramos que es un requisito imprescindible en la mayoría de proyectos reales de diseño.

La letra actuará de esta manera como transmisora de ideas sin perder su capacidad para ser leída. Con esto aprovechamos la doble capacidad comunicativa de la tipografía que le permite actuar en un espacio de intersección entre el código lingüístico y el código visual (figura 122).

Blanco y negro: Se trabajará siempre en blanco y negro o escala de grises. El color impide atender a lo esencia de una composición tipográfica en sus fases preliminares y distrae la atención del practicante novel.

Formato: Los ejercicios se entregarán impresos sobre papel A4 horizontal, utilizando una hoja diferente para cada propuesta y abarcando lo máximo posible el formato. De esta manera se podrán colgar en clase y ser visibles para el debate grupal.

Figura 122.
Algunos ejemplos
realizados por un estudiante
de la EASD de Castellón, 2012.

Figura 123.
Ejercicios
con la palabra «GOKU».

Condición: Es aconsejable que el estudiante intente realizar cada recurso por separado y sólo al final se le dé la libertad de mezclar varios recursos a su antojo. Esta condición le obligará a pensar más y le entrenará para la vida profesional (figura 123).

Pensar: Se recomienda desarrollar los ejercicios del manual a modo de laboratorio para experimentar no sólo desde una búsqueda estética sino también conceptual, pues la tipografía es una herramienta de construcción creativa que también forma parte de un proceso intelectual. Para ello, en los debates grupales, se intentará estimular al alumnado a potenciar interpretaciones de los significados de las palabras, de forma que los resultados de los ejercicios no sean una mera anécdota gráfica, sino que aporten profundidad y significado.

Azar: La intuición y el azar se pueden convertir también en herramientas para encontrar soluciones, pero es interesante pararse a encontrar el significado que hay detrás de cada hallazgo.

Experimentar: No se busca el acabado final de una marca o titular, sino abrir caminos posibles y estimular la creatividad pero de manera consciente.

Resumen de las premisas básicas para los ejercicios

- Utilizar siempre una misma palabra para experimentar los distintos recursos.
- Trabajar siempre en blanco y negro o escala de grises.
- No perder nunca la legibilidad.
- Presentar en A4 horizontal cada una de las propuestas.

3.2.2. Metodología para experimentar con la tipografía hecha a mano.

En la última parte del manual abordamos una metodología un tanto diferente para experimentar con letras hechas a mano. Para ello nos hemos basado en la investigación sobre las diferentes funciones de los hemisferios derecho e izquierdo del cerebro.

En esta parte del trabajo interesa generar grafismos con la mayor fluidez posible encontrados desde la espontaneidad y el gesto. Se trata de propiciar imágenes alejadas del juicio acallando en lo posible el dominio del discurso del hemisferio izquierdo, crítico, comparativo y racional, para conectar con el hemisferio derecho, más libre y perceptivo (figura 124).

a) El hemisferio derecho

Como han dado a conocer las investigaciones neurológicas, los hemisferios izquierdo y derecho del cerebro tienen misiones diferentes⁶⁶. Las habilidades vinculadas a la razón se albergan en el hemisferio izquierdo, el más estimulado por la sociedad actual. En esta parte se encuentran los mecanismos del lenguaje verbal, allí es donde generamos nuestro discurso, el habla. Sin embargo el hemisferio derecho obedece a las emociones y a los sentimientos, se rige por la intuición y alberga las funciones vinculadas a la percepción visual. Allí es donde generamos nuestras imágenes. .

Hemos realizado un esquema reuniendo las principales características de ambos hemisferios (figura 125).

b) Objetivos

- Posibilitar la conexión con la parte más intuitiva del cerebro para descubrir otra manera de trabajar más desinhibida y divertida.
- Desarrollar destrezas y recursos manuales para incorporarlos al proceso creativo de elaboración de mensajes verbales y estimular la experimentación.
- Saber combinar técnicas manuales y digitales para la resolución de proyectos gráficos ampliando así nuevos modos de comunicación gráfica.



Figura 124.
Ejercicios manual
con la palabra «GOKU».

⁶⁶ Edwards, Betty: *Aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro*, Barcelona, Urano, 1994.

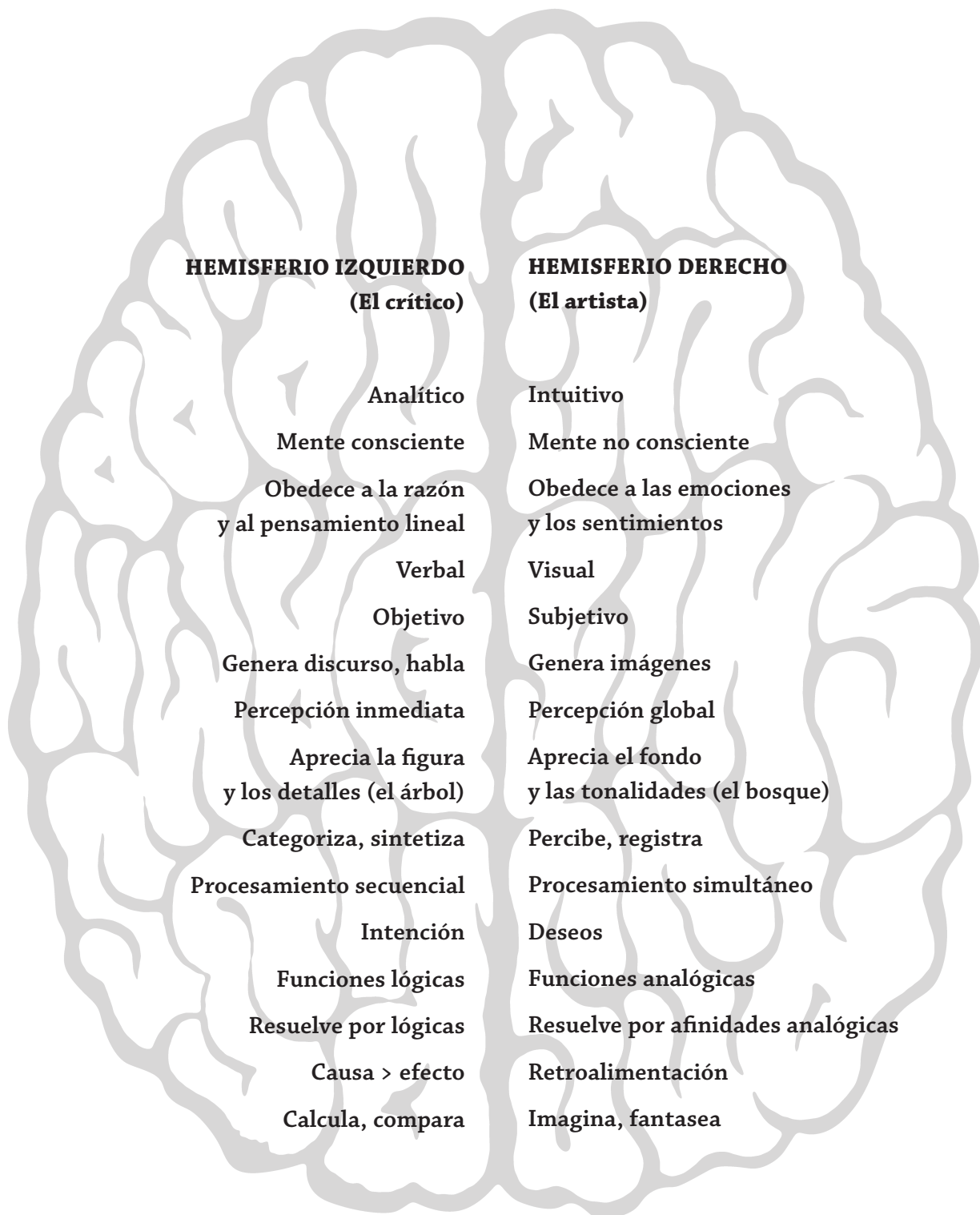


Figura 125.

Esquema de las principales funciones correspondientes a los hemisferios izquierdo y derecho del cerebro.

Ilustración de Nolen Strals.

El objetivo principal de los ejercicios es boicotear la manera de procesar información que tiene el hemisferio dominante y dar paso a esa otra parte, la que nos permite imaginar, fantasear y que registra la información desde una percepción global y simultánea, no secuencial.

c) Metodología

Para que se produzca la conexión con el hemisferio derecho es importante que en el aula se genere un ambiente con predisposición a la creatividad. Nos centraremos en disfrutar del proceso alejados del juicio racional, la competitividad y las expectativas por el resultado final. Se trata de dibujar como medio y no como fin.

Premisas

- Estas sesiones requieren de papel abundante, a ser posible A3, y de materiales de dibujo: ceras, grafito, carboncillos, tinta china, grafito, tijeras, *cutter*, pinceles, brochas, cañas, plumillas, punzones, etc.
- Antes de pasar a la práctica es importante introducir a los estudiantes en el conocimiento de la naturaleza dual del pensamiento humano.
- La primera consigna es abandonar por completo la palabra. Trabajar en silencio es absolutamente necesario para realizar estos ejercicios, hablar activa inmediatamente el hemisferio izquierdo que es, justamente, el que pretendemos acallar. Al trabajar en silencio se tiene acceso a poderosas funciones cerebrales que suelen estar oscurecidas por el lenguaje. Por eso se aconseja que se respete esta consigna si se quiere conocer la estrategia del hemisferio derecho.
- Cada estudiante trabajará con una sola palabra generando multitud de propuestas. Es importante actuar con rapidez para evitar que la mente establezca juicios de valor sobre el trabajo. La idea es disfrutar haciéndolo y sólo al final del proceso se analizarán los resultados y se seleccionarán los mejores; de esta manera se habrá conseguido que ambos hemisferios trabajen en colaboración.
- Se puede poner música ambiental para facilitar la introspección y generar una atmósfera agradable (figura 126).



Figura 126.
Dos ejercicios
con la palabra «FRESH».

d) Ejercicios

- Los estudiantes empezarán por elegir el material de trabajo que prefieran: tinta, pincel, cera, etc.
- Se puede cambiar de material y herramienta en cualquier momento.

A partir de las premisas expuestas facilitaremos un listado de posibles ejercicios que se pueden ir combinando:

1. Dibujar la palabra con la mano no hábil y mirando el papel. Los zurdos dibujarán con la mano derecha y los diestros con la izquierda (figura 127).
 2. Lo mismo que el ejercicio anterior pero sin mirar al papel, para ello es muy útil taparse los ojos con pañuelos.
 3. Dibujar de derecha a izquierda.
 4. Dibujar procurando no levantar en ningún momento la mano del papel.
 5. Ahora que los estudiantes ya estarán conectados con su hemisferio derecho, se pueden repetir los ejercicios 1 y 2 con la mano hábil, primero mirando el papel y luego con los ojos tapados.
 6. Dibujar a cámara lenta, es decir, lo más despacio posible.
 7. Dibujar con grafismos libres evitando el contorno de la palabra.
 8. Dibujar intentando imitar la letra que hacíamos cuando éramos pequeños.
 9. Dibujar utilizando las dos manos a la vez.
 10. Trabajar en pareja con un compañero o compañera, uno de ellos empezará a dibujar la palabra y otro la terminará, puede. Se puede continuar utilizando el lenguaje gráfico del compañero o cambiarlo.
- Es importante trabajar con rapidez (excepto en la cámara lenta). El docente ayudará con presteza tanto a llevarse los papeles acabados como a repartir más papel, también estará pendiente de que se utilicen materiales diferentes evitando el “apego” o el “vicio adquirido”.



Figura 127.
Ejercicio generado
a través de alguna
de las premisas expuestas.



Figura 128.
Ejercicio generado en clase
con pincel y tinta china.

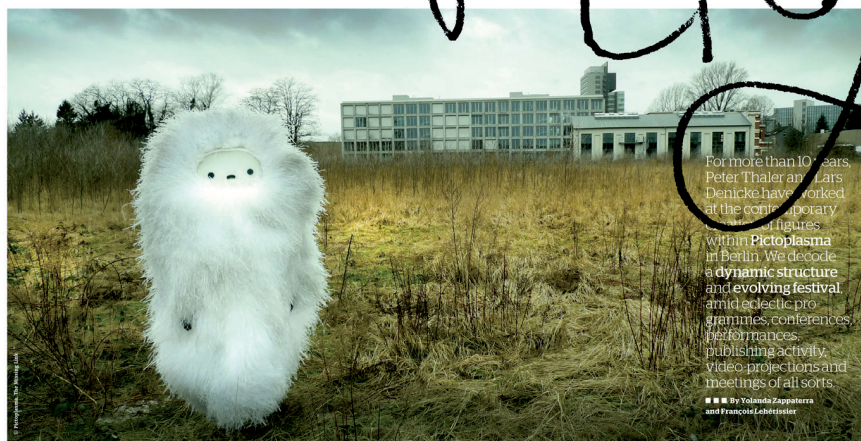
- El docente imprimirá las palabras elegidas por los estudiantes en diversas tipografías para poder realizar los siguientes ejercicios.
11. Observar la palabra impresa en alguna familia tipográfica y copiarla con la mano no hábil.
 12. Observarla de nuevo y memorizarla, dibujarla sin mirarla tal como la recuerdas.
 - Se puede ir cambiando de mano y mirando o tapándose los ojos a voluntad para obtener resultados diferentes.
 - 13.. Copiar ahora el modelo dibujando de derecha a izquierda. Poner el modelo boca abajo y copiarlo así.
 - 15.. Sin dibujarla previamente, recortar las letras con un cutter hasta formar la palabra, pégala después.
- Como se puede apreciar, trabajando con las múltiples variantes de tapan o destapan los ojos, dibujar de derecha a izquierda o al contrario, cambiar de mano, utilizar una gama amplia de materiales etc. la cantidad de variantes de estos ejercicios que se pueden realizar es inmensa (figura 128).
 - Dependiendo del tiempo del que se disponga también es muy eficaz añadir intenciones a los ejercicios, tanto desde un sentido formal: que el dibujo sea sencillo, esquemático, fluido, etc. como en un sentido emocional: dibujar desde la rabia, la dulzura, la tensión, el romanticismo, el aburrimiento, etc.
 - Con la misma metodología se pueden trabajar otros recursos como la letra estampada o construida con materiales. diversos.
 - Una vez finalizados los ejercicios es interesante hacer una puesta en común o discusión grupal para después dejar que cada estudiante haga su propia selección.



Figura 129.
Logotipo generado a partir de un ejercicio gestual.

Figura 130.
Titular para revista realizado con la mano no hábil.

CONTIG



location's right. Hang in the heart of Berlin's creative quarter on the border of Prenzlauer Berg and Mitte, opposite the trend footwear store Zola, is one of the numerous backyard buildings that house much of Berlin's creative community. But the headquarters of Pictoplasm turns out to be a long way from what I'm expecting. For a company that for a decade has been documenting, researching and promoting "characters" and their design, there are no books, conferences, workshops, exhibitions, DVDs and even dance lessons, the cluster of second-floor rooms is bereft of any signs of character-driven activity.

A flexible structure, and an unusual philosophy

When you might expect to see plastic action figures, piles of comics, the odd soft toy and perhaps the remnant of a giant, cardboard cut-out, or a discarded "walk-around" costume, there is nothing, except for a shelf of books. From such an office, it would be impossible to gather that the two men based here play many roles: creative publisher, producer, archivist, researcher and artist. The pair, Peter Thaler and Lars Denicke, are equally enigmatic, at least on the surface. But in that sense, they and their working space, are a perfect metaphor for Pictoplasm: hard to define, hard to categorize and, unlike many organizations working in or with character design, emphatically dealing with content rather than "surface". "At the heart of everything we do, is seeing the characters as containers for a 'sound footage language', an international, visual, graphical language, compressed into a few panels, and not for what they physically are," says Thaler.

From the start, ten years ago, Thaler and Denicke took their work with character design very seriously. For Thaler, an animation and film graduate, who had rejected what he saw as the narrative-driven, classification of characters in much of the animation around him, Pictoplasm grew from a

For more than 10 years, Peter Thaler and Lars Denicke have worked at the contemporary art scene of Berlin. They are figures within Pictoplasm in Berlin. We decode a dynamic structure and evolving festival and eclectic programmes, conferences, performances, publishing activity, video-projections and meetings of all sorts.

By Yolanda Zapatero and François Lebertelier

3.2.3. Resultados en el aula

La puesta en práctica de esta metodología crea resultados sorprendentes hasta para los propios estudiantes.

El debate grupal facilita el conocimiento mutuo de los miembros del grupo y consigue un ambiente solidario y no competitivo.

A lo largo de las sesiones se observa un incremento de la creatividad y de la autocrítica. También un cambio de actitud que predispone a experimentar abarcando mayores recursos creativos y asumiendo también mayores riesgos.

Aunque las herramientas digitales sean de gran importancia, se estimula a experimentar también con herramientas analógicas cuando el ejercicio lo permite, por ejemplo en los cortes, fragmentaciones, solapamientos, etc. consiguiendo resultados diferentes a los que se obtendrían a través del ordenador. Así, se fusionan técnicas tradicionales con técnicas digitales y los estudiantes se dan cuenta del aumento de sus competencias artísticas (figura 131).

