



Escultura en la Plaza del Centenario,
Birmingham, Inglaterra.
Un monumento a John Baskerville.

LA TIPOGRAFÍA

Se podría decir que la tipografía es una técnica y a su vez, un arte, que consiste en lograr reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitiéndola con habilidad, elegancia y eficacia, además de ocuparse del estudio y la clasificación de las distintas fuentes tipográficas. De más está decir que la elección de la tipografía es un elemento clave al diseñar, ya que con su elección, se define una parte del mensaje que se quiere transmitir. Debe tenerse en cuenta que cada tipografía tiene un carácter y una personalidad que le son propias, y que son necesarios conocer la naturaleza de cada una de ellas para poder trabajarlas satisfactoriamente.

La importancia de lo estético en la imagen gráfica con fines prácticos nace en el siglo XV, con la aparición de la tipografía, que e innova y experimenta con diseños de tipos, normas de composición, ilustraciones y encuadernaciones.

La época de la dinámica creativa y liberal terminaría en Europa alrededor de 1543, cuando en las restricciones a la libertad de imprenta se plasmó el proceso de involución política que se vivía en el viejo continente. El absolutismo monárquico establecido en Francia y España convirtió a los trabajos de imprenta en una actividad conservadora al servicio de los poderes políticos y eclesiásticos, perdiendo el sentido vanguardista de la nueva actividad.

Mientras tanto, en Italia crecían caligrafías que serían imitadas por los estados europeos poderosos, por lo que la lengua italiana fue ampliamente divulgada gracias a los tratados y manuales didácticos difundidos por todo el territorio.

El diseño tipográfico y estudio ameritó en varias oportunidades persecuciones políticas y hasta religiosas, como la sufrida por el francés Claude Garamond, quien a mitad del siglo XVI, presentó el desarrollo más perfeccionado de toda la tipología romana, viviendo entre la subversión y la admiración de sus seguidores.

Por su parte, Jhon Baskerville fue uno de los grandes impulsores de la tipografía inglesa, y diseñando un tipo genuino en 1754 (Baskerville), de trazos claros y elegantes, y estableciendo el



Jhon Baskerville
Fue uno de los grandes impulsores de la tipografía inglesa, diseñó un tipo genuino en 1754 (Baskerville), de trazos claros y elegantes.

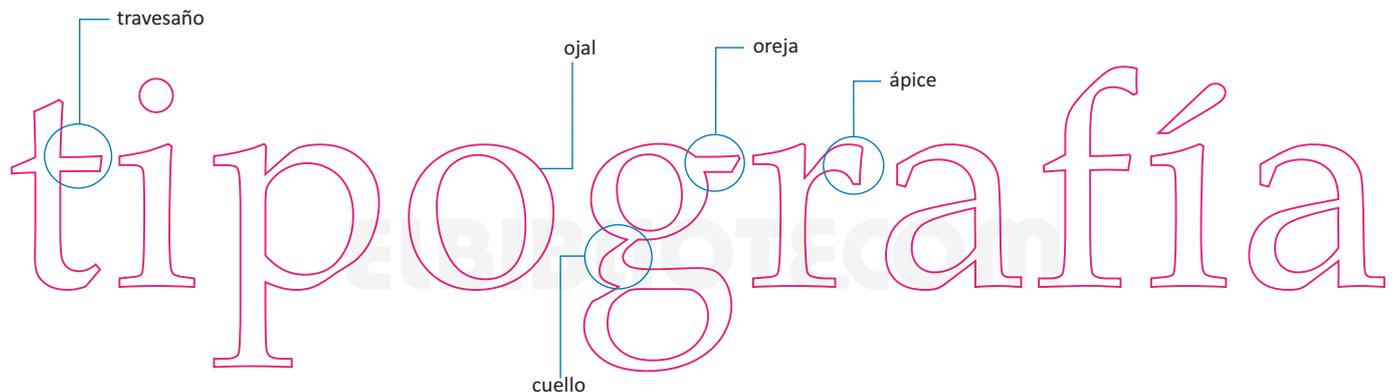
uso del papel satinado para facilitar una impresión más nítida, además de la variante del uso a voluntad de la interlínea o espaciado entre líneas de texto impreso.

En la actualidad, la gran variedad de signos tipográficos existentes responden a los cambios culturales de la civilización, siendo amoldadas a las proyecciones tecnológicas y artísticas de una determinada época.

Con los primeros signos de escritura conocidos, cada uno de ellos expresa una idea o un concepto, y su correcta combinación se utiliza para comunicar ideas más complejas. Estos sistemas de escritura son los pictogramáticos, jeroglíficos e ideogramáticos.

Cada fuente tipográfica posee un particular estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por un conjunto de características que le son comunes. Es con estas herramientas con las cuales cuenta el campo tipográfico, el cual abarca desde la realización de libros, periódicos, anuncios publicitarios, revistas o cualquier otro documento que busque informar o comunicar sus contenidos mediante el uso de las palabras.

Para lograr su cometido, existe lo que se llama la familia tipográfica, es decir, un conjunto de tipos que se han diseñado basándose en una misma fuente, teniendo algunas particularidades con respecto al grosor y la anchura, pero sosteniendo las características básicas y esenciales que le son comunes. Es decir, que los diversos tipos pertenecientes a una misma familia tienen rasgos que les son propios a cada uno, pero que responden a ciertas características en conjunto.



