



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO

"DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN MANUAL SOBRE
TÉCNICAS GRÁFICAS Y APLICACIÓN CREATIVA DE LA LETRA"

Eva Graciela Paz Mendoza
Carnet: 8614980
Flor de María Monzón Lavagnino
Carnet: 8716470

Guatemala, noviembre de 1,995.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

"DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN MANUAL SOBRE
TÉCNICAS GRÁFICAS Y APLICACIÓN CREATIVA DE LA LETRA"

Proyecto de graduación
Presentado a la
Honorable Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura
por
EVA GRACIELA PAZ MENDOZA
y
FLOR DE MARÍA MONZÓN LAVAGNINO
al conferírseles el título de
TÉCNICOS EN DISEÑO GRÁFICO

Guatemala, noviembre de 1,995.

02
7 (717)
C-4

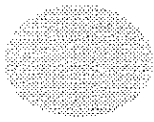
HONORABLE JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA

DECANO : Arq. Julio René Corea y Reyna.
VOCAL PRIMERO: Arq. José Jorge Uclés Chávez
VOCAL SEGUNDO: Arq. Víctor Hugo Jáuregui García
VOCAL TERCERO: Arq. Silvia Evangelina Morales Castañeda
VOCAL CUARTO: Br. Marco Vinicio Barrios
VOCAL QUINTO: Br. César Mauricio Meléndez
SECRETARIO: Arq. Byron Alfredo Rabé Rendón.

TRIBUNAL EXAMINADOR:

Arq. Julio Roberto Tórtola Navarro
Arq. Felipe Hidalgo Villatoro
D.G. María Emperatriz Pérez

ASESOR DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN
D.G. César Alberto Sosa.



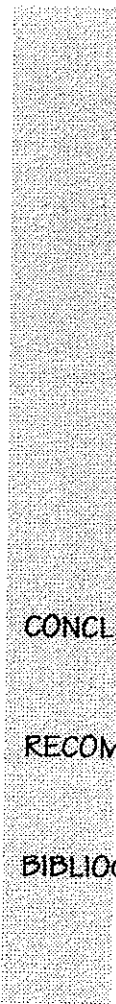
ndice

CONTENIDO:

Indice.....	I
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Introducción.....	1
CAPÍTULO 1: NOTAS INTRODUCTORAS	
1.1. Presentación.....	3
1.2. Objetivos.....	4
1.3. Justificación.....	5
1.4. Delimitación del tema.....	7
1.5. Metodología de la investigación.....	8
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	
2.1. Programa del curso de Tipología del Programa de Diseño Gráfico.....	11
2.2. Conceptos básicos del manual.....	14
2.3. Aplicación de la letra en el diseño gráfico.....	16
2.3.1. La creatividad en la tipografía.....	17
2.3.2. Función primordial de la letra.....	18
2.3.3. Medios de aplicación de la letra.....	18
2.3.4. Tecnología actual.....	19
CAPÍTULO 3: PROCESO DE ELABORACIÓN DEL MANUAL	
3.1. Surgimiento del tema y contenido.....	22
3.2. Aplicación en el medio.....	25
3.3. Creatividad gráfica.....	26
3.4. Diagramación y maquetación.....	27
3.5. Grupo objetivo.....	31
3.6. Medio de impresión.....	33

CAPÍTULO 4: DISEÑO Y ELABORACIÓN DEL MANUAL

CONTENIDO.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
UNIDAD 1: ORIGEN Y DESARROLLO HISTÓRICO DE LA LETRA	
- Origen de los diferentes tipos de letra.....	3
- Historia de la letra.....	5
UNIDAD 2: MORFOLOGÍA Y CLASIFICACIÓN DE TIPOS	
- Morfología de la letra.....	25
- Modalidades de la letra.....	28
- Clasificación de tipos por familias tipográficas.....	31
- Catálogo de tipos por familias tipográficas.....	41
UNIDAD 3: MEDIDAS TIPOGRÁFICAS Y MEDICIÓN DE TIPOS	
- Uso del tipómetro.....	49
- Conversión de medidas.....	50
- Medición de tipos e interlíneas.....	52
UNIDAD 4: DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS.	
- Diagramación para edición de textos.....	57
. Titular.....	58
. Texto.....	60
. Capitular.....	62
. Fotografías, ilustraciones o gráficas.....	63
. Pie de fotografía o ilustración.....	64
. Logotipo.....	65
. Marcos, viñetas y elementos decorativos.....	66
- Diagramación de periódico.....	67
UNIDAD 5: TÉCNICAS GRÁFICAS Y APLICACIÓN CREATIVA DE LA LETRA	
- El Lenguaje de las letras.....	70
- Tipo y color.....	74
. Propiedades del color.....	74
. Clasificación del color por sexo.....	76
. Aplicación del color en los productos.....	76
. Esquemas de color corporativos.....	77
. Tipos coloreados y legibilidad.....	77
. Identidad de grupo.....	78