Los resultados son excelentes tanto en el plano artístico como vivencial, puesto que se crea un ambiente lúdico y divertido, asegurando además unas clases amenas y eficientes.

Los dossiers que preparan los estudiantes tras haber experimentado con todos los recursos demuestran que se lo han pasado muy bien además de haber aprendido mucho.



Figura 131.
Alumno trabajando con brocha y tinta uno de los ejercicios.



Figuras 132 y 133.
Una sesión de trabajo aplicando
la metodología expuesta en la
EASD de Cadstellón, 2012.



Figura 134.
 Resultados de un alumno
 a partir de la palabra «contigo».

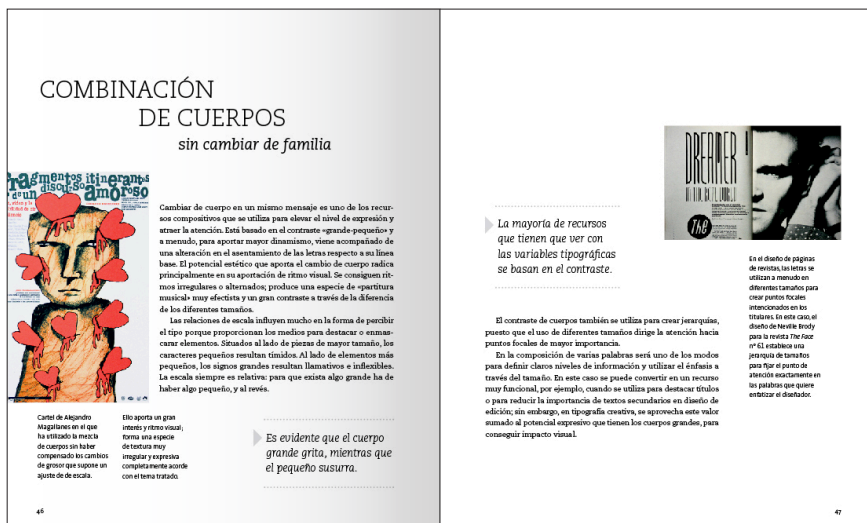


Figura 135.
Doble página del manual.

3.3. Uso y función del manual

3.3.1. Condicionantes del proyecto - Briefing

a) Antecedentes

- Escasa documentación existente sobre recursos tipográficos.
- Exceso de “libros-catálogo” de diseño gráfico pero sin contenido analítico sobre las propuestas.
- Demanda por parte de los docentes de disponer de material didáctico para dar contenidos sobre tipografía creativa en las actuales Escuelas de Diseño.
- Desorientación del profesorado a la hora de impartir tipografía creativa, tanto en contenidos como en metodología.
- Carencia de creatividad tipográfica por parte del alumnado.

b) Público objetivo —Target— y difusión

- Especialmente dedicado a estudiantes de diseño gráfico de las Escuelas Superiores de Diseño y de las Universidades.
- Docentes de artes plásticas, diseño y comunicación audiovisual.
- Profesionales interesados en el diseño gráfico en general.
- Rango de edades amplio: desde los 18 años en adelante.
- Nivel adquisitivo medio.
- Puntos de venta: librerías [Sección > Diseño > Tipografía].
- Cauces de difusión: educativos, especializados en diseño gráfico y tipografía (figura 135).

c) Condicionantes técnicos

- Atenerse a un proceso de producción bien diseñado que optimice los recursos, evitando desaprovechamiento de papel, materiales caros o manipulados innecesarios que encarezcan el producto final.
- Se busca un libro divulgativo de coste bajo para una gran difusión, pero con una edición bien cuidada.

d) Condicionantes formales

- Formato cómodo y transportable [no pesado].
- Diseño didáctico, limpio y claro [así como acorde con la estética contemporánea].
- Cubierta atractiva.

e) Condicionantes funcionales

- Se pretende que el libro sirva como material para el aula y se convierta en una herramienta práctica para los docentes y estudiantes. Por ello debe mostrar con claridad los contenidos y estimular la puesta en práctica de los ejercicios planteados.
- Función educativa.

3.3.2. Gestión de contenidos

a) Análisis del material

Imágenes

Partimos de un banco enorme de imágenes distribuidas en carpetas según nuestra catalogación de recursos tipográficos. Este banco iconográfico, de unas 2.500 imágenes, ha sido creado a través de los años y se ha incrementado en este último año de investigación. Se ha realizado un escrutinio riguroso de material impreso para poder captar las imágenes por medio del escáner o la cámara. La necesidad de conseguir imágenes de alta resolución ha impedido que Internet haya sido una fuente de documentación gráfica. De todo este material, se han seleccionado los ejemplos más representativos del recursos a mostrar atendiendo también a su calidad gráfica (figura 136).

Figura 136.
Ejemplos de revistas pertenecientes al banco de imágenes manejado.



Los ejemplos de los ejercicios de los estudiantes se han recopilado en el último año de docencia de la asignatura *Tipografía Creativa* en la Escola d'Art i Superior de Disseny de Castelló. Exceptuando los correspondientes a «La letra como imagen icónica» cuya recopilación se viene haciendo desde el 2007. El banco de ejercicios manejado para la selección de este trabajo ha sido de unos 500.

Textos

Los textos se han elaborado poco a poco, apoyándonos en la observación y en las fuentes documentales que se muestran en la bibliografía de este trabajo.

El enunciado de los ejercicios prácticos se ha recuperado de la experiencia docente, 6 años en total como profesora de Diseño Gráfico impartiendo Tipografía, Diseño Editorial y Proyectos Gráficos. La asignatura de Tipografía Creativa, en la que se basa este trabajo, sólo se impartió durante el curso 2011-12.

b) Estructura y organización del manual

El contenido se divide en cuatro capítulos. Cada uno de ellos empieza con una aportación teórica, continúa con un muestrario de imágenes de ejemplos comentados y acaba con una propuesta de ejercicios prácticos acompañada de ejemplos realizados por los estudiantes.

El primer capítulo está dedicado a explicar la doble función lingüística y gráfica que tiene la tipografía. Propone el análisis de ejemplos concretos para aprender a distinguir el peso que una y otra función adquieren en las imágenes. También clarifica y define el concepto de tipografía creativa.

En los capítulos segundo y tercero se establece una clasificación de recursos tipográficos a partir de un trabajo de análisis e investigación de todo tipo de materiales gráficos. El criterio que se ha seguido para establecer dicha catalogación ha sido la división en tres grupos según afecten a las variables tipográficas y haya o no manipulación en la estructura de los tipos. Por ello se hace también una breve aportación teórica sobre estos conceptos antes de entrar en la propia clasificación. Cada uno de los recursos expuestos está acompañado de abundantes ejemplos en los que se comenta la aportación formal, conceptual y funcional del mismo. Después, se adjuntan algunos de los ejercicios realizados en el aula.

En el capítulo cuarto se han reunido otro tipo de casos que no se atienen a ninguno de los criterios tratados en los grupos anteriores. Por último hemos añadido una bibliografía junto a un listado de direcciones de Internet que ayudarán y ampliarán las fuentes documentales del receptor que quiera seguir profundizando en el tema. (figura 137).

Figura 137.
Contenido del manual.

CONTENIDO	5 INTRODUCCIÓN
01	9 FUNCIONES DE LA TIPOGRAFÍA 10 La doble función de la tipografía: lingüística y gráfica 18 La tipografía creativa 26 Prácticas
02	31 RECURSOS TIPOGRÁFICOS RELACIONADOS CON LAS VARIABLES TIPOGRÁFICAS 32 Las variables tipográficas 46 Combinación de cuerpos 50 Combinación de mayúsculas y minúsculas 52 Combinación de estilos 56 Combinación de diferentes familias tipográficas 60 Alteración de los espacios <i>Tracking / Kerning / Espacio entre palabras / Interlínea</i> 64 Prácticas
03	69 RECURSOS TIPOGRÁFICOS RESPETANDO O ALTERANDO LA ESTRUCTURA DE LAS LETRAS 70 El esqueleto de las letras 74 Respetando la estructura de las letras <i>Giros / Volteos / Arquitecturas tipográficas / Superposiciones Transparencias / Texturas no icónicas</i> 79 Prácticas 80 Alterando la estructura de las letras <i>Cortes / Fragmentaciones / Distorsiones / Filtros digitales Personalización y redibujado / Ligaduras</i> 85 Prácticas
04	87 OTROS RECURSOS TIPOGRÁFICOS 88 Contraforma / Sustituciones 91 Prácticas 92 La letra como imagen icónica 98 Prácticas 104 La letra hecha a mano <i>El garabato / Escribir rayando / Escritura caligráfica y manual / Letras con sombra / Letras recreadas Coser letras / Letras hechas con todo tipo de materiales</i> 114 Prácticas 122 BIBLIOGRAFÍA / PÁGINAS WEB

3.4. Diseño del manual

Tras un análisis detallado del briefing propuesto, las decisiones de diseño para facilitar la comunicación, han ido surgiendo de una manera lógica y consecuente.

3.4.1. Formato

La elección del formato es la primera decisión de la fase de diseño. Para ello hemos atendido a aspectos relacionados con la función del manual y con la fase de producción.

El formato debía ser cómodo y ligero para que sea transportable, ya que va dirigido a estudiantes.

La distancia de lectura será cercana y la dedicación lectora debería servir tanto para una lectura atenta y prolongada, como para que el manual pudiera ser simplemente hojeado.

A toda esta información respecto al entorno lector, añadiremos la condición de que el formato debía evitar el desaprovechamiento del papel.

Así se decide un formato de página de 19 x 23 cm, que se ajusta perfectamente a las exigencias requeridas.

Al aplicar la imposición sobre un tamaño de papel offset 90 x 65 cm, se obtienen pliegos de 16 páginas realizando tres pliegues por cada unidad de papel. Ello hace posible la encuadernación cosida con hilo (figura 138).

Además, este formato se ajusta también a la impresión digital en la que el formato es 48 x 33 cm (figura 139) y la imposición se dispone en dípticos. Con lo cual disponemos de un formato de alto rendimiento tanto para tiradas largas como cortas.

Figura 138.

Impresión digital.

Formato: 48 x 33 cm

Máximo mancha: 45 x 31,5 cm

Dípticos de 4 páginas.

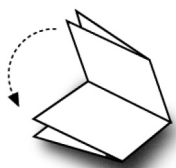
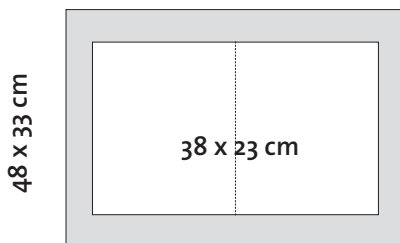


Figura 139. Arriba y derecha

Impresión offset

Formato: 90 x 65 cm

Cuadernillos de 16 páginas



3.4.2. La retícula

Cálculo de márgenes

Se decide trabajar con unos márgenes bastante generosos e irregulares, buscando la equivalencia de la proporción entre la caja de texto y la página.

El resultado es el siguiente:

Superior: 15 mm.

Inferior: 20 mm.

Exterior. 15 mm.

Interior: 20 mm.

Retículas

Este tipo de manual se identifica dentro de la categoría de publicaciones en la que texto e imagen tienen la misma importancia. El diseño de la retícula base estará dominado por este criterio. En esta fase del diseño ya se empiezan a tantear composiciones a la vez que tipografías posibles, puesto que el ancho de columna está totalmente relacionado con el cuerpo y el interlineado. Tras diversas pruebas se decide finalmente emplear una cuadrícula de 14 puntos (figura 140).

La distribución espacial de la maqueta básica se organiza en dos columnas, una amplia para el texto base y una más estrecha para las imágenes. La medida tipográfica han sido el punto Didot.

La gran variedad de ejemplos gráficos que componen este manual ha hecho imprescindible el diseño de varias estructuras invisibles para organizar el material gráfico. Para ello se han diseñado tres clases de retículas que atendieran a todas las composiciones posibles, de tres, cuatro y cinco columnas (figura 141).

El trabajo de diseño se ha fundamentado en las retículas, pero en la práctica, el contenido en cada doble página ha sido tan diverso que se han utilizado como punto de partida de una manera flexible y no rígida.

Se ha buscado la cohesión entre los elementos para dar una sensación lógica y ordenada, buscando un efecto dinámico y bien contrastado; para ello se ha empleado la asimetría compositiva. La maquetación es simétrica en todo el libro y asimétrica exclusivamente en las prácticas.

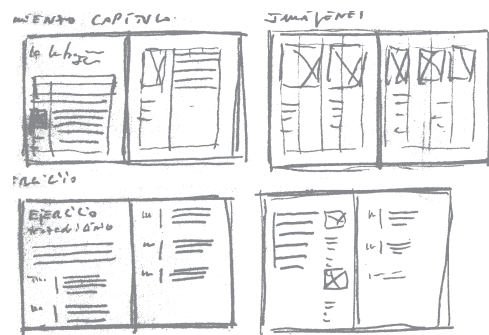
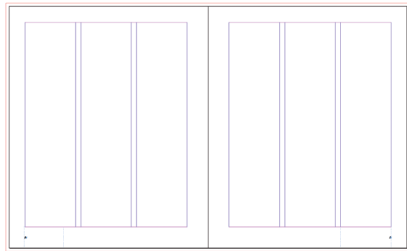
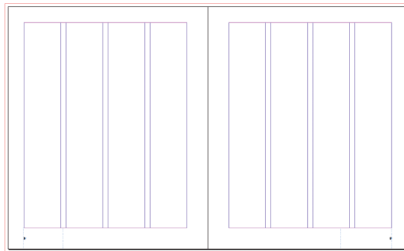


Figura 140.
Primeros bocetos de organización reticular.

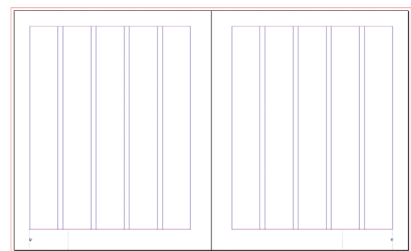
Figura 141.
Retículas para el manual
de recursos tipográficos.



Retícula básica de 3 columnas.



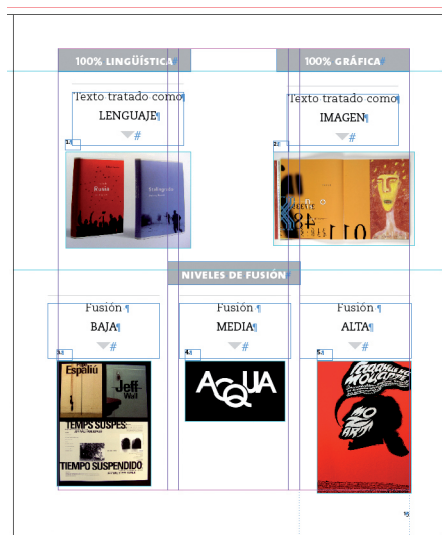
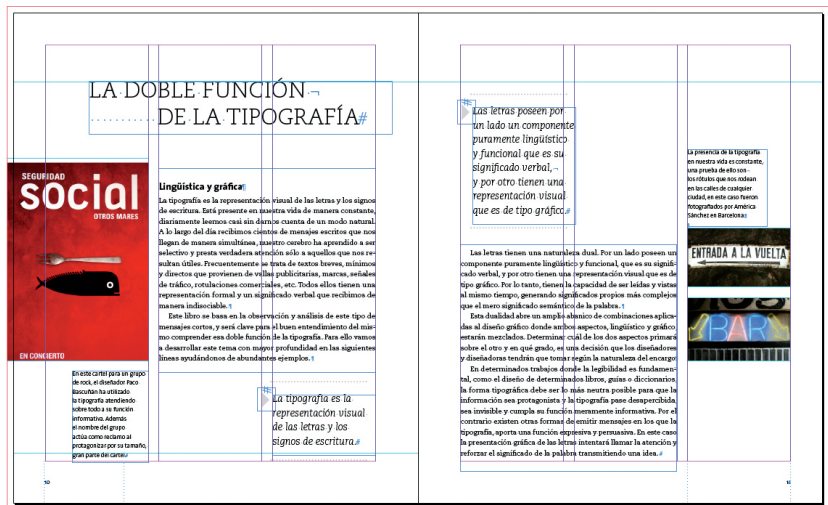
Retícula de 4 columnas.



Retícula de 5 columnas.

Se ha decidido también que tanto las portadillas como los comienzos de tema sean siempre a doble página para que constituyan una unidad tipográfica.

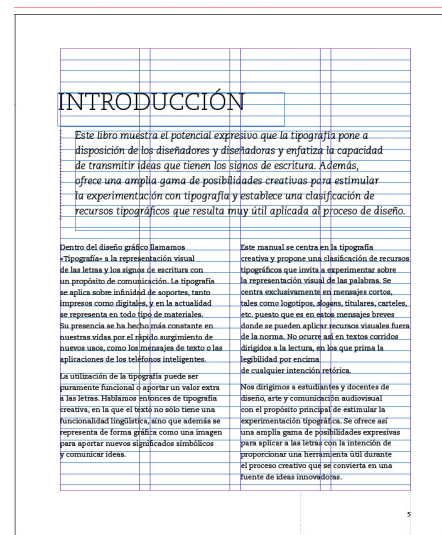
En resumen, jerarquía, contraste y ritmo han marcado las decisiones de diseño.