Los componentes de las letras

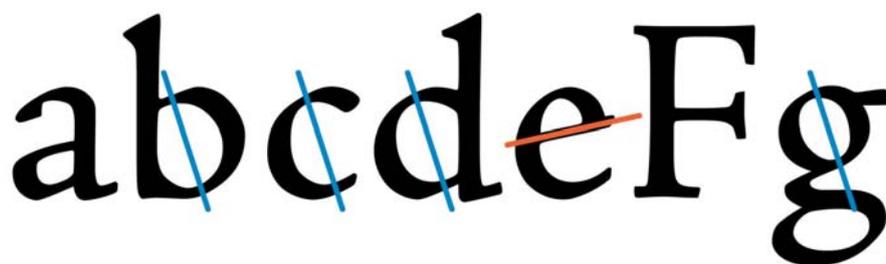
Si bien no existe un parámetro o nomenclatura aceptada de modo universal, pueden clasificarse los distintos elementos constitutivos de un tipo, según varias variables:

- Altura: tanto de las mayúsculas (o letras de caja alta) como de las minúsculas (de caja baja).
- Ascendente: se le denomina así al asta que poseen las letras de caja baja y que sobresale por sobre su altura, como sucede en las letras "b, d y k".
- Asta: es uno de los rasgos principales de la letra que la define como su forma o su parte más esencial. Existen distintos tipos de astas: las astas montantes (Son las astas principales o oblicuas de una letra, tales como la "L, B, V"); las astas onduladas o espina (que constituye el rasgo principal de la letra "S" en mayúscula o "s" en minúscula); el asta transversal (el rasgo horizontal de las letras "A, H, f o t"); y el anillo (el asta curva cerrada que forman las letras "b, p y o").
- Brazo: es la terminal de proyección horizontal o hacia arriba y que no se encuentra incluida dentro del carácter, tal como sucede en la letra "E, K y L".
- Cola: es el asta oblicua y colgante que suelen formarse en algunas letras, tales como la "R o K".
- Inclinación: se refiere al ángulo de inclinación de un tipo.
- Descendente: asta de la letra minúscula que se ubica debajo de la línea de base, tal como ocurre con la letra "p y g".
- Línea base: es la línea sobre la cual se apoya la altura del tipo.
- Rebaba: se refiere al espacio existente entre el carácter y el borde del mismo.
- Oreja: Es la terminación que se le agrega a algunos signos tipográficos, tales como "g, o y r".
- Serif, remate o gracia: es el trazo o terminación que pueden llegar a poseer un asta, brazo o cola.
- Terminales, son las serifs inferiores de un tipo, que según su diseño, pueden clasificarse en lapidaria, veneciana, de transición, bodoniana, lineal, egipcia, de fantasía, medieval, de escritura o adornada.

Las clasificaciones tipográficas

En una familia tipográfica, existen caracteres que se diferencian entre sí, y que pueden clasificarse según las siguientes características:

- El grosor del trazo: los trazos que conforman los diversos tipos pueden ser pesados o ligeros, según su grosor, que puede además afectar la legibilidad del mismo. El grosor de un trazo puede ser, redonda, negra o súper negra, fina o extrafina.
- Inclinación del eje vertical o cursivas: son las denominadas cursivas o itálicas, las cuales deben utilizarse con prudencia, porque si se abusa de este carácter inclinado, lo que puede lograrse es mayor dificultad en la lectura.
- Proporción entre ejes vertical y horizontal ancho: se clasifican en redonda, cuando son iguales, estrecha cuando el horizontal es menor que el vertical, y expandida cuando el horizontal es mayor. Cuando el texto es muy abundante, lo ideal y aconsejable es utilizar las tipografías estrechas para ahorrar espacio.
- Mayúsculas a caja baja: un texto escrito totalmente en letras mayúsculas provoca lentitud en la lectura, además de ocupar más espacio.



Elemento tipográfico
Variabilidad del grosor del trazo.

Por otra parte, para poder realizar una clasificación de las familias tipográficas, pueden tomarse como referencia algunos elementos puntuales que identifican a las diversas familias. Entre estos elementos, se pueden tomar en cuenta:

- La dirección del eje de engrosamiento del tipo.
- La presencia o ausencia del serif o remate.
- La forma que toma el serif en la letra.
- La relación curva o recta que existe entre los bastones y los serifs.
- La uniformidad o la variabilidad del grosor que tenga el trazo.

En base a este conjunto de características, puede realizarse un análisis para poder reconocer los grupos esenciales del mundo tipográfico:

-Tipografías con serif: son los tipos de caracteres que incluyen adornos en sus extremos, cuya denominación técnica es la de serif o serifas.

Las tipografías con serif en diversas clases, como Romanas Antiguas, Romanas de Transición, Romanas Modernas y egipcias.

-Tipografías sans serif o de palo seco: abarca a todas las tipografías que no posean este tipo de adornos, y que son llamadas sanserif (sin serifas) o de palo seco, que suelen utilizarse en varios tipos de publicaciones de texto impreso.

Esta clase de tipografías se pueden clasificar como Grotescas, Neogóticas, Geométricas o humanísticas.

Tipografías serif

-Familia de letras Romanas Antiguas:

En la Roma antigua, el trazo de las letras se realizaba con pinceles cuadrados para luego ser sobre la piedra con el uso de un cincel. A esta familia de letras suele conocerse también bajo el nombre de geraldas.

Pueden considerarse dentro de esta familia a las tipografías Garamond, Caslon y Trajan, que cuentan con terminaciones agudas y con bases anchas; trazos variables y ascendentes finos, demás de descendientes gruesos; oblicuidad en la dirección del eje de engrosamiento, un espaciado entre letra y letra bastante amplio; y un color intenso en su apariencia en general.