- Creatividad rompiendo reglas..... 79
- Técnicas gráficas aplicables a la letra..... 82
 - . Modificación..... 83
 - . Medios para aplicar técnicas gráficas..... 85
- Tipografía manuscrita..... 87
- Caligrafía artística..... 89
- Combinación de tipos..... 93
- Aplicación creativa de espaciado y formatos..... 95
- Diseño y análisis de letra - imagen..... 97
- Diseño y análisis de palabra - imagen..... 100
- Diseño y análisis de progresiones..... 106
- Diseño y análisis de logotipos..... 111
- Diseño y análisis de nombres propios..... 118

CONCLUSIONES..... 161

RECOMENDACIONES..... 162

BIBLIOGRAFÍA..... 163

DEDICATORIA

A Dios,
por su amor y fortaleza en mi vida.

Con amor infinito, a mi hijo Ricardo,
razón y alegría de mi vida.

A mi padre (Q.E.P.D.),
inspiración y ejemplo de entrega.

A mi madre,
por su amor, por todos sus sacrificios
y su apoyo incondicional.

A mis hermanos y sobrinos.

A mis amigos,
en especial a Renato (Q.E.P.D.),
por su recuerdo.

Y especialmente, a Werner por su apoyo.

EVA GRACIELA PAZ MENDOZA

A Dios,
motor de mi vida.

Especialmente, a mi esposo Gorge Galindo
y a mis bebés Jorge Ignacio y María del Pilar
por su apoyo y comprensión.

A mis papis,
por su apoyo durante todo el tiempo.

A mis hermanos y sobrinos.

A mis amigos.

FLOR DE MARÍA MONZÓN LAVAGNINO

AGRADECIMIENTOS

Para la realización de nuestro trabajo fue muy importante la participación y colaboración de algunas personas y de una manera muy especial queremos agradecer el apoyo que recibimos de:

D.G. CÉSAR SOSA Y LARISA DE SOSA
ING. LEONEL RICARDO PAZ M.
ING. JORGE GALINDO
LIC. CARLOS BARNEOND
ARQ. BYRON RABÉ RENDÓN
ARQ. ROBERTO LEAL
ARQ. FELIPE HIDALGO VILLATORO
ARQ. JULIO TÓRTOLA NAVARRO
ING. JUAN JOSÉ GRAJEDA
D.G. MARÍA EMPERATRIZ PÉREZ
SRA. LILIA ROJAS DE ORTIZ
SRA. ANA DE QUIJIVIX
SRA. MARY DE QUINTANILLA

Además agradecemos a la Arq. Susana Asencio por el material de apoyo que sirvió para la elaboración de nuestro trabajo y a los diseñadores y estudiantes en especial a Gerson Orozco por permitirnos utilizar sus diseños como apoyo gráfico.

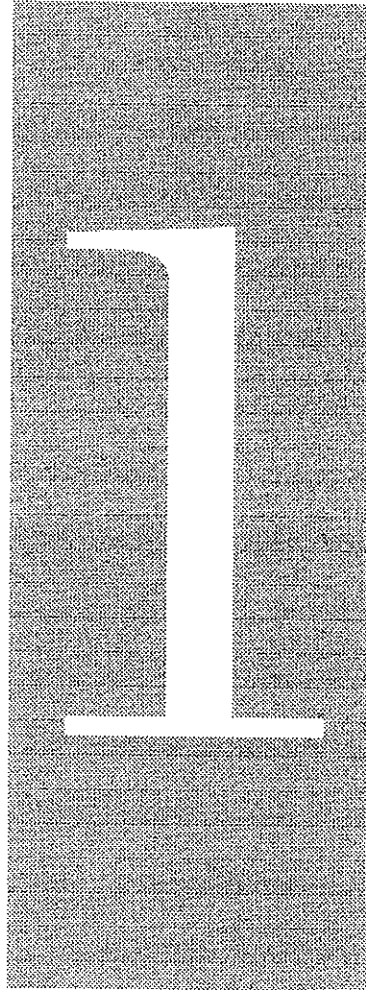
INTRODUCCIÓN

Con el fin de satisfacer, en parte, la necesidad de bibliografía actualizada sobre el manejo de la tipografía en el diseño gráfico, se creó el proyecto titulado "Diseño y elaboración de un manual sobre técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra".