Arriba.
Aplicación de retícula básica
de 3 columnas para
la apertura de capítulos.

Izquierda.
Aplicación de retícula básica
de 3 columnas para un esquema.

Derecha.
Aplicación de retícula
de 4 columnas
para la introducción.



LA LETRA COMO IMAGEN ICÓNICA

Leer y ver a la vez

Desde que futuristas (1914) y dadaístas (1922) emanciparon a la letra de su función meramente lingüística, la utilización de signos de escritura para generar imágenes y mensajes significativos ha crecido casi un siglo.

El panorama gráfico actual muestra muchas maneras en las que letras y signos de escritura se conjugan como imágenes icónicas, entendiendo éstas como representaciones gráficas que mantienen una relación de semejanza con un objeto, persona o cosa, y que son capaces de identificar.

Cuando texto e imagen son la misma cosa se genera una sorpresa, una especie de asombro semántico.

La letra utilizada como gráfica icónica para el diseño de marcas es muy frecuente. Su uso puede ser utilizado para reforzar la forma de la letra y una imagen icónica de la actividad de la empresa o a las características más destacadas de la misma.

Muchos logotipos se diseñan como imágenes icónicas, funcionando como imágenes de identificación de la empresa o producto. El logotipo de la energía es un modo visual de transmitir una idea que sea sencilla, pero fácilmente reconocible.

En cuanto al diseño personal, el diseño icónico puede ser utilizado para representar algo que sea icónico de la marca de la empresa.

Este recurso gráfico se utiliza para representar el valor y el logotipo, como se ve en esta imagen de la marca de la Música, diseñado por Monica Gallego.

Aplicación de retícula mixta de 3 y 4 columnas.

TANGW

Logotipo de Tangw. El diseño para un producto innovador. Una idea nueva. Una forma nueva. La forma visual y el significado de la palabra que se ve retroceden en el tiempo por ser diferentes por ser diferentes y sencillos. El diseño de un producto mediante la utilización de los conceptos de "TANGW".

El diseño de un producto innovador. Una idea nueva. Una forma nueva. La forma visual y el significado de la palabra que se ve retroceden en el tiempo por ser diferentes por ser diferentes y sencillos. El diseño de un producto mediante la utilización de los conceptos de "TANGW".

FRANCHISE TO SPAIN

Antes representamos un producto innovador. Una idea nueva. Una forma nueva. La forma visual y el significado de la palabra que se ve retroceden en el tiempo por ser diferentes por ser diferentes y sencillos. El diseño de un producto mediante la utilización de los conceptos de "FRANCHISE TO SPAIN".

Antes representamos un producto innovador. Una idea nueva. Una forma nueva. La forma visual y el significado de la palabra que se ve retroceden en el tiempo por ser diferentes por ser diferentes y sencillos. El diseño de un producto mediante la utilización de los conceptos de "FRANCHISE TO SPAIN".

Aplicación de retícula de 5 columnas para una doble página de ejemplos gráficos.

PRÁCTICAS 02

Experimentar diferentes recursos con una misma palabra.

La siguiente metodología es aplicable a todos los recursos tipográficos expuestos en este manual, por este motivo no la repetiremos en cada uno de ellos. Sin embargo, en algunos apartados, se proponen prácticas diferentes.

Objetivos

- Estimular la creatividad y abrir nuevos caminos de experimentación para la creación de imágenes escritas.
- Ayudar a crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos de un proyecto gráfico.
- Desarrollar la capacidad de observación y percepción de los detalles que nos rodean y potenciar el análisis crítico hacia los mismos.

Metodología

Las sesiones se organizarán de la siguiente manera:

- Muestra por parte del profesor de ejemplos variados sobre dos o tres recursos tipográficos.
- Análisis y debates.
- Puesta en práctica del recurso por parte del alumnado.
- Exposición de las propuestas sobre la pared.
- Análisis y sugerencias de mejoras.
- Se sugiere colgar los trabajos en la pared porque en muchos casos puede corregir "en situ" con rotulador, tijeras, etc. para que se aprecien las mejoras de manera inmediata.

Premisa

Se entregará con las correcciones realizadas:

- Nueva muestra sobre la pared de los ejercicios para una puesta en común y debate. Sugerencia de mejoras.
- Se deberá transcribir algún día escrito los entregables.
- Última entrega.

ATENCIÓN: Experimentar con una única palabra da la oportunidad al estudiante de concentrar por sí mismo la gran variedad de significados que puede adquirir una misma palabra dependiendo de la forma en que ha sido representada.

La propuesta de estos ejercicios no es utilizar la letra de forma abstracta sin relación con su función lingüística y emplearla solo como estructura artística. No se pretende la legibilidad y el reconocimiento de los signos tipográficos, pues consideramos que es un requisito imprescindible en la mayoría de proyectos reales de diseño.

La letra actuará de esta manera como herramienta de ideas sin perder su capacidad para ser leída.

Aplicación de retícula de 5 columnas para los ejercicios prácticos.

3.4.3. Elección tipográfica

Una vez analizado el texto y extraído de él los distintos niveles de información, estamos preparados para la elección tipográfica. Nuestra tipología de publicación mantiene una importancia semejante entre el texto y la imagen, por lo que necesitaremos una tipografía base para el texto y otra como contrapunto para epígrafes, pies de imágenes, etc.

Los requisitos para la elección de tipografías han sido:

- Que tenga gran legibilidad, por lo tanto deben tener un ojo medio amplio.
- Sensación de contemporaneidad.
- Deben de tener una amplia gama de estilos para solucionar muchos niveles de jerarquía.
- Buscamos tipografías con cursiva y versalitas auténticas.
- Que cumplan la especificación Open Type.

PMN Caecilia

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

TheSans

a b c d e f g h i j k l m n r s u v w x y z w x y z w x y z
a b c d e f g h i j k l m n r s u v w x y z w x y z

Figura 142
Familias tipográficas elegidas para diseñar el manual, ambas con una gama alta de estilos.

Con todas estas premisas y las pruebas oportunas, se decide utilizar la tipografía PMN Caecilia para el texto corrido, diseñada por Peter Mathias Noordzij en el año 1990, de tipología egipcia con ausencia de modulación y remates cuadrangulares, que cumple todos los requisitos anteriormente mencionados.

Como contrapunto utilizaremos la familia de palo seco TheSans diseñada por Lucas de Groot en 1994, que así mismo cumple las condiciones indispensables.

Ambas familias tipográficas conjugan muy bien, a la vez que aportan un gran contraste (figura 142).

3.4.4. Jerarquía tipográfica. Maquetación

La jerarquía tipográfica asigna valores de importancia y hace que un texto tenga significado. Debe de aportar un efecto de contraste claro y visible y dar solución a todos los niveles de información requeridos. Con el buen establecimiento de la jerarquía tipográfica se pretende conducir al lector a través de la información guiándolo de manera coherente.

Una vez analizado el texto, se establecen varios niveles de jerarquía para la composición de los capítulos, y otro diferente para la parte práctica, estos son:

- **NIVEL 1. Títulos:** Es lo primero que queremos que se lea. Mayúsculas PMN Caecilia Light 29,5/35 pt.
- **NIVEL 2. Entradillas:** Es lo segundo que queremos que se lea. PMN Caecilia Light Italic 13,3/18,8 pt.
- **NIVEL 3. Epígrafes:** Aporta gran contraste respecto al texto base. TheSans Extra Bold 13 pt.
- **NIVEL 4. Texto base:** Es el cuerpo de la información. PMN Caecilia Roman 9/14 pt.

La longitud de línea queda entre 10/11 palabras, número que está considerado como óptimo en tipografía de edición.

El texto será justificado a ambos lados estableciéndose una sangría primera línea de 14 puntos.

Se modifican los parámetros de partición y justificación del programa InDesign para conseguir una mancha homogénea.

- **NIVEL 5. Destacados:** Extraen lo esencial del texto. Deben de destacar por encima del texto base y de las leyendas de fotos. Se decide utilizar la Caecilia cursiva para dar mayor cercanía a estos mensajes clave, que pueden leerse al hojear la publicación y anunciar el contenido de la página. Aportan mucho ritmo visual y obligan a componer con más blancos.
- **NIVEL 6. Leyendas de fotos.** Dan la información de detalle. Utilizamos TheSans Semi Light de 8 pt e interlínea de 12 pt. Se acopla a la cuadrícula base cada 7 líneas (figura 143).



Figura 143
Jerarquía tipográfica establecida en la parte teórica del manual.

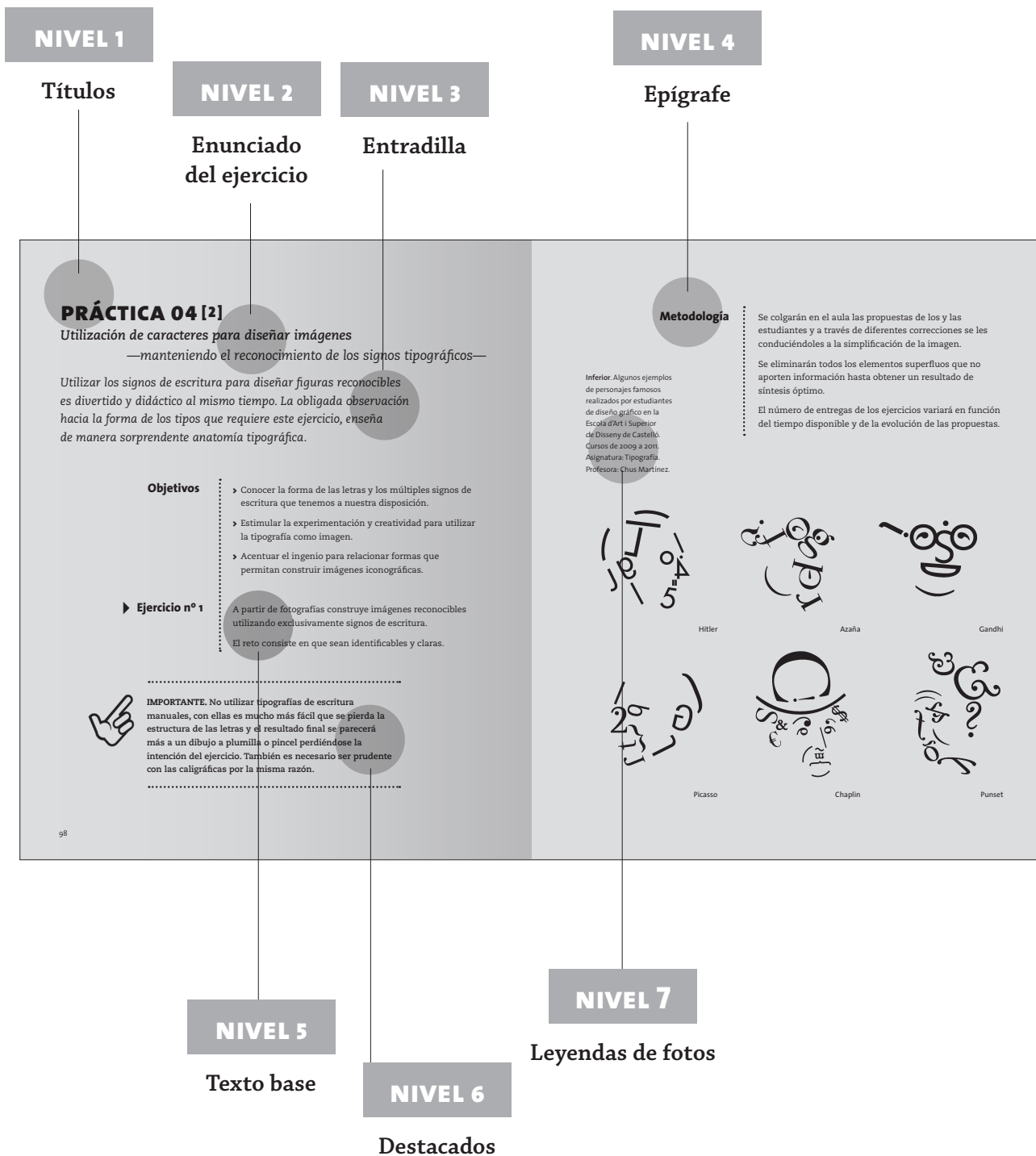
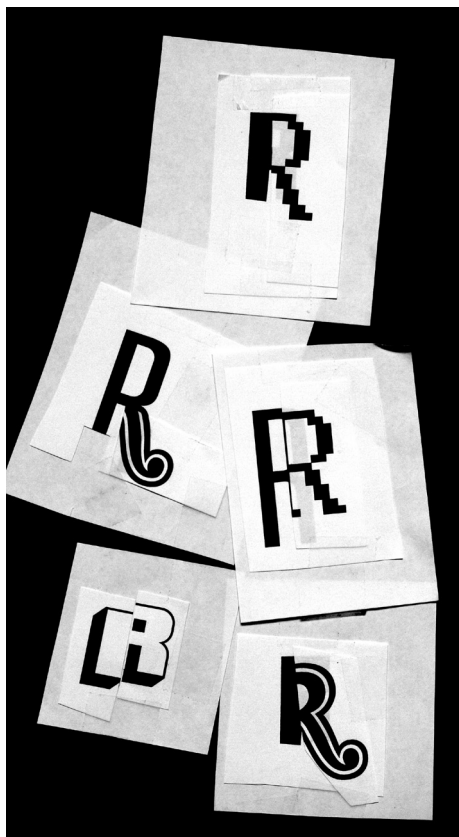


Figura 144
Jerarquía tipográfica establecida en la parte práctica del manual.

Figuras 145
Algunas erres experimentales
para la cubierta.



Prácticas

Los niveles jerárquicos de las prácticas los hemos mostrado en el anterior esquema de la figura 144.

Para distinguir las prácticas del resto del manual, se establece que siempre aparezcan en un fondo gris, trama de negro: 15%.

Según los especialistas en diseño de edición, trabajar con más de cinco niveles de jerarquía en una publicación es complicado, por lo que nos encontramos en nivel alto de complejidad tipográfica.

3.4.5. Decisiones de diseño

Se ha procurado que el vocabulario de diseño sea adecuado para construir una pieza que comunique eficazmente a un público fundamentalmente joven.

Se han utilizado blancos generosos y activos, puesto que consideramos que lo no impreso no es un simple vacío sino un elemento más de la composición.

Por último, se utilizan múltiples ejemplos significativos que sirvan tanto para amenizar la lectura como para clarificar conceptos del contenido.

Con todas las decisiones expuestas, se diseña el primer prototipo del libro, a partir del que se corrigen errores formales, pasando a la última fase consistente en la corrección de textos tanto de la sintaxis como de la ortografía.

3.4.6. Diseño de la cubierta y portadillas

Cubierta

Se ha procurado diseñar una cubierta que sea atractiva a la vez que representativa del contenido del manual. El titular aporta un ligero toque transgresor sin obstaculizar la legibilidad, constituyendo el principal foco de atención. Se priorizan las palabras “recursos tipográficos” por encima del resto de la información para enfatizar la importancia de lo que ofrece el contenido del libro.

La excusa gráfica para el diseño ha sido la superposición de versiones diferentes de la letra «R» en mayúsculas, realizadas a partir de experimentos analógicos realizados con collages de caracteres impresos (figura 145). Las “R” que aparecen en la cubierta delantera son diseños originales, en tanto que en la



cubierta trasera se recurre a una imagen inédita de un tipo de madera, un carácter perteneciente a la familia Carmen, diseñada por Andreu Balius y una «R» pixelada de diseño propio.

El color se ha utilizado también como herramienta fundamental de comunicación. Establece el contraste más fuerte con el blanco y negro para el titular y el lomo. El resto de los elementos plásticos mantiene un contraste más suave utilizando transparencias de color negro sobre un fondo naranja. El color naranja es un color enérgico, vibrante y joven. Al interactuar con elementos negros por medio de transparencias, da como resultado unos tonos marrones más discretos que el negro del título. El uso sutil y parco del color crea una apariencia atractiva y enfatiza justo lo necesario para aumentar la eficacia de la cubierta. (figura 146)

Portadillas

Las portadillas compuestas a doble página por considerarlas una unidad tipográfica, siguen la misma gama cromática que la cubierta para aportar la coherencia necesaria al manual. En la página izquierda se utiliza siempre la misma imagen, una textura realizada con tipos de madera, fotografiada y convertida en mapa de bits. La página de la derecha contiene toda la información verbal necesaria, número de capítulo y título del mismo. El motivo plástico protagonista es el número correspondiente a cada capítulo.