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrs
tuvwxyz1234567890

Tipografía Garamond

En la Roma antigua, el trazo de las letras se realizaba con pinceles cuadrados para luego ser sobre la piedra con el uso de un cincel. Las tipografía Garamond cuenta con terminaciones agudas y con bases anchas; trazos variables y ascendentes finos,

-Familia de las letras Romanas de Transición:

Se originaron en el proceso de la tipografía romana moderna, y las letras Baskerville, Times, Century son algunas de sus exponentes.

Poseen un serif con una terminación más aguda que las de la tipografía romana antigua, con trazos que son variables, que poseen diferencias muy marcadas entre las líneas finas y gruesas, pero sin llegar aún al contraste que presentan las más modernas.

Las letras de caja chica poseen mayor redondez, y la oblicuidad de la dirección del eje que caracterizaba a las letras mas antiguas, pasan a estar más cerca de una línea horizontal.

-Familia de las letras Romanas Modernas:

Se definen por el grabado en cobre, aunque existen versiones cercanas a la Revolución Industrial, las cuales han tomado el nombre de Didonas, por Fermín Didot, un famoso tipógrafo del siglo XIX. Se cuentan entre las tipografías modernas la Bauer Bodoni, Didi, Caxton y la Ultra Condensed.

En esta familia de letras, el serif se vincula angularmente con el bastón de la letra; los trazos se presentan ya más marcados y variables y la dirección del eje de engrosamiento es totalmente horizontal. Además, las cursivas se presentan como muy inclinadas, haciendo una referencia a la escritura caligráfica.

-Tipografía Egipcia:

Uno de los primeros tipos pertenecientes a la familia egipcia aparecieron a principios del siglo XIX, con el tipo claredon, tan actual como la Egyptienne, la cual es utilizada para realizar fotocomposición. Por su cuerpo de tamaño mediano, suelen ser utilizadas para textos de algunos libros.

Con el estilo particular que posee estas tipografías, se plasman las ideas de clasicismo y de belleza con las de fuerza y precisión. Es por esto que suelen ser el tipo elegido para titulares de pocas palabras, que buscan transmitir estas características, que acentúen el concepto que cargan.

Se caracterizan por poseer un serif que se presenta tan grueso como los mismos bastones, siendo esta la principal característica con la cual puede identificársela. Pueden ser tipos cuadrados, como la Lubalin Graph o la Robotik, o más bien redondos, tales como la Cooper Black, y la dirección que mantiene su eje de engrosamiento es por lo general en sentido horizontal. Una variable también muy utilizada de la tipología egipcia es la Italiana o Colonial, que consiste básicamente en tipos egipcios pero más estrechos, con bastones horizontales más gruesos que los que corren verticalmente. Un ejemplo conocido de esta tipografía, que suele resultar muy armoniosos para su utilización en diversos titulares, es la Playbill.

Tipografías sans serif

-Tipografía grotesca:

Constituyen las primeras versiones de las letras Sans Serif, que derivan de parte de la tipología egipcia a la cual se le han eliminado los remates. Son de origen decimonónico y reciben distintas denominaciones: son conocidas como Grottesque en Europa, y como Gothic en América.



Didot, Firmin
Famoso tipógrafo del siglo XIX



Tipografías Geométricas

Hacen su aparición en 1929, como consecuencia de las vanguardias y la Bauhaus. Son monolíneas, y se constituyen en base de líneas rectas y de figuras geométricas como el círculo y el cuadrado.

Las tipologías de la familia grotesca constituyen una amplia gama de tipos, en los cuales, además, se multiplican las diversas variantes que pueden encontrarse, ya que existen las redondas, de cursiva, ancha, estrecha, fina, seminegra, supernegra, entre otras. De hecho, la gran variedad de formas que pueden llegar a adoptar, son una de las principales características de las tipologías grotescas más actuales. Los primeros tipos grotescos aparecen alrededor de 1816, año en el cual se comenzó a desarrollar hasta que recién fue difundida y conocida ya entrado en Siglo XX, con la aparición de la letra de tipo Futura, realizada por el grabador Paúl Renner. La letra Futura ha sido el puntapié inicial de los tipos grotescos actuales, y ha inspirado a prácticamente todos ellos. Además de la Futura, los tipos más representativos que pertenecen a la familia grotesca son la Helvética o Akzident, Univers y la Franklin Gothic.

-Geométricas (También conocidas como de Palo Seco):

Hacen su aparición en 1929, como consecuencia de las vanguardias y la Bauhaus. Son normalmente monolíneas, y se constituyen en base de líneas rectas y de figuras geométricas como el círculo y el cuadrado, conformando una tipología minimalistas, sin modulación ni variaciones de los grosores de los palos, con el empleo deliberado de las mismas curvas y líneas en tantas letras como sea posible, haciendo que la diferencia entre las diversas letras sea mínima. En sus letras mayúsculas, se puede percibir un retorno a las antiguas tipologías griegas y fenicias. Son los exponente más conocidos de la tipología geométrica o de palo seco los tipos Eurostile o Industria.

-Humanística:

Su principal fuente de inspiración se encuentra en las proporciones de las letras romanas, principalmente por las mayúsculas inscripcionales y por el diseño de caja baja de las romanas de los siglos XV y XVI. Serían una versión sans serif de las formas romanas. Los grosores de sus trazos no son para nada uniformes, y además presentan una cierta modulación, y entre sus principales referentes pueden encontrarse los tipos Gill Sans, Stone Sans, u Optima.

Al hablar de la tipología humanística, debe destacarse la labor del calígrafo inglés Edgard Johnston, quien con su diseño para el metro de Londres en 1916, se le dio un gran impulso a las características clásicas que se le atribuyen a estas tipologías.