Dicho proyecto recopila y presenta diversas técnicas gráficas aplicables a la letra. Esta recopilación abarca la historia de la letra hasta su aplicación práctica actual con fines creativos y será útil a estudiantes de diseño gráfico y a profesionales de esta disciplina, así como a técnicos gráficos, operativos, para que conozcan el origen, la historia, la clasificación de los tipos en familias tipográficas, como también, medios y técnicas para crear un diseño eficaz de acuerdo a las necesidades del tema. También ayudará en la selección de tipos adecuados ya que según su estructura, su estilo y su expresión darán carácter a un mensaje, siempre que se apliquen técnicas de una forma creativa y adecuada al tema de cada diseño. Además incluye una selección de diseños que presentan una respuesta creativa en el manejo de la tipografía, y posibilitan el descubrimiento de respuestas individuales, que, con el tiempo, se desarrollarán en un estilo personal único.

La creación del denominado "Diseño y elaboración de un manual sobre técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra" es uno de los resultados importantes que se ha dado como consecuencia de los estudios anteriormente mencionados y servirá de instrumento sumamente útil en el medio del diseño gráfico.

Capítulo



NOTAS INTRODUCTORIAS

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

1.1. PRESENTACIÓN

El presente documento recopila y presenta diversas técnicas gráficas aplicables a la letra. Esta recopilación abarca desde la historia de la letra hasta su aplicación práctica actual con fines creativos y será útil a estudiantes de diseño gráfico y a profesionales de esta disciplina, así como también a técnicos gráficos operativos, de la siguiente manera.

- Al conocer el origen, la historia, la clasificación de los tipos en familias tipográficas, así como técnicas gráficas y medios de aplicación para crear un diseño.

- Ayudar en la selección de los tipos de letra adecuados para cada diseño, tomando en cuenta su estructura, su estilo y su expresión.

- Conocer las técnicas gráficas para integrar letras y grafismos dentro de un diseño, manipulando de una forma creativa los tipos, para que formen parte de un diseño integral.

Además, incluye una selección de diseños donde se aplica diversidad de técnicas gráficas.

1.2. OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Los objetivos generales del presente trabajo, denominado "Diseño y elaboración de un manual sobre técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra" son los siguientes:

1. Contribuir al desarrollo del diseño gráfico como profesión, creando bibliografía actualizada y a la vez aplicable a nuestro contexto nacional.
2. Ampliar la capacidad del diseñador gráfico como estudiante o profesional para solucionar eficazmente problemas de índole visual, proporcionándole herramientas técnicas adecuadas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos del presente trabajo son los siguientes:

1. Proporcionar al interesado los parámetros para un estudio preliminar a la definición del tipo de letra adecuado para determinado diseño.
2. Estimular en el interesado la creatividad y que éste la aplique para generar una respuesta eficaz a una necesidad determinada de diseño.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente estudio ha sido elaborado como una respuesta a la necesidad real dentro del diseño gráfico.

Actualmente se ha detectado una marcada deficiencia en la aplicación de la letra en el diseño gráfico (comunicación visual) como producto de la falta de bibliografía referencial sobre el tema.

Este problema tiene una serie de incidencias que afectan el proceso del diseño en general, pues la tipografía muchas veces no se ajusta a los elementos gráficos. No se estudia el tipo adecuado a los intereses del tema y los efectos que se aplican a la letra, al estar mal empleados hacen que el mensaje a transmitir no se reciba eficazmente.

Es posible enumerar las razones por las cuales la bibliografía es la causa del problema:

1. Técnicas: La mayor parte del material bibliográfico existente en nuestro medio, trata sobre procedimientos anacrónicos y fuera de uso.
2. Idioma y contexto: La poca bibliografía adquirible en Guatemala referente a técnicas, métodos, y diseño de letra, se encuentra en idiomas diferentes al nuestro y con aplicación en contextos ajenos.