Figuras 146
Cubierta definitiva

Los números de las cuatro portadillas se han realizado superponiendo diferentes estilos de la misma tipografía, TheSans, consiguiendo un espesamiento gradual del trazo, lo cual sugiere movimiento. Para acentuar el efecto de dinamismo se han seccionado y desplazado los números en el plano vertical. Por último se han modificado las intensidades de las transparencias, oscureciendo la parte derecha para favorecer la visibilidad de las letras que anuncian el título de cada capítulo (figura 147).



Figuras 147
Portadilla del capítulo 2.

3.4.7. Proceso de producción

Una vez evaluado el trabajo y comprobado que es eficaz y cumple su propósito, pasamos a crear el producto final que será un libro tridimensional.

En esta fase nos aseguramos de que se cumplen todos los requisitos para que el proceso de impresión finalice con éxito. Los pasos a seguir son los siguientes:

- Optimización del documento para imprenta, lo que supone que todas las imágenes estén en alta resolución (300 ppp), en modo de color CMYK, listas para impresión en offset y en un archivo no comprimido, TIFF , PSB, etc. Para los elementos que salen del formato se establece una sangría de 3 mm.
- Preparado el documento se prepara un PDF paginado correctamente y realizado con los parámetros facilitados por el impresor según su maquinaria.

Tras la minuciosa revisión de este PDF, el archivo estará listo para su entrega en imprenta.

Ficha técnica

N^a de Páginas: **124**

Formato cerrado: **19 x 23 cm**

Formato abierto: **38 x 23 cm**

Papel interior: **Offset 120 gr.**

Tintas: **Impreso a 4 + 4 tintas**

Encuadernación: **Rústica**

Cosido con hilo vegetal

Glasofonado mate a 1 cara

Impresión a 4 + 4 tintas

Papel cubierta: **Estucado mate 300 gr.**


Lomo cubierta: **11 mm**

Con estos datos el precio de impresión por unidad sería de:

7,30 € / 500 ejemplares

4,20 € / 1.000 ejemplares

4. MANUAL FINALIZADO



Este libro es una introducción al uso de la tipografía creativa aplicada a cualquier área del diseño gráfico. Ofrece una amplia gama de posibilidades para estimular la experimentación a través de ejercicios prácticos. Establece una clasificación ordenada de recursos tipográficos que resulta muy útil para aplicar en el proceso creativo. Y a través de múltiples ejemplos muestra el potencial expresivo que tiene la tipografía y su gran capacidad para transmitir ideas.

LA IMPRENTA

Esta parte del trabajo muestra las imágenes del contenido íntegro del manual finalizado cuya estructura hemos explicado en el capítulo anterior.

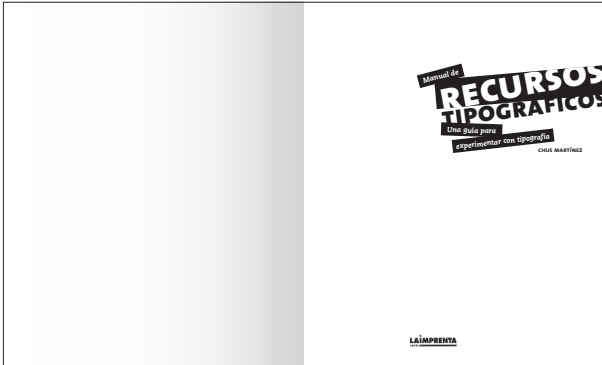




Prototipo.

Fotos del manual finalizado en las que se puede apreciar la proporción y distancia de lectura.





CONTENIDO

01	5 INTRODUCCIÓN
	5 La doble función de la tipografía: lingüística y gráfica
	10 La tipografía creativa
	24 Prácticas
02	31 RECURSOS TIPOGRÁFICOS RELACIONADOS CON LAS VARIABLES TIPOGRÁFICAS
	31 Las variables tipográficas
	44 Combinación de longitudes
	45 Combinación de espaciado y interlineado
	52 Combinación de serifes
	60 Abstracción de diferentes familias tipográficas
	64 Abstracción de los espacios
	70 Tracking / Kerning / Espaciado entre palabras / interlineado
	74 Prácticas
03	69 RECURSOS TIPOGRÁFICOS RESPETANDO O ALTERANDO LA ESTRUCTURA DE LAS LETRAS
	70 El esqueleto de las letras
	74 Respetando la estructura de las letras
	75 Cursiva / Volutas / Anticursivas tipográficas / Superdecorativas / Tipografía / Decoración tipográfica
	79 Prácticas
04	87 OTROS RECURSOS TIPOGRÁFICOS
	87 Combinaciones / Combinaciones
	91 Prácticas
	92 La letra como imagen icónica
	96 Prácticas
	104 La letra hecha a mano
	105 El grabado / Grabado manual / Grabado digitalizado / Y grabado / Letras con manchas / Letras decoradas / Color negro / Letras hechas con todo tipo de materiales
	114 Prácticas
	122 BIBLIOGRAFÍA / PAGINAS WEB

INTRODUCCIÓN

Este libro muestra el potencial expresivo que la tipografía pone a disposición de los diseñadores y diseñadoras y enfatiza la capacidad de transmitir ideas que tienen los signos de escritura. Además, ofrece una amplia gama de posibilidades creativas para estimular la experimentación con tipografía y establece una clasificación de recursos tipográficos que resulta muy útil aplicada al proceso de diseño.

Desde el diseño gráfico barroco «Tipografía» a la representación visual de las letras y los signos de escritura como un propósito de comunicación. La tipografía se agota en la intención de expresar, hasta ser expresada como digital, y en la actualidad se experimenta en todo tipo de materiales. La presencia de la letra más comunicativa en nuestros días es el diseño experimental de nuevos usos, como los mensajes de texto o las aplicaciones de las redes sociales.

La utilidad de la tipografía puede ser puramente funcional o aportar un valor estético a las letras. Mediante técnicas de tipografía creativa, es que el texto no solo tiene una funcionalidad lingüística, sino que además es representado de forma gráfica como una imagen para aportar nuevos significados estéticos y comunicativos.

Este manual se centra en la tipografía creativa y propone una clasificación de recursos tipográficos que sirve a experimentar sobre la representación visual de las palabras. Se trata exclusivamente de mensajes cortos, tales como logotipos, slogans, títulos, carteles, etc., puesto que en estos mensajes breves donde se pueden aplicar recursos visuales sobre el texto, los cuales actúan en buena medida dirigidos a la lectura, en los que prima la legibilidad por encima de cualquier intención estética.

Los objetivos a estudiar y documentar de diseño, arte y comunicación audiovisual, con el propósito principal de estimular la experimentación tipográfica. Se ofrece así una amplia gama de posibilidades expresivas para aplicar a las letras con la intención de proporcionar una herramienta útil durante el proceso creativo que se resiente en una fuente de ideas innovadoras.

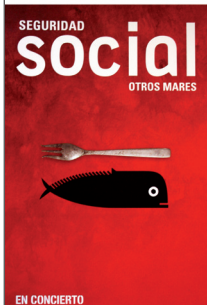
El primer capítulo está dedicado a explicar la doble función lingüística y gráfica que tiene la tipografía. Propone el estudio de técnicas creativas para aprender a distinguir el peso que una o otra función adquiere en los mensajes. También clarifica y define el concepto de tipografía creativa.

En los capítulos segundo y tercero se establece una clasificación de recursos tipográficos a partir de un trabajo de análisis e investigación de todo tipo de mensajes gráficos. El criterio que se ha seguido para establecer dicha categorización ha sido la distinción en tres grupos según alabara a los recursos tipográficos y haya o no intervención en la estructura de las letras. Cada uno de los recursos experimentales se acompañará de abundantes ejemplos en los que se muestra la aplicación formal, conceptual y funcional del mismo. Después, se ofrecen algunas de las opciones realizadas en el aula.

El capítulo cuarto se trata de todo tipo de cosas que se ven asociadas a mensajes de las creaciones realizadas en los grupos artísticos.



LA DOBLE FUNCIÓN DE LA TIPOGRAFÍA



EN CONCIERTO

En este cartel para un grupo de rock, el diseñador Paco Bascuñán ha utilizado la tipografía atendiendo sobre todo a su función informativa. Además el nombre del grupo actúa como reclamo al protagonista por su tamaño, gran parte del cartel.

Lingüística y gráfica

La tipografía es la representación visual de las letras y los signos de escritura. Está presente en nuestra vida de manera constante, diariamente leemos casi sin darnos cuenta de un modo natural. A lo largo del día recibimos cientos de mensajes escritos que nos llegan de manera simultánea, nuestro cerebro ha aprendido a ser selectivo y presta verdadera atención sólo a aquellos que nos resultan útiles. Frecuentemente se trata de textos breves, mínimos y directos que provienen de vallas publicitarias, marcas, señales de tráfico, rotulaciones comerciales, etc. Todos ellos tienen una representación formal y un significado verbal que recibimos de manera indisoluble.

Este libro se basa en la observación y análisis de este tipo de mensajes cortos, y será clave para el buen entendimiento del mismo comprender esa doble función de la tipografía. Para ello vamos a desarrollar este tema con mayor profundidad en las siguientes líneas ayudándonos de abundantes ejemplos.

► La tipografía es la representación visual de las letras y los signos de escritura.

► Las letras poseen por un lado un componente puramente lingüístico y funcional que es su significado verbal, y por otro tienen una representación visual que es de tipo gráfico.

La presencia de la tipografía en nuestra vida es constante, una prueba de ello son los rótulos que nos rodean en las calles de cualquier ciudad, en este caso fueron fotografiados por América Sánchez en Barcelona.



Las letras tienen una naturaleza dual. Por un lado poseen un componente puramente lingüístico y funcional, que es su significado verbal, y por otro tienen una representación visual que es de tipo gráfico. Por lo tanto, tienen la capacidad de ser leídas y vistas al mismo tiempo, generando significados propios más complejos que el mero significado semántico de la palabra.

Esta dualidad abre un amplio abanico de combinaciones aplicadas al diseño gráfico donde ambos aspectos, lingüístico y gráfico, estarán mezclados. Determinar cuál de los dos aspectos primará sobre el otro y en qué grado, es una decisión que los diseñadores y diseñadoras tendrán que tomar según la naturaleza del encargo.

En determinados trabajos donde la legibilidad es fundamental, como el diseño de determinados libros, guías o diccionarios, la forma tipográfica debe ser lo más neutra posible para que la información sea protagonista y la tipografía pase desapercibida, sea invisible y cumpla su función meramente informativa. Por el contrario existen otras formas de emitir mensajes en los que la tipografía, aporta una función expresiva y persuasiva. En este caso la presentación gráfica de las letras intentará llamar la atención y reforzar el significado de la palabra transmitiendo una idea.

10

11



En estos símbolos la tipografía se convierte en una imagen que el receptor reconocerá rápidamente asociada a la actividad de la empresa a la que representan. Ambos ejemplos incorporan a las letras un elemento gráfico reconocible y consiguen así mayor peso plástico y eficacia comunicacional. **Arriba.** Símbolo para la Editorial Nadal diseñado por JM Wiñasen. **Arriba derecha.** Logotipo de la Asociación de Bodegas Centenarias de la Rioja diseñado por Creaq.



Arriba. Esta doble página de la revista *Animal* diseñada por Sociedad Anónima muestra un uso normativo de la tipografía. Se han tenido en cuenta todos los parámetros que hacen

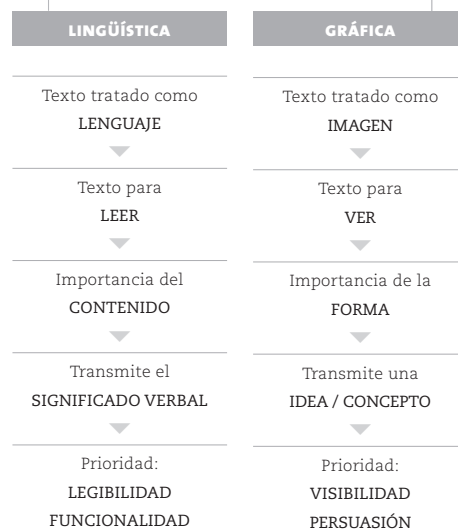
posible que un texto largo resulte agradable para una lectura atenta y prolongada como la que requiere este tipo de publicación.

Hemos sintetizado estas ideas a través de un esquema en el que se pueden apreciar, de manera más inmediata, las diferencias entre las dos funciones de la tipografía. Aunque la mayoría de las veces ambas funciones, lingüística y gráfica, no se pueden disociar, este esquema nos puede ayudar a distinguirlos con mayor claridad. Pero hay que tener en cuenta que en la mayoría de los casos tratados en este manual, ambas conviven simultáneamente en un mismo mensaje

Página siguiente. Esquema de las características más significativas de las funciones de la tipografía.

12

FUNCIONES DE LA TIPOGRAFÍA



13

El panorama gráfico actual ofrece un abanico muy amplio de maneras diferentes en las que las letras se comportan como imágenes. El vínculo que se establece con su significado lingüístico es diferente en cada diseño y será más o menos estrecho dependiendo del objetivo del proyecto.

Desde el caso más extremo en el que la letra funciona como imagen desvinculada de su función semántica, al polo opuesto en el que la letra es simplemente la representación del lenguaje verbal, la gama de posibilidades es infinita. Hemos realizado un esquema con la intención de comunicar esta idea de una manera más visual.

Página siguiente. En el extremo izquierdo (1) Xavier Banú utiliza los titulares de las cubiertas de una colección de libros como transmisores de su significado verbal al servicio de la funcionalidad. En el extremo opuesto (4) David Carson muestra las letras y los números como elementos gráficos, con una intención totalmente estética desvinculada de su función verbal.

Entre ambos extremos se sitúa un espectro amplísimo de probabilidades de niveles de fusión de ambas funciones. El grado de implicación de un respecto a la otra puede ser muy diferente.

Para ayudarnos en su identificación estableceremos, sólo a nivel orientativo, tres niveles de fusión, de los que mostramos como ejemplo tres imágenes en las que ambas funciones están fundidas en grados diferentes.

El primer ejemplo (3) muestra un folleto de una exposición de arte diseñado por Paco Bascuáñan. Los titulares tienen una excelente legibilidad a la vez que llaman poderosamente la atención.

Se ha utilizado para ello un gran contraste de tamaño respecto al texto corrido y se han diseccionado las palabras más allá del formato superior del papel. Todo ello enfatiza la información a la que se le está concediendo mayor importancia, y refuerza el significado del título de la exposición. Sin embargo prima su enfoque lingüístico, por lo que el grado de fusión entre ambas funciones podríamos calificarla de "baja", tomando como referente de "alta" a las imágenes que más se acercan a la utilización del texto como elemento exclusivamente plástico.

El segundo ejemplo muestra un logotipo (4) donde ambas funciones están implicadas en un porcentaje más igualitario. Se trata de un ejercicio tipográfico dirigido por Carlo Cattaneo. En este caso la palabra "ACQUA" se convierte en una imagen que aporta información a través de su expresión visual, sin perder el significado de la palabra a la que representa. Identificamos parte de las letras como

una especie de riachuelo que transmite así el dinamismo, la sinuosidad y la fluidez del agua. Situamos esta imagen en una fusión "media" en la que ambas funciones están empatadas o al menos, resulta difícil establecer el grado de protagonismo de cada una de ellas.

El tercer ejemplo posee el mayor grado de peso gráfico. Este cartel diseñado por Eric de Belousov es difícil de leer a primera vista (5). El tratamiento formal del texto está más cerca de transmitir la vivacidad de la música de Mozart, a la que representa, que de poner atención en cumplir su función informativa. La intención persuasiva supera con creces a la funcional. Sin embargo, en una segunda lectura más atenta, aunque incómoda, se consiguen leer todos los datos del cartel.

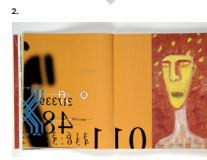
100% LINGÜÍSTICA

Texto tratado como LENGUAJE



100% GRÁFICA

Texto tratado como IMAGEN



NIVELES DE FUSIÓN

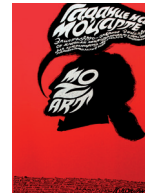
Fusión BAJA



Fusión MEDIA



Fusión ALTA



TANGV

Logotipo de Mario Eskenazi para un producto femenino. Una clara muestra de la fusión entre la forma visual y el significado de la palabra que se ve reforzado, en este caso, por una ingeniosa y sencilla manera de aludir al producto mediante la eliminación de los contraponentes de las «A».



En este cartel de teatro titulado *Secrets Artist Series*, Henderson, sin descuidar la función informativa del cartel, otorga a la tipografía un valor gráfico importante. Juega con su tamaño y la dispone a modo de textura sobre un «horizonte» medio escondiéndola para potenciar el concepto de «secretos».



Ibán Ramón funde perfectamente ambas funciones tipográficas en este expresivo cartel para la 7ª Bienal Martínez Guerricabentia. La textura, el juego de tamaños en las letras, los solapamientos, la arriesgada composición, los colores, todo está desprendiendo el dinamismo y la fuerza que merece el tema tratado.



Logotipo de un gimnasio femenino diseñado por Pere Moles con un peso gráfico indudable al convertir en imagen el propio nombre y relacionarlo con la actividad a la que representa. Un buen ejemplo de funciones fundidas. La tipografía se puede ver y leer al mismo tiempo.