-Inglesas o Manuscritas:

Es una tipología que antaño representaba a la nobleza pero que, actualmente, podría decirse que se encuentra arruinada. El tipo inglés o manuscrito se representa mediante pluma y pincel, y constituye, al igual que la gótica, una verdadera reliquia, que data de cuando al rey Jorge IV de Inglaterra se le ocurrió alrededor del 1700, pedirle a Fermín Didot, un conocido fundidor francés, que le realice una letra manuscrita, imitando la ya clásica inglesa manuscrita. Las famosas cursivas inglesas, son el producto de la escritura con pluma de acero, que provienen del siglo XIX, y deben destacarse entre ellas los tipos Snell English y Kuenstler, además de los tipos caligráficos Mistral, diseñadas por el grabador Excoffon, el cual logró un alfabeto manuscrito de caja, con letras que enlazan a la perfección.

-Ornamentadas:

Son más bien de tipo decorativas, aunque no puede decirse que pertenezcan a alguna clasificación exacta. La ornamentación de las letras es más bien una práctica, que fue muy difundida en la primera mitad del siglo XIX, coincidiendo con la aparición de la litografía industrial, donde se hizo fácil la talla de la madera, las filigranas y ornamentaciones. Sin embargo, la ornamentación existe desde hace muchos siglos, teniendo su aparición con letras capitales adornadas, para luego evolucionar a las capitales del Renacimiento.

La importancia del tipo en la comunicación

Marshall Mc Luhan, un importante educador, filósofo, estudioso y sociólogo canadiense, ha tomado la idea de Cicerón, filósofo de la antigua Roma, de que es más importante como se transmite lo que quiere decirse, a lo que en definitiva, se esté queriendo decir. Según el especialista norteamericano, por ejemplo, cualquier hecho noticioso se modifica completamente dependiendo del medio por el cual se lo esté difundiendo. Al referirse a las letras, entiende que es un medio para influir en lo que se dice y a través de cómo se dice, es decir, que cumplen con la condición para influir en el "que" a través del "como", logrando así una correcta legibilidad.

Este término clave, el de la legibilidad, es empleado en el diseño tipográfico para definir una cualidad que desea lograrse en una familia tipográfica, ya que algo que es legible resuelve la facilidad o complejidad de la lectura de una letra o un mensaje.



Para un cartel que se observará a unos 10 metros, la altura de la letra deberá ser de al menos unos 2,5 cm.

Pero no siempre se cumple con esta condición, no siempre el público al cual se quiere dirigir el texto logra leer sin inconvenientes y a la perfección lo que se encuentra impreso. Por lo tanto, no siempre se cumple el aspecto más importante de la tipografía, que es, justamente, la legibilidad.

Lo fundamental que el diseñador debe saber para que se asegure de que un trabajo sea perfectamente legible, es conocer quién lo leerá, desde donde y a que distancia, para lo cual debe tenerse en cuenta también otros factores, como la luz, la altura de colocación del texto, las características de los distintos elementos que componen el tipo, entre otros puntos.

A los diversos elementos que conforman la aplicación de una tipografía, se las denomina variables visuales. Existen variables de forma, orientación, tamaño y movimiento. Como punteo de cuestiones que el buen tipógrafo debe tener en cuenta, pueden mencionarse los siguientes puntos:

-El diseño de la letra: por ejemplo, los diseños clásicos latinos, ofrecen mayor legibilidad junto con las letras más redondas y minúsculas.

-El tamaño de la letra: por cuestiones de obviedad, una letra de tamaño grande es más legible que otra más pequeña. A pesar de esto, existe un tamaño ideal que favorece la lectura, que es la letra del cuerpo diez o doce. Sin embargo, hay que hacer hincapié aquí en la cuestión de la distancia: por ejemplo, para un cartel que se observará a unos 10 metros, la altura de la letra deberá ser de al menos unos 2,5 cm., en tanto que para un cartel publicitario que deba leerse a unos 60 metros, la altura de la letra deberá rondar por lo menos los 15 cm.

-Espaciado entre las letras: aunque hayan grafistas que defiendan el uso de letras bien pegadas entre sí, lo cierto es que un título o un rótulo cuyas letras se peguen materialmente unas a otra no ofrece buena legibilidad, por lo que hay que prestar especial atención al espacio que se dejará tanto para separar las letras como las palabras entre sí.

Para modificar el espacio entre las letras, pueden tenerse en cuenta dos conceptos: el track y el kern.

El primero de ellos es utilizado para alterar la densidad visual del texto o el espacio entre un cierto grupo de caracteres, que termina alteración a todos los caracteres. Como regla general, cuanto más grande es el cuerpo más apretado debe ser el track, que es el que ajusta el espacio que existe entre los caracteres, abriendo los cuerpos más pequeños y cerrando los más grandes. Por su parte, el Kern o kerning es el espacio que existe entre dos caracteres individuales, para cuando dos de estos caracteres se encuentran demasiado juntos o separados. Es proporcional, ya que es del mismo tamaño en puntos que el cuerpo de los caracteres. Es decir, si un texto es de 10 puntos, el kern medirá 10 puntos.

-La calidad de impresión: es vital tenerla en cuenta, ya que una impresión deficiente, que contenga ciertos fallos, excesos o falta de tinta, que se presente pisada o con presión excesiva, perjudica notablemente la legibilidad.

-La longitud de la línea: debe tenerse en cuenta que una línea muy larga, impresa en un cuerpo de letra más bien pequeño, en la que se incluyen muchas palabras, entorpece la lectura, por la dificultad que supone pasar de una línea a otra, prestándose a confusiones.