3. Económicas: la bibliografía inherente al diseño gráfico por ser tan especializada, se encuentra en el mercado a precios inaccesibles, por lo que es muy escasa para la mayoría de personas que la utilizan.

1.4. DELIMITACIÓN DEL TEMA

LÍMITES GEOGRÁFICOS

Geográficamente, el manual que ha sido elaborado, es aplicable al territorio nacional, aunque podría tener vigencia en otras regiones de similares contextos.

CAMPO DE ACCIÓN

El manual en cuestión podrá ser utilizado como una herramienta de enseñanza en diferentes centros de estudio, como podría ser en el curso de Tipología, del Programa de Diseño Gráfico. También puede utilizarse como referencia, para cualquier profesional o técnico de las artes gráficas, de tal forma que su campo de acción abarque todos los sectores que cubre las artes mencionadas y sus productos que van desde afiches, logotipos, señalizaciones, publicaciones, anuncios en general, hasta una imagen corporativa.

GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo del presente estudio está comprendido por tres diferentes sectores:

- Estudiantes de diseño gráfico.
- Profesionales del diseño gráfico.
- Técnicos gráficos operativos.

1.5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para elaborar el presente documento, aplicamos el método "Caja de Cristal", partiendo de la necesidad de elaborar material de referencia para el diseñador gráfico / estudiante sobre la aplicación creativa de la letra en un diseño.

Para aplicar el método "Caja de Cristal" realizamos el siguiente procedimiento:

1. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

Se recopiló la información necesaria, adecuada a nuestro medio y necesidades. La cual es el fundamento de la elaboración del presente trabajo.

2. ENTREVISTAS

Se realizaron entrevistas a personas relacionadas con el diseño y disciplinas afines, quienes aportaron información con base en su experiencia, sobre las técnicas y procedimientos que utilizan al aplicar la letra en un diseño.

3. ENCUESTAS

Se elaboró una encuesta para determinar las características del grupo objetivo, dentro de los estudiantes del curso de Tipología del Programa de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura. U.S.A.C.

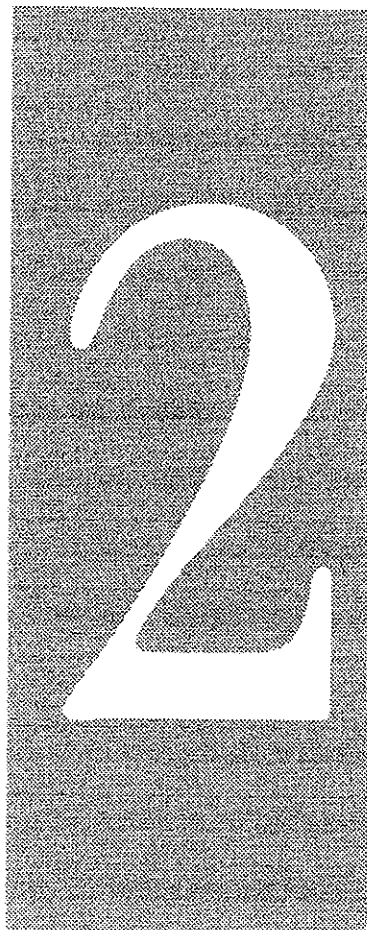
4. ANÁLISIS COMPARATIVO

Se hizo un análisis de diseños, emitiendo un juicio crítico sobre los mismos.

5. SÍNTESIS

De toda la información recopilada, se hizo una síntesis, para determinar el material necesario para la elaboración del "Manual de técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra".

Capítulo



MARCO TEÓRICO

2.1. PROGRAMA DEL CURSO DE TIPOLOGÍA DEL PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO

El contenido del programa del curso de Tipología del Programa de Diseño Gráfico de 1995, se elaboró en base a los contenidos del “Manual de Técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra”, con el fin de hacer una prueba piloto, para verificar si dicho manual satisface la necesidad de bibliografía para los estudiantes del segundo semestre.

DESCRIPCION DEL CURSO

El curso de Tipología forma parte del área técnico-expresiva de la carrera de diseño gráfico. En el curso se estudian el origen, desarrollo, morfología y clasificación de caracteres tipográficos, edición de textos y técnicas gráficas en la aplicación creativa de la letra, para finalmente aplicar los conocimientos en diseños específicos.

OBJETIVO GENERAL DEL CURSO

Que el estudiante conozca, comprenda y aplique en forma sistemática y creativa, los principios fundamentales de la tipología en el campo del diseño gráfico.