Arriba izquierda. Paco Bascuáñan antepone el criterio de legibilidad en este cartel *Franchise to Spain*. Arriba derecha. La revista *Animal* diseñada por Sociedad Anónima muestra la funcionalidad y practicidad por encima de cualquier recurso retórico que obstaculice la lectura. Cumple así una función lingüística por encima de cualquier otro propósito.



Esta divertida bolsa muestra una utilización fundamentalmente gráfica de la tipografía que, a modo de caligrama, forma una silueta iconográfica reconocible formada por nombres de lugares del mundo que son productores de café.

LA TIPOGRAFÍA CREATIVA

letras para ser vistas



Tipografía de edición y tipografía creativa

Hay una gran diferencia entre la tipografía de edición y la tipografía creativa. La tipografía de edición se centra en la funcionalidad y la legibilidad, mientras que la tipografía creativa busca atraer la atención del lector a través de la creatividad y la innovación.

La tipografía creativa transmite las normas y centra su prioridad en potenciar visualmente la transmisión de valores y conceptos.



Tipografía creativa elabora mensajes con un gran peso estético y una clara función persuasiva.

En cambio, la tipografía creativa, transmite esos valores y se asegura de que el lector los perciba de manera clara y persuasiva. No debe olvidar la funcionalidad de la tipografía creativa, ya que su objetivo es atraer la atención del lector y transmitir un mensaje claro y persuasivo.

TIPOGRAFÍA DE EDICIÓN	TIPOGRAFÍA CREATIVA
Función • LINGÜÍSTICA	Función • PERSUASIVA
Prioridad • FUNCIONAL	Prioridad • GRÁFICA
Tono • LECTURA	Tono • IMAGIN
LEGIBILIDAD • Se lee	VISIBILIDAD • Se ve
El significado está en el contenido verbal	El significado está también en la representación visual
Respeto las normas	Rompe las normas

Aplicaciones • Textos cortos que priorizan el contenido: libros de ensayo, revistas, periódicos, guías, diccionarios, etc.

Aplicaciones • Textos cortos que priorizan la estética tipográfica, persuasiva, creativa, catálogos, folletos, revistas, etc.

Por qué textos cortos

En la tipografía creativa los dibujados y diseñados se proponen de crear combinaciones aplicadas a los textos cortos para atraer la atención del lector y transmitir un mensaje claro y persuasivo.

Tipografía creativa es aquella que sirve de algoritmo: recortar, diseñar para aportar valores más complejos a palabras que su mero significado lingüístico o verbal.



Retórica visual

La tipografía creativa utiliza la retórica visual para cumplir una función. La retórica visual es el uso de elementos visuales para atraer la atención del lector y transmitir un mensaje claro y persuasivo.

Las letras pueden ser utilizadas como elementos gráficos con un valor estético por sí mismos, potenciando una doble lectura, visual y verbal al mismo tiempo.



La retórica tipográfica potencia la función estética y persuasiva que tiene la letra para comunicar una idea.



La estética tipográfica potencia la función estética y persuasiva que tiene la letra para comunicar una idea.



La estética tipográfica potencia la función estética y persuasiva que tiene la letra para comunicar una idea.

PRÁCTICAS 01

Análisis de las funciones de la tipografía

Analizar imágenes para determinar cuál de las dos funciones, lingüística o gráfica, prevalece en la una sobre la otra y en qué grado, es un ejercicio muy interesante para trabajar en grupo puesto que ayuda a liberar imaginación y a argumentar qué es lo que ha llevado al diseñador a diseñar de esa manera.

Ejercicio nº1

Busca 3 imágenes de la misma que mensajes tipográficos. En la primera, la función de la tipografía será lingüística, creativa y gráfica.

Objetivos

- Desarrollar la observación y percepción de los mensajes lingüísticos y gráficos.
- Analizar la importancia de la tipografía en la comunicación visual.
- Mostrar la importancia de la tipografía en la comunicación visual.
- Analizar la importancia de la tipografía en la comunicación visual.

Premias

- El docente presentará un número considerable de imágenes seleccionadas de los tipos de tipografía analizada en clase.
- El alumno deberá analizar y argumentar qué es lo que ha llevado al diseñador a diseñar de esa manera.

Metodología

Trabajo en grupo.

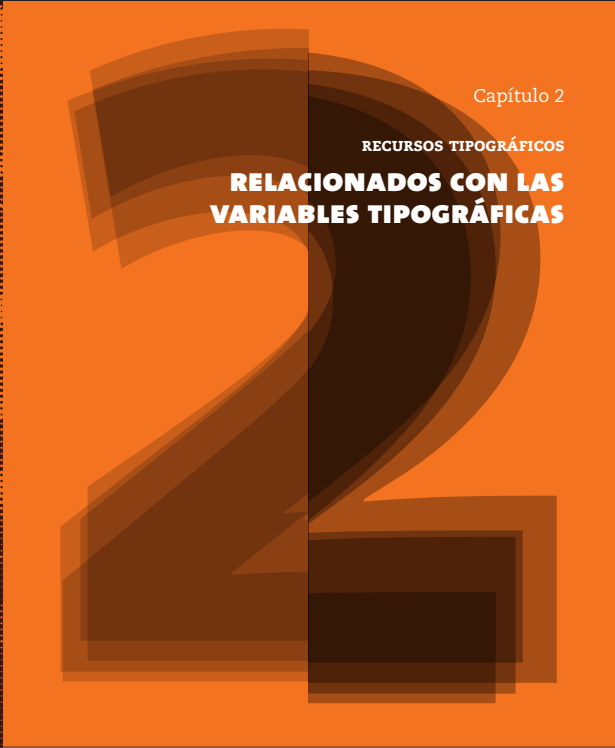
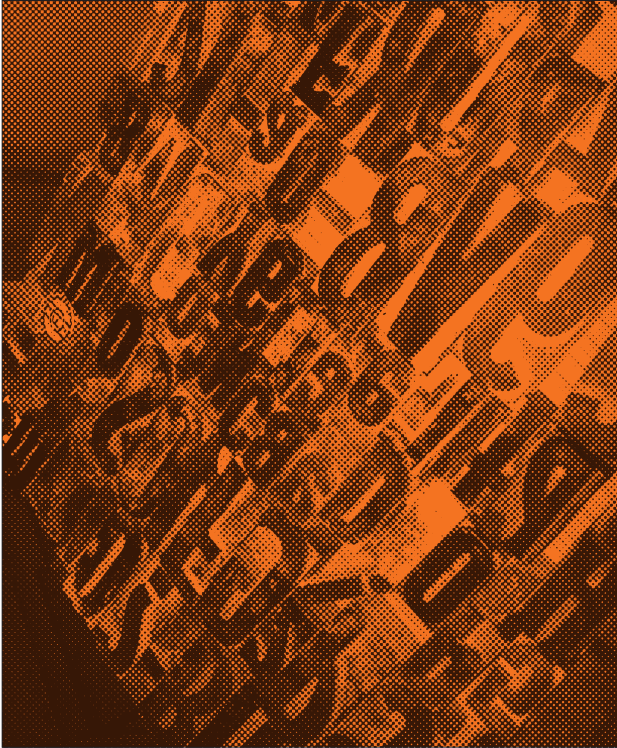


Ejercicio nº2

Diseña en un A4 los textos 3 veces. En la primera versión, deberás poner el texto gráfico, en la 2ª el texto lingüístico y en la 3ª el texto gráfico.

Metodología

Trabajo en grupo.



Capítulo 2

RECURSOS TIPOGRÁFICOS

RELACIONADOS CON LAS VARIABLES TIPOGRÁFICAS

LAS VARIABLES TIPOGRÁFICAS

Empezamos esta catalogación de recursos expresivos por aquellos que mantienen una relación con las variables tipográficas. No es objetivo de este manual desarrollarlos extensamente, sino definirlos brevemente para recordar los aspectos esenciales de cada una de ellas. Damos por hecho que es interesante conocer las normas si se pretende romperlas.

Breve recordatorio por la normalidad

Las variables tipográficas son aquellas variables a las que los tipos y diseñadores gráficos, de forma consciente, concuerdan en no cambiar. Abundan tanto las convenciones relacionadas con las familias tipográficas, en aspectos como letras, tamaños, pesos, estilos, como los relativos a los textos, los márgenes, los renglones, etc. Todas ellas están relacionadas entre sí, por lo que variar los parámetros de una supone estar que variar los parámetros de otra.

La lectura de estos textos, que son una muestra representativa por el carácter de publicación que hemos querido su publicación, y que supone estar adaptados a la legibilidad el propósito principal de esta página es conseguir una lectura placentera del texto y una correcta interpretación de su contenido.

La lectura de textos largos sigue unas pautas cuya prioridad es la legibilidad.

Ojo medio. Cuerpo

Ojo medio. Si disminuimos las líneas de un texto de un espacio, el ojo medio se reduce como el espacio comprendido entre la línea base y la línea de texto.

En una variable media es más importante el cuerpo puesto que, variando el mismo cuerpo, se observan diferencias notables entre una familia y otra. Además es la variable que más influencia tiene respecto a la legibilidad de la tipografía.

Cuerpo. El cuerpo y el ojo medio son conceptos diferentes que no se deben confundir. La misma familia de tipografía puede tener un cuerpo y un ojo medio diferentes. En un cuerpo de un tipo de letra, el tamaño de las letras se refiere al ser un término heredado de la tipografía analógica donde se utilizaba el término cuerpo de la tipografía analógica. En un medio más importante es el cuerpo, aunque en la práctica sea relevante a "cuerpo" como resultado del tamaño de la letra y su peso establecido en puntos.

Este ejemplo sirve

Este ejemplo sirve

Este ejemplo sirve

espaciado

espaciado

espaciado

Espacio entre palabras, letras y líneas

Espacio entre palabras

El espacio que separa las palabras entre sí. Debe tenerse presente que un signo que, aunque no se imprimen, cumple una función importante en la lectura.

El espacio que rodea a cada palabra, debe permitir al receptor identificar rápidamente y en su propio tipo de actividad. No debe hacerse demasiado grande, pero que no se pierda la unidad de grupo de palabras, evitando así el riesgo de que se pierda la unidad de grupo, se demorará el lector, porque creará confusión para reconocer las palabras, evitando así el riesgo de que se pierda la unidad de grupo, se demorará el lector, porque creará confusión para reconocer las formas de las palabras en su conjunto. Por ello se han establecido las siguientes recomendaciones.

Trabaja y respaldar entre líneas

El trabajo de la tipografía que afecta a la cantidad general de espacio entre las palabras, líneas o bloques de texto, se hace a través de la línea y la legibilidad. Si se desea, esto mismo se puede hacer, la legibilidad será controlada, y el espacio entre líneas, se asegura la legibilidad y la claridad de lectura.

AV AV	AW AW
Aw Aw	FA FA
Ta Ta	Te Te

Algunos ejemplos de espaciado.

Legibilidad

El espaciado entre palabras, líneas o bloques de texto, se hace a través de la línea y la legibilidad. Si se desea, esto mismo se puede hacer, la legibilidad será controlada, y el espacio entre líneas, se asegura la legibilidad y la claridad de lectura.

El espaciado entre palabras, letras y líneas

El espaciado entre palabras, líneas o bloques de texto, se hace a través de la línea y la legibilidad. Si se desea, esto mismo se puede hacer, la legibilidad será controlada, y el espacio entre líneas, se asegura la legibilidad y la claridad de lectura.

Minúsculas y mayúsculas

Las letras minúsculas poseen una rigidez de forma mucho mayor que las mayúsculas. Esto se debe a la estructura de sus líneas, que son más anchas y más cortas, lo que les confiere una mayor estabilidad y firmeza.

El diseño de las minúsculas y mayúsculas debe ser consistente y armonioso, evitando así el riesgo de que se pierda la unidad de grupo de palabras, líneas o bloques de texto, se demorará el lector, porque creará confusión para reconocer las formas de las palabras en su conjunto.

El libro de un

El diseño de las minúsculas y mayúsculas debe ser consistente y armonioso, evitando así el riesgo de que se pierda la unidad de grupo de palabras, líneas o bloques de texto, se demorará el lector, porque creará confusión para reconocer las formas de las palabras en su conjunto.

Clasificación de familias tipográficas

Las familias de tipografía se clasifican en un conjunto de signos alfabéticos y en otros que se utilizan para fines especiales como los números y los símbolos matemáticos.

El diseño de las minúsculas y mayúsculas debe ser consistente y armonioso, evitando así el riesgo de que se pierda la unidad de grupo de palabras, líneas o bloques de texto, se demorará el lector, porque creará confusión para reconocer las formas de las palabras en su conjunto.

ROMANAS

Minúsculas inclinadas de tras quebrado (italic)

Minúsculas ligeramente desproporcionadas

Minúsculas inclinadas de tras redondeadas

Minúsculas inclinadas y de tras redondeadas con una ligera base y fin gruesos.

Minúsculas inclinadas y de tras redondeadas con una ligera base y fin gruesos.

Minúsculas inclinadas y de tras redondeadas con una ligera base y fin gruesos.

Beombo

Sabon

Century Old Style

Bodoni

Linoletter

Clarendon

Rockwell

Lubalin

Algunos ejemplos de familias tipográficas.



COPPERPLATE GOTHIC

Cantoria
Serif Gothic
Optima
Formata

DE PAJO SECO

- Acentuación de mayúsculas.
- Acentuación de minúsculas.
- Clasificación de caracteres.
- Clasificación de caracteres.
- Clasificación de caracteres.

Condiciones

- Acentuación de mayúsculas.
- Acentuación de minúsculas.

Condiciones

- Acentuación de mayúsculas.
- Acentuación de minúsculas.

Gill Sans

Antique Olive

Helvetica

Frutiger

Avant Garde

Algunos ejemplos de la familia Gill Sans

— Gill Sans 2.1
— Gill Sans 2.2
— Gill Sans 2.3

DE ESCRITURA

- Clasificación de caracteres.
- Clasificación de caracteres.
- Clasificación de caracteres.

Condiciones

- Clasificación de caracteres.
- Clasificación de caracteres.

DE DISEÑO Y ORNAMENTALES

- Clasificación de caracteres.
- Clasificación de caracteres.
- Clasificación de caracteres.

Snell Roundhand

MonoLine Script

Present

Arab Stroke

Algunos ejemplos de la familia Snell Roundhand

— Snell Roundhand 2.1
— Snell Roundhand 2.2
— Snell Roundhand 2.3

Estilos

Clasificación de caracteres.

Condiciones

Clasificación de caracteres.

MATTHEW CARTER

MATTHEW CARTER

Verdades

Clasificación de caracteres.

Cursiva

Cursiva

Algunos ejemplos de la familia Matthew Carter

— Matthew Carter 2.1
— Matthew Carter 2.2
— Matthew Carter 2.3

COMBINACIÓN DE CUERPOS

sin cambiar de familia

COMBINACIÓN DE CUERPOS

sin cambiar de familia

COMBINACIÓN DE CUERPOS

sin cambiar de familia

COMBINACIÓN DE CUERPOS

sin cambiar de familia

La escuela es relativa, pero que exista algo grande ha de haber algo pequeño y al revés.

INFORMACIÓN

MES CITAT

LEGUMINOR

SCREAM

SCOPE

COMBINACIÓN DE CUERPOS

sin cambiar de familia

COMBINACIÓN DE CUERPOS

sin cambiar de familia

COMBINACIÓN DE MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

sin cambiar de familia

COMBINACIÓN DE MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

sin cambiar de familia

COMBINACIÓN DE MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

sin cambiar de familia

COMBINACIÓN DE MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

sin cambiar de familia

COMBINACIÓN DE ESTILOS

dentro de la misma familia

COMBINACIÓN DE ESTILOS

dentro de la misma familia

COMBINACIÓN DE ESTILOS

dentro de la misma familia

COMBINACIÓN DE ESTILOS

dentro de la misma familia

COMBINACIÓN DE ESTILOS

dentro de la misma familia

COMBINACIÓN DE ESTILOS

dentro de la misma familia

COMBINACIÓN DE ESTILOS

dentro de la misma familia

COMBINACIÓN DE ESTILOS

dentro de la misma familia



COMBINACIÓN DE FAMILIAS TIPOGRÁFICAS

El mestizaje de las letras

Muchas familias tipográficas se comunican sensaciones diferentes. Por lo que al escoger una familia, se debe a la palabra la una segunda significación extra.

Cada familia tipográfica, por tener sus propias características formales, implica una forma de representar, diferenciar y crear una personalidad propia. Las familias tipográficas, por ejemplo, comunican seriedad, elegancia, espontaneidad en sus formas, o la calidez que sugiere negritas y cursivas. En contextos creativos, también, comunican con las palabras que son flexibles y respetuosas. En el mundo, comunicación de significados e intencionalidad, comunican con las palabras que son flexibles y respetuosas. En el mundo, comunicación de significados e intencionalidad, comunican con las palabras que son flexibles y respetuosas.

El uso de las tipografías de la familia de la palabra, se debe a la palabra la una segunda significación extra.