-Los colores adecuados: para cualquier tipografía son los contrastes grandes, preferentemente el negro sobre el blanco, ya que refleja una mayor legibilidad, mientras que a combinación contraria, es decir, el texto blanco sobre fondo negro, hace perder visibilidad.

-La forma: que puede ser mayúscula, minúscula o versalita.

-La orientación: también es un punto importante a tener en cuenta. Por ejemplo, si se quiere que la cursiva se emplee para remarcar una letra dentro de un bloque de texto, para que destaque del resto. De esta misma forma, un texto escrito todo en cursiva, pierde legibilidad.

-La alineación del texto: es un paso importante cuando se busca mantener una buena legibilidad. Las alineaciones más tradicionales son la de alinear a la izquierda, alinear a la derecha, centrar y justificar, además de las alineaciones asimétricas.

El texto alineado a la izquierda es el más utilizado para textos largos, ya que crea una letra y un espacio entre palabras que resulta ser muy equilibrado y uniforme. Al ser la manera más clásica de alineación, es también la más legible.

Un texto alineado a la derecha se encuentra en sentido contrario del lector porque resulta difícil



El texto justificado se alinea tanto a la derecha como a la izquierda. Es una forma que puede ser muy legible.

encontrar la nueva línea. Sin embargo, este tipo de alineación puede utilizarse para cuando un texto no es muy extenso

El texto justificado se alinea tanto a la derecha como a la izquierda. Es una forma que puede ser muy legible, siempre y cuando el diseñador equilibre con uniformidad el espacio entre letras y palabras, evitando molestos huecos que no rompan el curso del texto.

Las alineaciones centradas, por su parte, le otorgan al texto una apariencia formal y se presentan como son ideales cuando se usan mínimamente. Por lo tanto, deben evitarse la configuración de textos demasiado largos cuando se usa esta alineación

Las alineaciones asimétricas suelen utilizarse cuando la intención del diseñador es romper el texto en unidades de pensamiento lógicas, o cuando su objetivo es el de dar más expresividad a la página o el texto que desea configurar.

La importancia del color en la tipografía

Es importante y fundamental el conocer y comprender los colores y lo que cada uno de ellos representa o es capaz de transmitir para poder trabajar de manera satisfactoria con los tipos y el diseño en los niveles mas generales. La utilización del color suele tener varios fines, entre los que se encuentra el de buscar enfatizar las letras cuando, en un determinado diseño, se cuenta con un espacio mas bien limitado.

Las diversas propiedades que tiene el color, tales como el tono, el valor o la intensidad, deben ser correctamente equilibradas para asegurarse una buena legibilidad, al mismo tiempo que debe tomarse en cuenta el contraste de los mismos, para lograr una armonía entre las letras y su fondo.

Debe tenerse en cuenta que el color tipográfico es simplemente una ilusión óptica, la cual es creada por las propias proporciones y formas de los diseños tipográficos, que nos hacen percibir la sensación de un color distinto, aunque realmente esté impreso en el mismo color. Por lo tanto, a pesar de que las palabras estén impresas en el mismo color, cada una de ellas puede poseer un tono diferente, debido a las características propias de sus diseños tipográficos.

Los tonos marrones, como así también los tostados cremas y los ocres, son perfectos para representar productos de la naturaleza y lograr diseños de estilo clásico. Estos tonos suelen utilizarse mucho en publicidad, con el fin de resaltar el producto o el elemento protagonista.



Es importante conocer la clasificación de los colores, para poder lograr interpretar de manera correcta la naturaleza de cada uno y, así, poder darles un uso correcto, que transmita exactamente lo que el diseñador pretenda transmitir.

Una de las clasificaciones más prácticas que puede realizarse es la de dividir a los colores en dos grupos: el de los colores fríos y el de los cálidos.

Por un lado, los considerados como colores fríos tienen como característica el de ser relajantes, por lo cual es habitual verlos en decoraciones infantiles, colegios o universidades u hospitales. Los colores fríos son todos aquellos que se enmarcan desde los verdes hasta los azules. Por otra parte, los colores cálidos, que son los que van desde el rojo hasta el amarillo, son colores cuya principal característica es la de ser muy impactantes y llamativos para el ojo humano, ya que tienen la propiedad de destacarse mucho sobre un fondo determinado. Al ser tan vistosos y llamativos, suelen utilizarse con frecuencia en semáforos, señales de tránsito, de peligro, o cualquier aviso que requiera ser visto por cuestiones de seguridad.