OBJETIVOS TERMINALES DEL CURSO

Que el estudiante al finalizar el curso sea capaz de:

- Comprender la importancia del origen y evolución del alfabeto latino y su incidencia en la estructura morfológica del mismo.
- Comprender la clasificación de la letra en familias tipográficas.
- Aplicar los conceptos básicos de diagramación para edición de textos.
- Aplicar correctamente la letra en mensajes específicos.
- Trazar y construir diferentes caracteres tipográficos en diferentes estilos, mediante el manejo correcto de los instrumentos y materiales de dibujo.
- Aplicar la tipología en forma creativa, mediante técnicas y métodos de composición.
- Asumir actitudes críticas y objetivas para desarrollar y juzgar diseños que incluyan letras.

DOSIFICACIÓN DEL CURSO

El curso de Tipología comprende 4 unidades:

UNIDAD 1

TEMA: Origen y desarrollo histórico de la letra.

CONTENIDO: Origen y desarrollo del alfabeto latino, el alfabeto latino antes del surgimiento de la tipografía y el alfabeto latino después del surgimiento de la tipografía.

UNIDAD 2

TEMA: Morfología y clasificación de tipos por familias tipográficas.

CONTENIDO: Morfología de la letra, modalidades de la letra, clasificación de tipos por familias tipográficas y trazos del alfabeto romano.

UNIDAD 3

TEMA: Medidas tipográficas y diagramación para edición de texto.

CONTENIDO: Medidas básicas, medición de tipos e interlíneas, indicaciones de diagramación para edición de textos y diagramación en periódico.

UNIDAD 4

TEMA: Técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra.

CONTENIDO: El lenguaje de las letras, tipo y color, técnicas gráficas y diseño y análisis de letra-imagen, palabra - imagen, progresiones, logotipos y nombres propios (1).

2.2. CONCEPTOS BÁSICOS DEL MANUAL

ORIGEN DE LOS DIFERENTES TIPOS DE LETRA

Los romanos, sus antecesores los griegos, los egipcios, los fenicios, los asirios, y el hombre de la prehistoria, tenían ya una forma de comunicarse por escrito, mediante signos escritos, pero la verdad es que hasta llegar al Imperio Romano surge el alfabeto occidental, tal como lo conocemos hoy; lo cierto es que ese estilo de letra romana originó, por evolución, todos los tipos de letra conocidos desde entonces (2).

MORFOLOGÍA DE LAS LETRAS

Se refiere a las formas de las letras tanto la figura o espacio positivo, como también al espacio negativo dentro o alrededor de ellas (3).

FAMILIA TIPOGRAFICA

“En tipografía, significa la agrupación de varios tipos de letra cuyas características coinciden o son similares”(2). Existen 7 diferentes familias tipográficas: romano antiguo, romano transicional, romano moderno, egipcias, contemporáneos, caligráficos y misceláneos.

Un tipo es un diseño de una letra determinada.

DIAGRAMACIÓN

Es la distribución adecuada de los elementos de diseño dentro de un formato determinado.

EL LENGUAJE DE LAS LETRAS

Los diferentes tipos de letra son obra de diseñadores que les han difundido personalidad para transmitir mensajes determinados. Cada uno de ellos cumple una función diferente en la comunicación visual. Por lo mismo es importante determinar el tipo de letra adecuado para realizar un diseño (4).

TECNICAS GRAFICAS

Se refiere al tratamiento gráfico personal de un tipo determinado, de manera que modifique su carácter, lo cual ayudará a darle mayor significado a un diseño.

TIPO Y COLOR

La aplicación de color, tanto en grafismos, como en la tipografía, es una de las herramientas más importantes y más versátiles dado que las variaciones y combinaciones dentro del espectro pueden emplearse para modificar la perspectiva del material visual. De modo similar una variación en la tonalidad del color, puede suponer una diferencia cuando hay restricciones establecidas(4).

2.3. APLICACIÓN DE LA LETRA EN EL DISEÑO GRÁFICO

Las exigencias del mercado son cada vez mayores. La competencia ha influido mucho en ello y depende en gran medida el éxito que tenga un diseño.

La influencia de la tipografía en el diseño gráfico como comunicación visual, es determinante, ya que la tipografía determina el carácter de cualquier mensaje escrito, según sea la familia, el tipo o tamaño.