TAPAS, 24

El uso de dos tipos de letra con características formales diferentes, pueden indicar dos puntos de vista opuestos.

3 de Mayo

IBER Pasión

FILM

Martelco Quartet

LEONARDO PINO

TEMA TOMAQUET








ALTERACIÓN DE LOS ESPACIOS

el ritmo de los intervalos




frontieradiigent

MEGASPORT

AQUA

Tracking - Kening

Alterar el espacio entre las letras es una herramienta de diseño tipográfico. Las letras pueden ser más o menos juntas, más o menos separadas. Cuando una tipografía se altera, se crea un ritmo de intervalos que puede ser más o menos regular. Esto puede ser utilizado para crear un ritmo de intervalos que puede ser más o menos regular. Esto puede ser utilizado para crear un ritmo de intervalos que puede ser más o menos regular.

Jain Banks

Jain Banks

DurLand

Interlinea

El uso de la interlinea es una herramienta de diseño tipográfico. La interlinea es el espacio entre las líneas de texto. Cuando se altera la interlinea, se crea un ritmo de intervalos que puede ser más o menos regular. Esto puede ser utilizado para crear un ritmo de intervalos que puede ser más o menos regular.







PRÁCTICAS 02

Experimentar diferentes con una misma palabra

La siguiente metodología es aplicable a todos los recursos tipográficos expuestos en este manual, por este motivo no la repetiremos en cada uno de ellos. Sin embargo, en algunos apartados, se proponen prácticas diferentes.

Objetivos

- Estimular la creatividad y abrir nuevos caminos de experimentación para la creación de mensajes escritos.
- Ayudar a crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos de un proyecto gráfico.
- Desarrollar la capacidad de observación y percepción de los mensajes que nos rodean y potenciar el análisis crítico hacia los mismos.

Metodología ejercicios

Las sesiones se organizarán de la siguiente manera:


- Muestra por parte del profesor/a de ejemplos variados sobre dos o tres recursos tipográficos.
- Análisis y debate.
- Puesta en práctica del recurso por parte del alumnado.
- Exposición de las propuestas sobre la pared. Análisis y sugerencias de mejora.

Se sugiere colgar los trabajos en la pared porque es muchísimo más eficaz corregir "in situ" con rotulador, tijeras, etc. para que se aprecien las mejoras de manera inmediata.

Premisas

- 2ª entrega con las correcciones realizadas.
- Nueva muestra sobre la pared de los ejercicios para su puesta en común y debate. Sugerencias de mejora.
- Se dejará transcurrir algún día entre las entregas.
- Última entrega.

Cada estudiante experimentará cada uno de los recursos tipográficos trabajando con una única palabra.



ATENCIÓN. Experimentar con una única palabra da la oportunidad al estudiante de constatar por sí mismo la gran variedad de significados que puede adquirir una misma palabra dependiendo de la forma en que haya sido representada.

- La propuesta de estos ejercicios no es utilizar la letra de forma abstracta sin relación con su función lingüística y empleada sólo como estructura artística. Ha de prevalecer la **legibilidad** y el reconocimiento de los signos tipográficos, pues consideramos que es un requisito imprescindible en la mayoría de proyectos reales de diseño. La letra actuará de esta manera como transmisora de ideas sin perder su capacidad para ser leída.



IMPORTANTE. Manteniendo la legibilidad se le sacará provecho a la doble capacidad comunicativa de la tipografía que le permite actuar en un espacio de intersección entre el código lingüístico y el código visual.

- Se trabajará siempre en **blanco y negro** o escala de grises. El color impide atender a lo esencial de una composición tipográfica en sus fases preliminares y distrae la atención del practicante novel.
- Los ejercicios se entregarán impresos sobre **papel A4** horizontal, utilizando una hoja diferente para cada propuesta y abarcando lo máximo posible el formato. De esta manera se podrán colgar en clase y ser visibles para el debate grupal.

Sugerencias

Lo aconsejable es que el estudiante intente realizar cada recurso por separado y sólo al final se le dé la libertad de mezclar varios recursos a su antojo. Esta condición le obligará a pensar más y le entrenará para la vida profesional.

Es aconsejable desarrollar los ejercicios del libro a modo de laboratorio para experimentar no sólo desde una búsqueda estética sino también conceptual pues la tipografía es una herramienta de construcción creativa y también forma parte de un proceso intelectual. Para ello, en los debates grupales, se intentará estimular al alumnado a propiciar interpretaciones de los significados de las palabras, de forma que los resultados de los ejercicios no sean una mera anécdota gráfica, sino que aporten profundidad y significancia.



ATENCIÓN. Con estos ejercicios no se busca el acabado final de una marca o titular, sino abrir caminos posibles y estimular la creatividad. La intuición y el azar se pueden convertir también en herramientas para encontrar soluciones, pero es interesante pararse a encontrar el significado que hay detrás de cada hallazgo.



Trabajos realizados en el aula por estudiantes de 2º Curso de E.S de Diseño Gráfico, 2011-12, en la EASD de Castellón.
Asignatura: Tipografía Creativa. Profesora: Chus Martínez.



EL ESQUELETO DE LAS LETRAS

Cada signo de escritura tiene una forma adhiriéndose que es su esqueleto básico y es el concepto visual que hace que una letra se reconozca como tal entre todas las demás.

Anatomía del tipo

Para poder trabajar con letras es imprescindible conocer su morfología. Todas las letras tienen un esqueleto básico que las hace reconocibles cualquiera que sea la fuente tipográfica con que son representadas. En los siguientes tipos veremos algunos de los elementos que forman el esqueleto de una letra.

Conocer el proceso de lectura requiere del lector una serie de movimientos espaciales. Una parte importante de la información recibida es el proceso de lectura que se realiza a través de los movimientos espaciales. Una parte importante de la información recibida es el proceso de lectura que se realiza a través de los movimientos espaciales. Una parte importante de la información recibida es el proceso de lectura que se realiza a través de los movimientos espaciales.

► El esqueleto básico de las letras es la base de su identidad.

Partes y elementos de los caracteres

Los caracteres tienen algunas particularidades morfológicas y estas características se ven reflejadas en sus diferentes tipos y estructuras variables.

Elementos que forman el esqueleto de las letras

- **Alta:** Base o elemento base que define la estructura básica de la letra.
- **Ascendente:** parte de las letras de caja baja que sobresale por arriba del nivel de la línea.
- **Descendente:** parte de las letras de caja baja que sobresale por debajo del nivel de la línea.
- **Base:** trazo horizontal o diagonal que surge de un trazo vertical.

Algunas letras tienen un elemento que sobresale por encima de la línea de la caja alta, como es el caso de las letras 'h' y 'k'.

Algunas letras tienen un elemento que sobresale por debajo de la línea de la caja baja, como es el caso de las letras 'g' y 'y'.

A p b l m

1 2 3 4 5

- **Fila y pegü:** línea horizontal entre vertical, diagonal o curva del carácter.
- **Caja o estructura:** línea horizontal que marca por algún punto el trazo principal.
- **Base o base:** trazo horizontal.
- **Alta:** parte de las letras de caja alta que sobresale por encima del nivel de la línea.
- **Descendente:** parte de las letras de caja baja que sobresale por debajo del nivel de la línea.
- **Base:** trazo horizontal o diagonal que surge de un trazo vertical.

h e f r

6 7 8 9

Elementos especiales

Los caracteres pueden tener particularidades en todos aquellos que, en algunos casos, sobresalen del carácter por la forma que toman. Si particularidades de ellas, algunas veces se refieren a la línea. Entre las particularidades que sobresalen cabe destacar:

- **Alta:** parte de las letras de caja alta que sobresale por encima del nivel de la línea.
- **Descendente:** parte de las letras de caja baja que sobresale por debajo del nivel de la línea.
- **Base:** trazo horizontal o diagonal que surge de un trazo vertical.
- **Alta:** parte de las letras de caja alta que sobresale por encima del nivel de la línea.
- **Descendente:** parte de las letras de caja baja que sobresale por debajo del nivel de la línea.
- **Base:** trazo horizontal o diagonal que surge de un trazo vertical.

RESPECTANDO LA ESTRUCTURA DE LAS LETRAS

Los recursos tipográficos que presentamos a continuación respetan el esqueleto básico de las letras, sin embargo, intervienen en ellas y los átomos de cualidades plásticas que potencian sus valores simbólicos, comunicativos, persuasivos y estéticos.

Círcos

Los genes expresivos demuestran la estabilidad y equilibrio según la psicología de la percepción en un momento de la historia. Solo, luego todo mensaje que se adapte de ella creará una seguridad y un flujo de atención. Todo el resto de los rasgos plásticos de una letra buena, desde la interpretación de la letra. A medida que la intención se vincula de la letra y el cuerpo, aumentan los factores dinámicos y el impacto emocional.

El diseño cultural está marcado para mostrar cómo se incrementa la presencia del que proyectamos en cualidades morfológicas.

Cuanto más equivo es un ángulo, mayor tensión visual transmite la imagen.

Arquitecturas tipográficas

Las arquitecturas tipográficas son agrupamientos de letras a modo de construcción que dan a la palabra de una dimensión gráfica mayor que su significado fonético. Para lograr a cabo estas agrupaciones de caracteres tipográficos se debe tener en cuenta que la relación entre los elementos es coherente y cohesiva y se fundamenta en valores.

En estos momentos se ven a menudo en el mundo de la comunicación tipográfica un uso excesivo de las arquitecturas tipográficas que se reducen a un simple juego de formas y colores, perdiendo así el carácter comunicativo que debería tener.

Arquitecturas tipográficas que se reducen a un simple juego de formas y colores, perdiendo así el carácter comunicativo que debería tener.

Superelecciones

Superelecciones son palabras o frases con cualidades técnicas a las que se les da un mismo tiempo que un complejo rango de información visual que los que utilizan con profusión de un que proyecta lo que se quiere. El uso excesivo de estas arquitecturas tipográficas expone a la pérdida de la legibilidad del texto a través de la complejidad.

Transparencias

Las transparencias son una técnica de superposición en la que se agrupan las formas que se proyectan en las superposiciones para lograr una nueva dimensión.

Los tipos que proyectan esta técnica producen imágenes superpuestas y conceptos como fuerza, energía, radiación, etc.

PRÁCTICA 03 [1]

Círcos, volúmenes, arquitecturas, transparencias, texturas.

Se aplica la misma metodología explicada en el capítulo dos.

Texturas no icónicas

La combinación de caracteres, palabras o frases da lugar a texturas de gran riqueza visual. En primer lugar, para tener un resultado de calidad, es vital que el grupo visual de caracteres sea legible, reconocible y por sí mismo, que se configure una estructura visual que al mirar de a distancia, proyecte el significado de la letra con una finalidad comunicativa estética y conceptual. Dentro de estas posibilidades de texturas se encuentran:

Una forma de carácter texturas es a través del ritmo y la repetición. En términos de diseño tipográfico, la repetición es un recurso que se utiliza para crear un ritmo que se repite, por un mismo ritmo, desde una letra a la siguiente.

Se debe tener en cuenta que la repetición es un recurso que puede resultar interesante si se hace que el lector pueda sentirse.

ALTERANDO LA ESTRUCTURA DE LAS LETRAS

Las variaciones que se pueden establecer en la estructura de los caracteres están determinadas por todos aquellos factores que afectan a su esqueleto básico, estos son: cambio en la angulación del eje, variación de la anchura o altura del carácter y segmentación o manipulación de cualquiera de sus partes.

Cortes y fragmentaciones

Los cortes y fragmentaciones de las letras pueden aparecer en los diseños de diversa manera:

- Se aprovecha el espacio del formato para "vacuarse" parte del carácter o las palabras.
- En estas situaciones el mensaje siempre se ve que queda claro y no se pierde de ninguna manera la información que lleva el mensaje de la comunicación.
- Una técnica es utilizar el mensaje en diseño vertical, en palabras cortadas desde la tipografía continua fuera de la página. En un momento que resulta muy útil para indicar la existencia de que hay más de lo que se ve.
- Se hacen cortes, diagonales, horizontales y verticales en las palabras para hacer un diseño atractivo que proyecte el contenido de una palabra con mayor efectividad.

El tipo cuando fragmentado puede transmitir la idea de fragmentación, de desestructuración, de ausencia, de violencia, puede generar ideas y otros muchos valores.

Los cortes aprovechan la capacidad del cerebro humano para completar las formas parciales.

Distorsiones y filtros digitales

La distorsión de las letras digitales es un mensaje que se transmite en una imagen digital. Las letras y las palabras se transforman en imágenes digitales para expresar los mensajes y transmitirlos a los ojos.

Hay en día los progresos tecnológicos ofrecen una enorme gama de herramientas que facilitan la distorsión y el manipulado de las tipografías, como: rotación, reflexión, combado o espejado. El mensaje importante es que estas posibilidades se queden en una línea estética gráfica que puede ser con claridad comunicativa como texto de legibilidad.

Las letras se distorsionan con efectos, para ser manipulado de manera que se mantenga el diseño original de la tipografía. Se utilizan, generalmente, un efecto, pero algunas veces se combinan varios efectos.

Hay que tener en cuenta que la distorsión de las letras puede ser un recurso que se utiliza para crear un efecto visual que proyecte el contenido de una palabra con mayor efectividad.

PRÁCTICA 03 [2]

Cortes, fragmentaciones, distorsiones, filtros digitales, ligaduras.

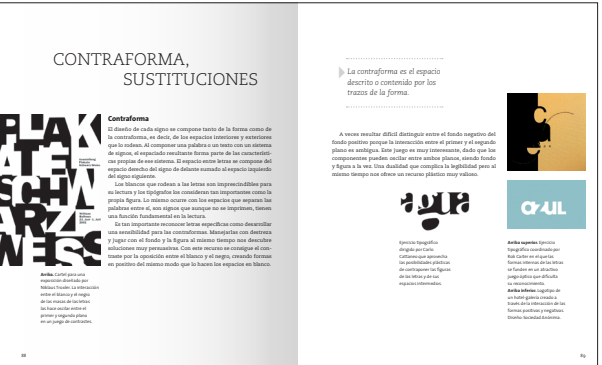
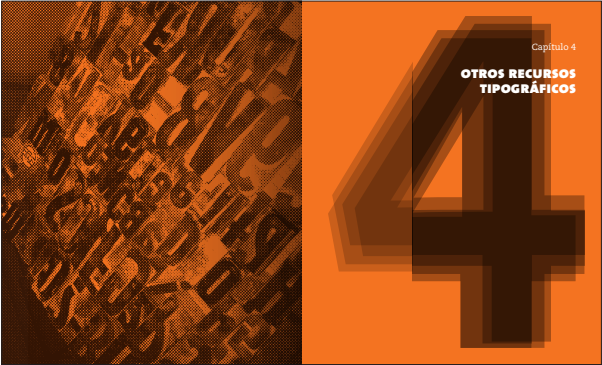
Se aplica la misma metodología explicada en el capítulo dos.

Personalización y redujido

Las ligaduras son ligaduras que se utilizan para unir dos o más caracteres independientes para formar una unidad. Es de vital importancia tener en cuenta que las ligaduras se utilizan para unir dos o más caracteres independientes para formar una unidad. Es de vital importancia tener en cuenta que las ligaduras se utilizan para unir dos o más caracteres independientes para formar una unidad.

Ligaduras

Las ligaduras son ligaduras que se utilizan para unir dos o más caracteres independientes para formar una unidad. Es de vital importancia tener en cuenta que las ligaduras se utilizan para unir dos o más caracteres independientes para formar una unidad.



Sustituciones

Las sustituciones normalmente se basan en la redundancia, es decir, se suprime una palabra y se sustituye por una imagen cuyo significado visual repite el sentido propio de la palabra.

A veces la redundancia no es tan evidente y se emplean las sustituciones a través de metáforas, paradojas u otras figuras retóricas. Cuando esto ocurre, la interpretación no es directa sino que requiere de un esfuerzo por parte del receptor para completar el significado simbólico, tal como ocurre en la poesía visual.

Arriba. En esta cubierta de libro se ha sustituido la inicial «A» del nombre de una persona por una foto del propio personaje. A pesar de tener una ligera semejanza formal con la letra, se consigue no perder la legibilidad y darle una pincelada de humor. Diseño: Impreso Estudio.

Arriba. Divertida sustitución realizada en este logotipo de David Alegre para un restaurante. Las «-os» se convierten en huevos además de aportar un guiño onomatopéyico al cacareo de las gallinas. Izquierda. En esta imagen se ha sustituido la «k» por una figura acrobática. Por un lado se ha buscado una semejanza con la silueta de la letra y por otro una alusión directa a la actividad representada. Diseño: Villuelas & Gómez Disseny.

PRÁCTICA 04 [1]

Contraforma y sustituciones.

Se aplica la misma metodología explicada en el capítulo dos.

PLAY

P MA Y

golku

RESU

PUSA

MUSCA

gái

gáite

GO*OKU

PLAj

Makoki

bre#a

Trabajos realizados en el aula por estudiantes de 2º Curso de E5 de Diseño Gráfico, 2011-12, en la EASD de Castellón. Asignatura: Tipografía Creativa. Profesora: Chus Martínez.