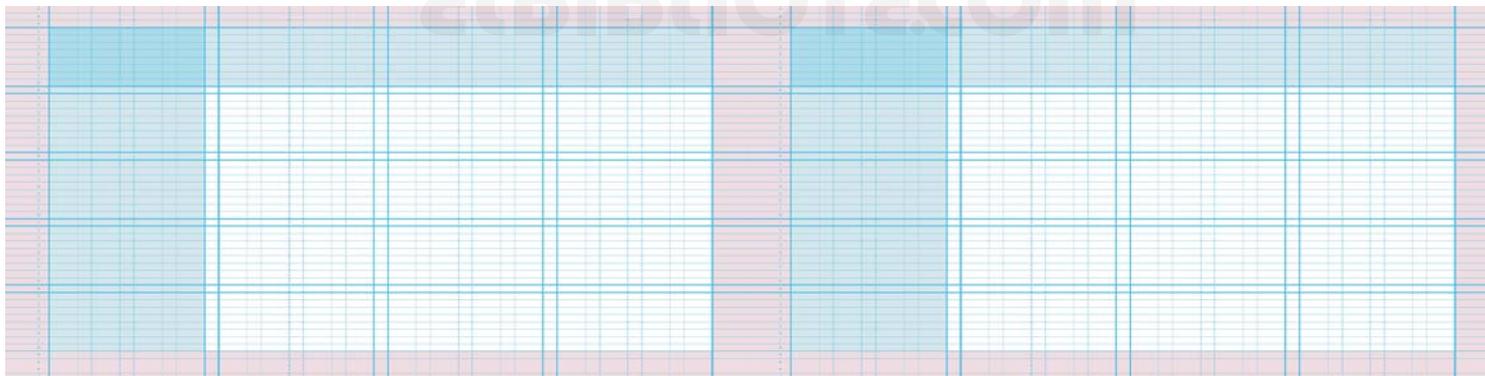
Apartándose de estos dos grupos, tanto el negro, como el gris y el blanco no pueden incluirse en ninguno de ellos.

Además, se requiere especial atención para los tonos marrones, los colores primarios o las tipografías doradas o plateadas:

- Los tonos marrones, como así también los tostados cremas y los ocre, son perfectos para representar productos de la naturaleza y lograr diseños de estilo clásico, por representar la nostalgia o la añoranza. Estos tonos suelen utilizarse mucho en publicidad combinados con anuncios en blanco, negro o grises, con el fin de resaltar el producto o el elemento protagonista.

- Los colores primarios (Magenta, Cian y Amarillo) son muy utilizados en gran variedad de productos infantiles, ya que aportan alegría y juventud, además de que en los niños, estos colores sean representativos de los dulces.

- Las tipografías plateadas o doradas, suelen utilizarse sobre fondos bien oscuros, logrando de esa manera una evocación de la elegancia y la sofisticación, convirtiendo a estos colores en adecuados cuando el diseño debe transmitir lujo, elegancia o poder.



La cuadrícula tipográfica

Una cuadrícula es básicamente un conjunto de líneas horizontales y verticales, paralelas entre sí y distanciadas por una determinada distancia, cuya función es la de proveer de una base real o imaginaria sobre la cual poder realizar un diseño teniendo en cuenta las diversas proporciones o distancias a utilizarse.

En la tipografía, la cuadrícula es un elemento muy utilizado para la creación y confección de tipos, además de constituir una buena herramienta para organizar los elementos tipográficos o ilustraciones que van a incluirse en un determinado producto.

Para configurar la cuadrícula para que pueda servir a unos fines específicos, se debe tener en cuenta qué información es la que se desea transmitir y qué características físicas poseerá cada elemento tipográfico a incluir. Para lograr confeccionar una cuadrícula funcional, lo recomendable es comenzar a trabajar con los elementos más pequeños y luego, en base a ellos, ir ascendiendo en la escala de tamaños.

Para lograr una buena configuración de la cuadrícula tipográfica, se utilizan dos sistemas de medidas ideadas por Firmar Didot, que consisten en la pica y el punto. Siguiendo este esquema, seis picas o 72 puntos equivalen aproximadamente a una pulgada, a la vez que doce puntos serían el equivalente a una pica.

En esta configuración, los puntos tienen la función de especificar el cuerpo de un determinado tipo, el cual está conformado por la altura de las mayúsculas, además del pequeño espacio por encima o debajo de las mismas. Por su parte, las picas se usan para medir la longitud de las líneas. Las cuadrículas tipográficas de formato estándar, poseen módulos en forma de cuadrados, además de columnas de texto, líneas de contorno, márgenes y medianiles, que son el espacio que queda vacío entre una columna de texto y la otra.

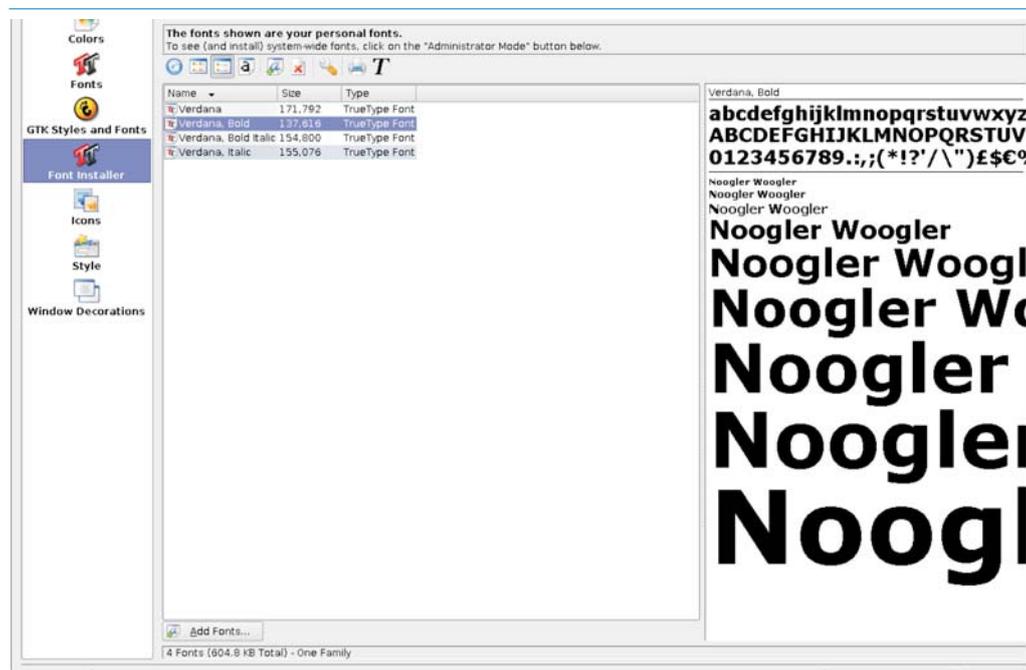
La tipografía digital

La llegada de la informática y el mundo digital sin dudas ha causado una gran revolución en el ámbito de la tipología, ya que ha sido drásticamente modificada para amoldarla a los requerimientos de cada nuevo uso y de cada ilustración. Las nuevas técnicas propias de la informática se aplican actualmente en varias facetas del diseño tipográfico, tales como el proceso de la impresión, diseño gráfico o el diseño de los sitios de Internet

En cuanto a la producción tipográfica propiamente dicha, la gran variedad de aplicaciones ahora existentes, relacionadas con el mundo editorial y del diseño gráfico han posibilitado y requerido la creación de nuevos tipos de forma fácil, cómoda y rápida. A su vez, muchas de las tipografías ya existentes han sido rediseñadas para lograr su aplicación satisfactoria en los aparatos digitales, con el objetivo de optimizar la lectura y la visualización en las pantallas, haciendo que se ajusten a los requerimientos de los monitores. Además, la cuestión de la legibilidad de los diversos caracteres es una propiedad que es marcada por el diseño de los tipos de letra.

Pero además del rediseño de las fuentes ya conocidas, se han desarrollado tipografías que le son propias al universo digital, y que consisten en un conjunto de dibujos vectoriales que poseen la posibilidad de escalarse sin correr el riesgo de una pérdida de calidad, independientemente de la resolución con la cual se pueda llegar a contar.

De todos los tipos que pueden llegar a emplearse, muchos están especialmente ideados para poder ser vistos en el monitor de una computadora. Es decir, que se ha tenido un interés especial al diseñarlas, teniendo en cuenta su uso digital, con el fin de que sean fácilmente legibles inclusive en el caso de que sean visualizadas en pantallas con baja resolución. Se trata de una gran colección de fuentes que incluyen, entre otras, a la Verdana, Tahoma, Trebuchet y Georgia. A pesar de esto, las fuentes ornamentales no deben emplearse más allá de unas pocas líneas, puesto que podrían llegar a causar mayor fatiga visual.



Todas estas fuentes, que son reconocidas en la mayoría de los sistemas operativos, tienen un almacenamiento que se realiza en archivos de tipo TrueType (también conocidas como TT) o Postscript Tipo 1 (conocidas también como PS1). Las fuentes TT se almacenan en un solo fichero, en tanto que las PS1 necesitan de dos ficheros: uno para la impresora y otro para poder ser visto correctamente en la pantalla, debido a la información que contiene, necesaria para hacer que cada imagen se corresponda a un determinado carácter, con su respectivo espaciado.

La aplicación de las diversas tipografías para la creación de un documento resulta ser una de las etapas más críticas en el proceso del diseño, ya que todo el aspecto y el significado aparente de una composición en un trabajo, cambia considerablemente si se utiliza un tipo de letra u otro.

Es un punto central a tener en cuenta, ya que la tipografía suele ser uno de los aspectos más difíciles a tener en cuenta en la mayoría de los diseñadores, a pesar de que en el primer vistazo a, por ejemplo, un sitio web, la tipografía y el color pueden llegar a decir más que el texto. En cuanto al tipo de letra entonces, debe seguirse algún tipo de criterio, que inclusive puede basarse en nuestro propio gusto personal. Si embargo, no deben desatenderse algunos principios, sin dejar de lado la cuestión central de la legibilidad, especialmente cuando tratamos con textos largos. Cuando se trabaja con textos cortos, se puede llegar a tomar un mayor margen de libertad de elección, ya que, por la extensión, no existen tantos riesgos de fatiga visual, al igual que con los títulos, donde puede emplearse cualquier tipo de fuentes, ya que por su tamaño mayor al resto de las líneas y por su brevedad, no se restan propiedades de legibilidad, aunque debe evaluarse la función de la impresión y el diseño que nos interese comunicar o trasladar.

En lo que respecta al color, su importancia radica en que la identificación de los mismos se realiza con mayor rapidez que cualquier otra de las características, y pueden generar rechazo o aceptación fácilmente. Aquí también deben seguirse algunos criterios y recomendaciones, como aplicar el color con discreción en algunos sectores del texto, para intentar mejorar la captación, aportarle un toque propio de distinción o crear la impresión de que se presentan una mayor variedad de fuentes utilizadas. En el caso contrario, cuando el color es utilizado de manera

ELBIBLIOTE.COM

EL FLYER O VOLANTE DE PROPAGANDA

Los llamados flyer o volantes de propaganda cumplen con la misma función, que es simplemente transmitir información que desea difundirse sobre actividades u opiniones políticas, novedades culturales o cualquier otra manifestación social que desee darse a conocer.

Si bien cuando hablamos de volante o flyer nos estamos refiriendo básicamente a la misma cosa, suele plantearse una diferencia que divide a estos dos conceptos, ya que generalmente se entiende como volante de propaganda a un folleto de papel impreso, difundido en lugares donde se asegure un gran caudal de gente, y al flyer como su versión digital.

Cada folleto puede presentar en su formato formas y tamaños muy diferentes, sin dejar a un lado las normas generales de una buena composición, para lograr hacer llegar el mensaje, que generalmente es información que sirve de forma temporal, con diseños que buscan la innovación y la atracción, para poder lograr la atención requerida.