LA LETRA COMO IMAGEN ICÓNICA



En este cartel del festival musical Pirineos Sur, el diseñador Isidro Ferrer utiliza la tipografía a modo de puzzle para construir la figura del camello, símbolo del evento. Una representación gráfica esquemática en la que las letras se convierten en ilustración para comunicar la diversidad y multiplicidad de orígenes de la música ofrecida.

Leer y ver a la vez

Desde que futuristas (1914) y dadaístas (1923) emanciparan a la letra de su función meramente lingüística, la utilización de signos de escritura para generar imágenes y nuevos significados ha cumplido casi un siglo.

El panorama gráfico actual muestra muchas maneras en las que letras y signos de escritura se comportan como imágenes icónicas, entendiendo éstas como representaciones gráficas que mantienen una relación de semejanza con un objeto, persona o cosa, y que somos capaces de identificar.

Cuando texto e imagen son la misma cosa se genera una sorpresa, una especie de asombro semántico, pues sumamos a lo que dicen las letras el poder evocativo de la parte gráfica, generando una comunicación mucho más potente. Además, esta simbiosis, arranca al espectador de su papel pasivo y lo hace cómplice en la lectura de la imagen.

▶ Cuando texto e imagen se funden se genera una sorpresa, una especie de asombro semántico.



Dos ejemplos de símbolos tipográficos en los que la inicial del nombre se utiliza para diseñar la imagen. Una manera de decir dos cosas a la vez que ayuda a identificar en un sólo golpe de vista la actividad empresarial simbolizada.
Arriba. Obra de Nacho Soriano que muestra la idea de globalidad de la editorial La esfera de libros.



La letra utilizada como grafía icónica para el diseño de marcas es muy habitual. Visualmente se establece una relación de semejanza entre la forma de la letra y una imagen vinculada a la actividad de la empresa o a las características más destacadas de la misma.
Arriba. Tarugo, jamón de bellota. Diseño: Lo Siento.
Izquierda arriba. Anayet, restaurante de alta montaña. Diseño: Estudio Versus.
Izquierda abajo. Amador Toril, fotógrafo. Diseño: Manuel Estrada.



Arriba. En este caso se muestra la inicial «A» de una tienda de sillas llamada Anifora, a la que se le ha sustraído una parte para que represente el producto.
Diseño: Miquel Amela.



Muchos logotipos se identifican como imágenes funcionando como tipogramas, es decir, se valen de la tipografía como un modo visual de transmitir una idea, una vez conocidos, son fácilmente reconocibles.

A menudo el diseño personifica atributos o características particulares de la empresa o producto.
Arriba superior. Montañas de Aragón. Diseño: Graell Graphix.
Arriba inferior. Energy BBD0. Diseño: Vik.

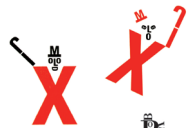


Este recurso puede ser un vehículo para incorporar el humor y el ingenio, como se aprecia en este símbolo de la librería La Másca, diseñado por Marisa Gallén.



Arriba. Este libro para niños de 1925 fue el primero en construir personajes a partir de letras, pertenece al movimiento dadaísta y sus innovadores autores fueron Kurt Schwitters, Käte Steinitz y Theo van Doesburg.

En las ilustraciones se utilizan las letras como personajes personificados por primera vez en la historia. Después de ellos se ha trazado todo un itinerario de reinterpretaciones.



Izquierda. En estas etiquetas de la cerveza BRU, se han utilizado letras para representar animales, una manera original e ingeniosa de llamar la atención del cliente de un modo simpático y lúdico.

Arriba. Otros diseñadores gráficos como Paco Bascuñán han puesto en práctica este divertido juego de personificar letras para convertirlas en animales y otros personajes, como podemos ver en los cuatro ejemplos superiores.



▶ A partir de letras podemos construir cualquier cosa que nos propongamos.



Izquierda. Leonardo Sornoli crea un cartel de gran impacto visual personificando una letra a través de la fusión de una fotografía de un rostro sumamente expresivo y de la «d» minúscula.



Izquierda. Cartel en el que se simboliza a un grupo de ilustradores a través de diversas letras «i». El diseñador Iban Ramon aprovecha la semejanza formal de dos elementos y crea así un valor añadido a la imagen. De esta manera refuerza visualmente la idea de encuentro.



Arriba. Al utilizar letras para construir otra cosa se puede poner la intención en que no se pierda el reconocimiento de los signos de escritura, como hemos visto en

los ejemplos de la página anterior, o bien todo lo contrario. Es decir, utilizar la tipografía como mera herramienta de dibujo, así se observa en los dos pictogramas de escarabajos para el museo Milano, obra del Studio FAK, en los que la forma de las figuras prevalece sobre el reconocimiento de los caracteres.



Izquierda. En este caso, Atelier Works, realiza un retrato tipográfico en el que distinguimos los caracteres tipográficos pero el reconocimiento del rostro resulta más abstracto y difícil.



Crear texturas con foto es otra estrategia para expresar con mayor facilidad el contenido de una comunicación. Al texto se le puede dar forma o hacer que envuelva imágenes, espacios definidos o siluetas, así como inducirlos a que formen una imagen por sí mismos que podemos ver y leer a la vez. Es el caso de este cartel diseñado por The Whole Package, en el que el texto forma las raíces de la planta de una manera tan orgánica como lo es el propio mensaje que alienta a la reforestación urbana.

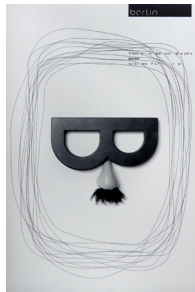


Izquierda. Cartel diseñado por Henderson en el que los textos construyen una bufanda siendo tan importante el contenido como la forma a la hora de expresar el significado. Una manera de disponer el texto muy emparentada con los caligramas de Apollinaire (1918). El texto se une con el diseño y la imagen al mismo tiempo en una expresión directa del contenido.



Izquierda. Cartel sobre una exposición de libros de Reza Abedini en el que la tipografía se coloca dentro del espacio definido de la silueta, siendo texto y figura a la vez. De esta manera potencia el valor que las palabras tienen en nuestro interior a través de los libros.

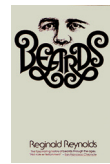
Las letras también pueden representar cosas, cosas que vemos y que leemos a la vez, sorprendiéndonos con un significado más rico.



La «B» girada se convierte en las gafas de Bertolt Brecht en este cartel homenaje al dramaturgo y poeta diseñado por Isidro Ferrer, de esta manera crea una construcción caricaturesca del personaje aportando una visión personal sobre el mismo.



Carlos Alberto Salvador Cárdenas transforma la «e» y la «c» en ruedas de bicicleta portadoras de cultura literaria.



Esta cubierta de libro utiliza el título, compuesto por rúbricas caligráficas, para componer la barba del rostro. El diseñador Allan Peckolick trabaja la forma y el significado a la vez, y a pesar del estilo decorativo, no impide que el texto sea legible.



Los signos ortográficos se pueden emplear como elementos significantes de gran impacto, como muestra Miquel Jaso en este ejemplo en el que el signo interrogante puede sugerir duda, reflexión o conjetura.

PRÁCTICA 04 [2]

Utilización de caracteres para diseñar imágenes —manteniendo el reconocimiento de los signos tipográficos—

Utilizar los signos de escritura para diseñar figuras reconocibles es divertido y didáctico al mismo tiempo. La obligada observación hacia la forma de los tipos que requiere este ejercicio, enseña de manera sorprendente anatomía tipográfica.

Objetivos

- Conocer la forma de las letras y los múltiples signos de escritura que tenemos a nuestra disposición.
- Estimular la experimentación y creatividad para utilizar la tipografía como imagen.
- Acentuar el ingenio para relacionar formas que permitan construir imágenes iconográficas.

Ejercicio nº 1

A partir de fotografías construye imágenes reconocibles utilizando exclusivamente signos de escritura. El reto consiste en que sean identificables y claras.



IMPORTANTE. No utilizar tipografías de escritura manuales, con ellas es mucho más fácil que se pierda la estructura de las letras y el resultado final se parecerá más a un dibujo a plumilla o pincel perdiéndose la intención del ejercicio. También es necesario ser prudente con las caligráficas por la misma razón.

Metodología

Se coigarán en el aula las propuestas de los y las estudiantes y a través de diferentes correcciones se les conduciéndoles a la simplificación de la imagen.

Se eliminarán todos los elementos superfluos que no aporten información hasta obtener un resultado de síntesis óptimo.

El número de entregas de los ejercicios variará en función del tiempo disponible y de la evolución de las propuestas.

Inferior. Algunos ejemplos de personajes famosos realizados por estudiantes de diseño gráfico en la Escola d'Art i Superior de Disseny de Castelló. Cursos de 2009 a 2011. Asignatura: Tipografía. Profesora: Chus Martínez.



Hitler



Azaña



Gandhi



Picasso



Chaplin



Punset



Woody Allen



Dalí



Frida Kahlo



Einstein



Quevedo



IMPORTANTE: La dualidad que se establece a la hora de leer imágenes en las que reconocemos a la vez los signos de escritura y el resultado en su conjunto, les confiere un juego visual mucho más interesante que cuando perdemos dicha dualidad. Las asociaciones que se establecen al descifrar ambos códigos, lingüístico y visual al mismo tiempo, posibilitan un mayor grado de sorpresa.

Errores frecuentes

Para la realización de este ejercicio funcionan muy bien las propuestas de intentar construir objetos o animales, también los autorretratos y retratos de compañeros suelen tener mucho éxito como se aprecia en los ejemplos mostrados a continuación realizados por alumnos y alumnas de la EASD de Castellón.

Recurrir al diseño de imágenes mediante la repetición de signos tipográficos como los paréntesis suele dar como resultado figuras muy cercanas a un dibujo vectorial donde se pierde la identidad de los signos.

Aunque las imágenes puedan ser interesantes a nivel gráfico, se perdería el objetivo. Será tarea del docente ayudar a mantener el propósito del ejercicio a través de la puesta en común en el aula.

También es muy habitual que no se equilibren los grosores de los signos al escalarlos, por lo que es importante poner atención en compensar los pesos.



PRÁCTICA 04 [3]

Realización de emoticonos creativos

Los emoticonos son combinaciones de caracteres tipográficos utilizados para representar emociones y estados de ánimo en las comunicaciones electrónicas como correo electrónico, el chat o los mensajes de texto. Son utilizados como abreviaturas emotivas, pues consiguen imitar las expresiones faciales que expresan nuestros sentimientos sin necesidad de utilizar palabras.

► Ejercicio nº 2

Inventa varios emoticonos originales.

Es condición indispensable que se generen a través de un teclado, ya sea ordenador, teléfono móvil, iPad, etc.

Cuando los giros 90° a la derecha se debe entender el sentido de la imagen sin necesidad de modificar la posición de los signos. A partir de ahí puedes cambiar de tipografía si consideras que este cambio aporta expresividad.

Puedes basarte en oficios, estados de ánimo, personajes conocidos, imperativos, etc.

Metodología

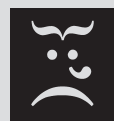
Se expondrán los trabajos en clase y se establecerá un debate grupal para recoger las sugerencias de mejora.



ATENCIÓN. En este ejercicio nos alejamos de los repertorios habituales que son los que todo el mundo reconoce y proponemos nuevas posibilidades que tienen que ser descifradas acompañadas por un título revelador que funcionará como muestra de ingenio y de humor.



INTERESANTE. Al conseguir resultados con un grado de síntesis muy alto por la propia naturaleza de los signos, este ejercicio resulta muy útil en la educación visual que es necesaria para diseñar pictogramas y símbolos gráficos.



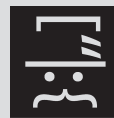
}:(Cornudo



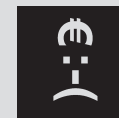
(+:) Soy enfermera



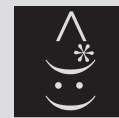
+:-) Habemus Papam



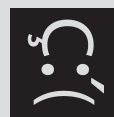
[":|:} Soy todo un caballero



€:-) ¡Chichonazo!



<^*) Soy de cumpleaños



¢:¡) Sólo me queda un pelo



d:} Soy doctor



_D-) Soy submarinista

LA LETRA HECHA A MANO

garabata, gesta, rayajo, recorte, dibujo, etc.



Trabajar con las manos

El mundo actual es un mundo de tecnología donde nuestra cultura y los conocimientos constantemente por nosotros y dispositivos móviles, resulta especialmente sorprendente ante la dimensión de la pantalla e interactividad en técnicas manuales para producir desde una simple línea o trazo que se va guardando como si fuera de una máquina. Así es un proceso manual el resultado de la tipografía, las artes e imprentas en un momento que cuando se creaban una tipografía se utilizaba la tecnología tipográfica. Cada trazo dibujado a mano es un trabajo físico en el proceso con características absolutamente personales. Las técnicas manuales combinadas con las digitales resultan muy eficaces para generar textos personales e únicos.

En una época de tanta tecnología a que estamos acostumbrados a tener cosas que se pueden hacer en la tecnología de manera sencilla y rápida, la idea de producir algo a mano resulta como un desafío, podemos utilizar el garbato, el gesto, el trazo, para hacer cosas que, en un momento, se hacen de manera automática. Como trazo tangible obtiene todo los rasgos manuales, consistentemente adquiere algunos de ellos.

NICE BEST

Caligrafía de la época digitalizada por el mundo digital, pero que sigue siendo una escritura manual que se va guardando como si fuera de una máquina.

La escritura manual es la que contiene mayor carga emotiva. Una de las características del diseño actual es utilizar la idea de la reproducción de tipografías utilizadas hasta la actualidad. Sin embargo, el trabajo manual permite trabajos manuales elaborados del detalle. El resultado son obras únicas y con un toque que solo se da en el trabajo manual a través del arte. Por ello resulta una gran presencia, pero también hay que saber usarlos correctamente que son de un trabajo manual a través del arte.

Como trazo tangible obtiene todo los rasgos manuales, consistentemente adquiere algunos de ellos.



El garbato, el trazo, el gesto

El garbato es un rasgo que puede ser gesto, trazo, línea, etc. El resultado es una escritura más rápida, imperfecta y espontánea. El diseño gráfico se utiliza el garbato como un componente esencial y expresivo. Así, esos trazos que pueden parecer accidentales e improvisados son siempre fruto de una intención estética para conectar una determinada emoción. A veces, uno también usa el garbato para comunicar una respuesta emocional a la perfección digital, una alternativa lógica a la tipografía digital para ofrecer un diseño único, alejado de la reproducción y la impersonalidad. Dependiendo del contexto que se utiliza, gesto, trazo, línea, etc. el garbato se convierte en gesto realizado desde un voluntarismo que que la cultura forma, espontaneidad, calidez, despreocupación y como muestra conceptual vincula a emoción y que también surge desde la imprevisión.

Arriba izquierda

Arriba izquierda se muestra un ejemplo de escritura manual que se va guardando como si fuera de una máquina. El resultado es una escritura más rápida, imperfecta y espontánea. El diseño gráfico se utiliza el garbato como un componente esencial y expresivo. Así, esos trazos que pueden parecer accidentales e improvisados son siempre fruto de una intención estética para conectar una determinada emoción. A veces, uno también usa el garbato para comunicar una respuesta emocional a la perfección digital, una alternativa lógica a la tipografía digital para ofrecer un diseño único, alejado de la reproducción y la impersonalidad. Dependiendo del contexto que se utiliza, gesto, trazo, línea, etc. el garbato se convierte en gesto realizado desde un voluntarismo que que la cultura forma, espontaneidad, calidez, despreocupación y como muestra conceptual vincula a emoción y que también surge desde la imprevisión.

Arriba derecha

Arriba derecha se muestra un ejemplo de escritura manual que se va guardando como si fuera de una máquina. El resultado es una escritura más rápida, imperfecta y espontánea. El diseño gráfico se utiliza el garbato como un componente esencial y expresivo. Así, esos trazos que pueden parecer accidentales e improvisados son siempre fruto de una intención estética para conectar una determinada emoción. A veces, uno también usa el garbato para comunicar una respuesta emocional a la perfección digital, una alternativa lógica a la tipografía digital para ofrecer un diseño único, alejado de la reproducción y la impersonalidad. Dependiendo del contexto que se utiliza, gesto, trazo, línea, etc. el garbato se convierte en gesto realizado desde un voluntarismo que que la cultura forma, espontaneidad, calidez, despreocupación y como muestra conceptual vincula a emoción y que también surge desde la imprevisión.

Arriba izquierda

Arriba izquierda se muestra un ejemplo de escritura manual que se va guardando como si fuera de una máquina. El resultado es una escritura más rápida, imperfecta y espontánea. El diseño gráfico se utiliza el garbato como un componente esencial y expresivo. Así, esos trazos que pueden parecer accidentales e improvisados son siempre fruto de una intención estética para conectar una determinada emoción. A veces, uno también usa el garbato para comunicar una respuesta emocional a la perfección digital, una alternativa lógica a la tipografía digital para ofrecer un diseño único, alejado de la reproducción y la impersonalidad. Dependiendo del contexto que se utiliza, gesto, trazo, línea, etc. el garbato se convierte en gesto realizado desde un voluntarismo que que la cultura forma, espontaneidad, calidez, despreocupación y como muestra conceptual vincula a emoción y que también surge desde la imprevisión.