En su versión digital, pueden encontrarse incluidos en un mailing, presentando un producto o servicio de forma detallada e ilustrada, con un formato que varía dependiendo de las necesidades de difusión del mensaje y de la creatividad del diseñador.

Si bien estos métodos de difusión son muy utilizados en la actualidad, su inicio se remonta varios siglos atrás, cuando en la edad media se elaboró una técnica con la cual se grababan manuscritos en planchas de madera, lo que permitía obtener una cantidad de copias en pergaminos que eran difundidos para convocar tanto actos religiosos como manifestaciones de índole política.

De hecho, una de las primeras aplicaciones importantes de la imprenta fue la publicación de volantes que eran utilizados como propaganda en las luchas religiosas y políticas de los siglos XVI y XVII, donde los panfletos circularon de manera abundante. La mayoría de los impresores se encontraban volcados a la difusión de estos materiales, que también tuvieron una gran difusión en las colonias españolas del continente americano, segunda mitad del siglo XVIII.

Alrededor del Siglo XVI, tanto en Inglaterra como en Alemania ya se difundían volantes que eran entregados en mano o pegados en lugares de mucha convocatoria, para anunciar piezas artísticas o difundir ideas políticas.



Los flyers transmiten información que desea difundirse sobre actividades u opiniones políticas, novedades culturales o cualquier otra manifestación social.

desarrollo de la industrialización y el crecimiento de los conglomerados urbanos, que propició el crecimiento de este tipo de propaganda.

De ahí en más, los volantes han seguido utilizándose en los más diversos ámbitos, pero siempre con un uso masivo con fines ideológicos y políticos, como medio de protesta, denuncia o reclamo.



Díptico: está compuesto por una sola hoja, la cual es doblada en una sección, conformando de esta manera 4 caras.

Clasificación del volante de propaganda

Dependiendo de las dimensiones y de la manera de plegarse, existen diversas denominaciones que toman los volantes de propaganda:

- **Volante:** es aquel que contiene solamente una hoja, con inscripciones en sus dos caras, o sólo en una de ellas.
- **Díptico:** está compuesto por una sola hoja, la cual es doblada en una sección, conformando de esta manera 4 caras.
- **Tríptico:** está compuesto por una sola hoja, la cual es doblada en dos secciones, conformando un folleto de 6 caras.

En cualquiera de estas presentaciones, como partes constitutivas fundamentales puede mencionarse a la portada, es decir, la cara del volante que se encuentra en primer lugar, la cual debe poder impactar lo suficiente como para que al eventual receptor le despierte el suficiente interés para seguir leyendo la información suministrada en el interior. Para ello, el diseñador deberá crear un diseño uniforme y relacionando unas páginas con otras, para evitar que se pierda el atractivo y equilibrio de la publicación.

La confección del volante o flyer:

Para la confección de un folleto para difusión, es necesario crear una plantilla, que definirá el formato que va a enmarcar toda la información, teniendo en cuenta los espacios finales con los que se contará tanto cuando es impresa como cuando esta puesta en una plataforma virtual. La creatividad en el diseño debe tener en cuenta que en un volante de propaganda o flyer deben articularse una cantidad limitada de elementos, con un espacio también limitado, donde deben incluirse el volumen de texto e imagen de manera equilibrada, permitiendo siempre una cierta flexibilidad a la hora de crear, para poder experimentar y descubrir en el proceso de diseño.

A su vez, el nivel de recursos técnicos utilizados para su manufactura, van a ser determinados por el presupuesto con el que se cuente, además del ingenio del diseñador.

El punto central es la estética que a simple vista tenga el volante, ya que de un puñado que puedan tomarse de cualquier mostrador, prevalecerá en la memoria el o los que más llamen la atención, ya sea por su simpleza, su complejidad o su coloración.

Con respecto al uso de íconos, su inclusión no es del todo recomendada, ya que suelen utilizarse para reemplazar otra información, cuando su función en estos soportes debe ser simplemente la de complementar o reforzar algo ya dicho. Así también, debe tenerse en cuenta el sector o grupo de personas al cual se encuentra dirigido, que se corresponderá con los fines que tenga el grupo de personas que desean difundir el folleto.



El famoso " Libro de los muertos" es la muestra del libro ilustrado a mano más antiguo que se conserva; es un papiro egipcio de alrededor del año 2000 a.C.

LA IMPRENTA

Se denomina imprenta a cualquier medio mecánico de reproducción de textos en serie mediante el empleo de tipos móviles, con el objeto de plasmar sobre algún material una inscripción deseada. La necesidad del hombre de comunicarse por medio de impresiones ha trascendido a lo largo de los milenios, por lo cual los métodos para lograrlo han evolucionado rápidamente, hasta llegar al siglo XV, que constituye el hito de la imprenta, cuando Johann Gutenberg crea el sistema de tipos móviles, es decir, la primera imprenta propiamente dicha.

El desarrollo de las técnicas de impresión, desde los métodos más arcaicos hasta el proceso de imprimir en prensa, se fue realizando en diversas épocas y lugares del mundo. Partiendo de la simple copia de libros a mano con pluma o pincel, práctica que llevaron a cabo los egipcios, griegos y romanos, debe destacarse uno de los primeros medios de impresión conocidos a lo largo de la historia, que es la utilización de piedras para sellar. Esta manera de plasmar diversos textos era muy utilizada en Babilonia con fines religiosos, y se lograba mediante artefactos que contenían sellos y tampones, con los cuales se imprimía sobre arcilla, aunque también se grababa con piedras talladas y coloreadas, que eran prensadas contra una superficie para lograr la impresión.