Arriba derecha

Arriba derecha se muestra un ejemplo de escritura manual que se va guardando como si fuera de una máquina. El resultado es una escritura más rápida, imperfecta y espontánea. El diseño gráfico se utiliza el garbato como un componente esencial y expresivo. Así, esos trazos que pueden parecer accidentales e improvisados son siempre fruto de una intención estética para conectar una determinada emoción. A veces, uno también usa el garbato para comunicar una respuesta emocional a la perfección digital, una alternativa lógica a la tipografía digital para ofrecer un diseño único, alejado de la reproducción y la impersonalidad. Dependiendo del contexto que se utiliza, gesto, trazo, línea, etc. el garbato se convierte en gesto realizado desde un voluntarismo que que la cultura forma, espontaneidad, calidez, despreocupación y como muestra conceptual vincula a emoción y que también surge desde la imprevisión.

Mujeres insumisa.

Sensualidad y proximidad emocional son la principal fuerza de la caligrafía.

Arriba izquierda. Efecto sorpresa en este cartel de Lourdes Zolezzi que usa los tipos caligráficos para construir una imagen que evoca el universo femenino. Un buen ejemplo de texto e imagen funcionando de manera simultánea.

Arriba derecha. Cartel de impacto para una película en el que Germán Montalvo utiliza la sensualidad de la letra caligráfica en contraste con la violencia de la fotografía. Un juego de contrastes inteligente de fuerte valor simbólico.

Escritura caligráfica y manual

La caligrafía es el arte de escribir con letra bella y correctamente formada. El término evoca la escritura formal y clásica usada en los antiguos manuscritos; en el mundo del diseño se conoce como "caligrafía inglesa". También se denomina caligrafía al conjunto de rasgos que caracterizan la escritura de una persona. Tanto en los rasgos caligráficos formales como informales hay un impulso visible que da una calidad rítmica por tener trazos finos y gruesos.

Sin duda es un arte que requiere un destreza especial para poder dibujar letras tan adornadas y sinuosas. En el diseño gráfico la caligrafía se puso de moda a principios del siglo xx y se convirtió en un estilo genérico para perfumes, lencería y otros artículos destinados al público femenino. Hemos heredado esta tradición de conferir a la caligrafía la cualidad de transmitir conceptos ligados a la feminidad y a la belleza. También tienen una larga tradición en los productos de lujo, desde champagne a coches caros, porque sus formas nos remiten a la sofisticación.

Se Petit Artiste

alpanpan

Derecha. Logosimbolo creado por Ángel Viola Estudi para una colección de libros para niños. Se utiliza una caligrafía delicada y metódica que contrasta con la informalidad del símbolo y le confiere un gran encanto a la imagen global.

Arriba. Para esta bocertería, el Estudio Versus confecciona una escritura manual amable que evoca la calidez humana del producto y el ajea de la idea de manufactura industrial.

Los caracteres de la caligrafía inglesa pueden ser convencionales o informales, adornados o sobrios, finos o gruesos, pero todos contienen un bagaje simbólico que les confiere un matiz con más peso en la forma que en el contenido si lo comparamos con otras tipografías. Sin embargo dota al diseño de un carácter artístico y una inconfundible personalidad gráfica. Su principal fuerza es la sensualidad y proximidad emocional transmitida por el gesto suave de la mano que enlaza los caracteres para configurar las palabras.

Cuando los trazos se acercan a la caligrafía infantil transmiten ingenuidad e inocencia y cuando imitan escrituras personales aportan personalidad y diferenciación. Pueden ir desde lo tosco a lo amonioso, pero siempre están impregnadas de calidez humana. Además comunican desde esa intimidad que sólo puede transmitir la escritura manual de una persona.

El vigor de los trazos de Pepe Gimeno en este libro es extremadamente emotivo. Los trazos rápidos y enérgicos dejan ver la pasión con que se han escrito. No es fácil para un receptor sensible mantenerse impassible ante este tipo escritura.

Los caracteres dibujados a mano

Los caracteres dibujados a mano convienen un sentido de libertad e implicación personal.

Letras con sombra

Las letras recreadas son una imitación de las letras tradicionales, aunque con rasgos nuevos e innovadores. Dependiendo de la intención de la obra, la recreación puede ser más o menos sutil, jugando con la sombra y el relieve para dar un efecto de profundidad y volumen. Este tipo de letras se crean a menudo con técnicas manuales, como el recorte o el dibujo, lo que les confiere un carácter único y personal.

Letras recreadas a partir de tipografías existentes

Este tipo de letras se crean a menudo con técnicas manuales, como el recorte o el dibujo, lo que les confiere un carácter único y personal. Este tipo de letras se crean a menudo con técnicas manuales, como el recorte o el dibujo, lo que les confiere un carácter único y personal.

Coser letras

Las letras hechas con la técnica de coser son una forma nueva de jugar con la tipografía. Este tipo de letras se crean a menudo con técnicas manuales, como el recorte o el dibujo, lo que les confiere un carácter único y personal.

Letras hechas con todo tipo de materiales

Este tipo de letras se crean a menudo con técnicas manuales, como el recorte o el dibujo, lo que les confiere un carácter único y personal. Este tipo de letras se crean a menudo con técnicas manuales, como el recorte o el dibujo, lo que les confiere un carácter único y personal.

5. CONCLUSIONES

El reto del presente trabajo ha sido demostrar que se puede construir una metodología eficaz para la enseñanza de tipografía creativa a partir de una clasificación de recursos tipográficos que vaya acompañada de ejercicios prácticos.

Se ha elaborado una clasificación ordenada de recursos tipográficos fundamentada en las normas que rigen las variables tipográficas y en el conocimiento de nuestra praxis profesional en el campo del diseño y la docencia. Se han establecido 4 grupos de recursos, los que tienen relación con las variables tipográficas, los que respetan o alteran la anatomía del tipo y los que no se atienen a ninguno de estos criterios.

La clasificación realizada sobre los recursos tipográficos es en sí misma una aportación metodológica para el diseño y la docencia puesto que reúne el máximo posible de casuísticas que normalmente se encuentran dispersas en catálogos, revistas y manuales.

Nuestra investigación ha buscado la aplicación de la tipografía creativa no sólo en los logotipos, que es el campo más conocido, sino en el diseño editorial, la publicidad, los carteles, la identidad corporativa, la señalética, las carátulas de vinilos y CD, etc. Se demuestra así que la tipografía creativa está presente en todas las áreas del diseño gráfico.

El trabajo está fundamentado en el escrutinio de imágenes con el que se ha creado un banco iconográfico original de fotografías de gran calidad. Para ello, hemos aprovechado la documentación exhaustiva que venimos realizando desde hace años mediante el uso del escáner y la cámara.

La rigurosa selección de imágenes que ha requerido este proyecto nos ha servido también para ordenar de forma metódica el banco de imágenes del que ya disponíamos y ampliarlo.

Se ha creado un manual de diseño dirigido a estudiantes y docentes que recoge una amplia metodología basada en el análisis y discusión grupal de ejemplos gráficos y va acompañada de ejercicios prácticos innovadores. Dicho manual responde a la escasez editorial de materiales didácticos sobre tipografía que existe hoy en día y a la carencia de creatividad tipográfica detectada en el alumnado.

El manual aporta un material didáctico útil y atractivo para la enseñanza de tipografía creativa que es la síntesis de años de experiencia docente y de una intensa documentación de imágenes. Todos los ejercicios que contiene el libro se han experimentado en el aula, de manera que su eficacia se ha contrastado y es fehaciente.

Se ha confirmado que la puesta en práctica de esta metodología en el aula logra buenos resultados pues se aprecia un incremento de la creatividad de los alumnos así como un cambio de aptitud que los predispone hacia la experimentación como procedimiento efectivo en el proceso de diseño gráfico. Asimismo, se consigue el aumento de sus competencias artísticas y de la capacidad crítica frente a la cultura de la imagen.

Los ejercicios prácticos crean una base de aproximación creativa, a partir de estos cimientos se puede desarrollar un método personal que se ajuste a los intereses de cada cual.

Se han cumplido todos los objetivos marcados en el briefing, tanto técnicos como funcionales. El diseño es didáctico, muestra con claridad los contenidos y estimula la puesta en práctica de los ejercicios planteados. Por último, el precio por ejemplar hace posible una divulgación masiva a bajo coste.

Las indagaciones que han permitido la redacción del presente trabajo han solidificado los conocimientos sobre tipografía que ya se tenían y los han ampliado, dotándonos de mejores recursos para ejercer nuestra profesión.

Por último, este proyecto contribuye a llenar el vacío detectado en la didáctica aplicada a la tipografía creativa y ha supuesto una gran satisfacción personal y profesional.

6. BIBLIOGRAFÍA

- > AA. VV: *América Sánchez*, Barcelona, Gustavo Gili, 1993.
- > AA. VV: *Alejandro Magallanes*, Barcelona, Index Book, 2008.
- > AA. VV: *Basic logos*, Barcelona, Index Book, 2009.
- > AA. VV: *Best of Graphis Editorial*, Cologne, Page One Publishing, 1993.
- > AA. VV: *Best of Graphis Typography*, Cologne, Page One Publishing, 1993.
- > AA. VV: *Catálogos y folletos*, Barcelona, Gustavo Gili, 1995.
- > AA. VV: *Cuarta Bienal Internacional del Cartel en México*, México D.F., UAM, 1996.
- > AA. VV: *Designing corporate identity*: Barcelona, Instituto Monsa de Ediciones, 2012.
- > AA. VV: *Isidro Ferrer*, Barcelona, Index Book, 2008.
- > AA. VV: *Nuevo diseño de carteles*, Barcelona, Gustavo Gili, 2003.
- > AA. VV: *Poster, selected from the Graphis Annuals*, Köln, Page One Publishing, 1993.
- > AA. VV: *Reza Abedini*, Barcelona, Index Book, 2007.
- > AA. VV: *Theel. Think brand design*, Barcelona, Morillas Brand Design, 2008.
- > Ambrose, Gavin; Harris, Paul: *Fundamentos del diseño creativo*, Barcelona, Parramón, 2006.
- *Metodología del diseño*, Barcelona, Parramón, 2010.
- *Diccionario visual de tipografía*, Barcelona, Index Book, 2010.
- > Baines, Phil; Harlan, Andrew: *Tipografía: función, forma y diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 2002.
- > Balius, Andreu, *Type at work: Usos de la tipografía en el diseño editorial*, Barcelona, Index Book, 2003.
- > Barnicoat, John: *Los carteles, su historia y su lenguaje*, Barcelona, Gustavo Gili, 1972.

- > Blackwell, Lewis: *The end of print. The graphic design of David Carson*, San Francisco, Lawrence King Publishing, 1995.
- *Tipografía del s. XX remix*, Barcelona, Gustavo Gili, 2000.
- > Heller, Steven; Anderson, Gail: *Nouvelle typographie ornamentale*, Paris, Thames & Hudson, 2010.
- > Edwards, Betty: *Aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro*, Barcelona, Urano, 1994.
- > Calles, Paco: “Más allá de la forma: tipografía semántica”, en *Monográfica* n°4, www.monografica.org 2012 [10.12.2012].
- > Carrere, Alberto: *Retórica tipográfica*, Valencia, Universidad Politécnica de Valencia, 2009.
- > Carter, Rob: *Tipografía experimental*, Barcelona, Index Book, 1995.
- > Chaves, Norberto: *La imagen corporativa*, Barcelona, Gustavo Gili, 2005.
- > De Buen Unna, Jorge: *Manual de diseño editorial*, Gijón, 3ª edición Trea Ediciones, 2009.
- > Eckert V.; Zúñiga E.; Freixas A.: *Green Graphics*, Barcelona, Index Book, 2011.
- > Fawcett-Tang, Roger: *Diseños Tipográficos*, Barcelona, Index Book, 2007.
- > Fiell, Charlotte & Peter: *Diseño Gráfico del siglo XXI*, Barcelona, Index Book, 2008.
- > Foster, John: *Carteles. Nuevos diseñadores*, Barcelona, Gustavo Gili, 2007.
- > Friedl, Friedrich; Ott, Nicolaus; Bernard, Stein: *TYPO, When, Who, How*, Köln, Könemann, 1998.
- > Frutiger, Adrian: *En torno a la tipografía*, Barcelona, Gustavo Gili, 2002.
- > *El libro de la tipografía*, Barcelona, Gustavo Gili, 2007.
- > Gómez, Marco; Sanz, Herminio: “La letra viva. Del buey al emoticono”, en *Ponencias del 4º Congreso Internacional de Tipografía*, Valencia, 2010.
- > Gordon, Maggie; Dodd, Eugenie: *Tipografía decorativa*, Barcelona, Gustavo Gili, 1994.

- > Heller, Steven; Vienne, Véronique: *100 ideas que cambiaron el diseño gráfico*, Barcelona, Blume, 2012.
- > Hochuli, Jost: *El detalle en la tipografía*, Valencia, Campgràfic, 2007.
- > Jardí, Enric: *Veintidós consejos sobre tipografía*, Barcelona, Actar, 2007.
- > Jury, David: *¿Qué es la tipografía?*, Barcelona, Gustavo Gili, 2007.
- > Kane, John: *Manual de tipografía*, Barcelona, Gustavo Gili, 2002.
- > Kunz, Willi: *Tipografía: macro y microestética*, Barcelona, Gustavo Gili, 2003.
- > Larrea, Quim: *Marcas. Made in Spain*, Madrid, Index Book, 2005.
- > López, Carmen: “La letra como grafía icónica en el diseño de marcas”, en *Ponencias del 3er Congreso Internacional de Tipografía*, Valencia, 2008.
- > Luidl, Philipp: *Tipografía básica*, Valencia, Campgràfic, 2004.
- > March, Marion: *Tipografía creativa*, Barcelona, Gustavo Gili, 1989.
- > Martín Montesinos, José Luis; Mas Hurtuna, Montse: *Manual de tipografía, del plomo a la era digital*, Valencia, Campgràfic, 2005.
- > Martínez de Sousa, José: *Diccionario de Tipografía y del Libro*, Madrid, segunda edición Paraninfo, 1981.
- > Meseguer, Laura: *Tipografía en revistas*, Barcelona, Índex Book, 2011.
- > Molins, Patricia; Pérez, Carlos: *Paco Bascuñán. Diccionario en desorden*, Valencia, Institució Alfons el Magnànim, 1999.
- > Ordóñez, Hernán: “Una experiencia docente en el País Vasco”, en *Ponencias del 3er Congreso Internacional de Tipografía*, Valencia, 2008.
- *Tipex, tipografía. Una experiencia docente*, Barcelona, Index Book, 2010.
- > Pelta, Raquel: “Prólogo” en Balius, Andreu: *Type at Work. Usos de la tipografía en el diseño editorial*, Barcelona, Index Book, 2003.

- > Poynor, Rick: *Communicate: Independent British Graphic Design since the Sixties*, London, Laurence King Publishing, 2004.
- > Renner, Paul: *El arte de la tipografía*, Valencia, Campgràfic, 2000.
- > Reyes, Fabiola: *Typo. Fuentes de inspiración*, Barcelona, Monsa, 2007.
- > Roger, David: *Diseño tipográfico*, Barcelona, Index Book, 2007
- > Ruder, Emil: *Manual de diseño tipográfico*, Barcelona, Gustavo Gili, 1992.
- > Sala, Màrius: *Logos made in Spain 04*, Barcelona, Index Book, 2003.
- > Samara, Timothy: *Diseñar con y sin retícula*, Barcelona, Gustavo Gili, 2002.
- > Satué, Enric: *El diseño gráfico*, Alianza Editorial, Madrid, 1988.
- > Séller, Steven; Ilic, Mirko: *Escrito a mano*, Barcelona, Gustavo Gili, 2004.
- > Sesma, Manuel: *TipoGrafismo*, Barcelona, Paidós, 2004.
- > Solbes, Enric: *El libro en el punto de mira del diseñador*, Valencia, Germanía, 2002.
- > Spencec, Heerbet: *Pioneros de la tipografía moderna*, Barcelona, Gustavo Gili, 1995.
- > Trías Quod Design: *Trías Logos*, Barcelona, Index Book, 2004.
- > Villalbi, Sefa: “Nueva cultura tipográfica”, en *Ponencias del 5º Congreso Internacional de Tipografía*, Valencia, 2012.
- > West, Suzanne: *Cuestión de estilo. Los enfoques tradicional y moderno en la maquetación y tipografía*, Madrid, ACK Publish, 1998.
- > Williams, Robin: *Diseño gráfico. Fundamentos*, Madrid, Anaya, 2008.
- > Zappaterra, Yolanda: *Diseño editorial. Periódicos y revistas*, Barcelona, Gustavo Gili, 2007.



Agradecimientos

A Geles Mit, Pau Martínez, Vicente Barberá y Carlos Martínez.