“La tipografía no es un proceso automático y mecánico, ni es obra de magia. Es una actividad generada por el pensamiento, la imaginación y la destreza, y su grado de creatividad depende de la actitud del diseñador”(4). El diseñador conseguirá los resultados deseados si sabe lo que persigue y si tiene la creatividad, la destreza y la técnica suficientes.

2.3.1. LA CREATIVIDAD EN LA TIPOGRAFÍA

El pensar creativamente acerca de la tipografía no tiene que ver con habilidades o técnicas de estudio; es una cuestión de actitud mental y de almacenamiento de ideas.

Actualmente estamos bombardeados por un flujo incesante de palabras e imágenes, que nos influyen y afectan por la variedad de mensajes que transmiten y las experiencias visuales que crean. Ante esto debemos de ser capaces de distinguir, en nuestro beneficio, lo bueno de lo malo y ser sensibles ante un material que quizá sepamos aprovechar. Debemos hacernos de un conjunto de datos de referencia utilizables, exponiéndonos a tantas fuentes diferentes de imágenes gráficas como podamos. Para conseguirlo no sólo debemos visitar exposiciones, leer publicaciones profesionales, sino además examinar y analizar todas y cada una de las imágenes gráficas, tanto en centros comerciales, como paneles publicitarios, periódicos, revistas o libros, empaques, etc., haciendo un análisis crítico o esbozando en un papel a trazos rápidos cualquier cosa que nos llame la atención y que genere en nosotros alguna idea.

Es determinante que el diseñador gráfico sea creativo, retomando ese conjunto de estímulos externos, para aplicar adecuadamente sus estímulos internos en una tarea de diseño. Es importante observar y analizar el modo en que otros diseñadores han plasmado sus ideas y pensar en cómo nos hubiera gustado tratar los temas (4).

2.3.2. FUNCIÓN PRIMORDIAL DE LAS LETRAS

Nuestro alfabeto está constituido por veintiséis símbolos distintos que representa miles de años de evolución. Como diseñador usted podría modificar, simplificar o embellecer sus formas, pero no se puede alterar su estructura básica sin perjudicar la comunicación. "Por ello debemos tener siempre en cuenta que antes que la forma esta la función y en este caso la función primordial de las letras es la comunicación" (5).

"Todos los criterios para diseñar y juzgar "la buena tipografía" está basada en sus fundamentos históricos, he allí la importancia de comprender el origen y la evolución histórica de nuestro alfabeto latino" (5).

2.3.3. MEDIOS DE APLICACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA

La tipografía se aplica en diferentes materiales de comunicación visual como revistas, folletos, logotipos, publicaciones de cualquier tipo, señalizaciones, hasta en una imagen corporativa. La aplicación de tipografía en cualquier material antes mencionado debe de llevar un estudio o análisis preliminar para seleccionar y determinar qué tipo de letra es el más adecuado y con base en esto, aplicar técnicas gráficas si el diseño lo amerita.

2.3.4. TECNOLOGÍA ACTUAL

Para comunicar ideas de forma visual, el diseñador gráfico necesita de una serie de herramientas básicas en cuyo manejo se sienta cómodo. Es recomendable manejar una caja de herramientas creativas, cuyos componentes probados estén siempre a mano (4). Además, el diseñador debe de familiarizarse con cualquier instrumento, equipo y tecnología para determinar cual será la herramienta que se ajuste a las necesidades de aplicación de la tipografía en un diseño.

La computadora nos ofrece muchas ventajas como instrumento de aplicación, ya que dispone de programas con los cuales en muy poco tiempo podemos trabajar la tipografía para un diseño. Lo importante es saber combinar la tecnología con los instrumentos que tenemos a nuestro alcance.

El diseñador que tiene a su alcance y maneja un sinfín de instrumentos, equipo, y tecnología debe de auxiliarse de ello, para crear algo. Lo determinante en el diseñador es la creatividad y destreza en el manejo de estas herramientas auxiliares.

ABREVIATURAS
DE CITAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) PROGRAMA DEL CURSO DE TIPOLOGÍA. Programa de Diseño Gráfico. Facultad de Arquitectura. U.S.A.C.
 - (2) Parramón, José M. ASÍ SE DIBUJAN LETRAS, ROTULOS, LOGOTIPOS. Parramón Ediciones, S.A. Barcelona. Pags. 11 y 37.
 - (3) Asensio, Susana y Farfán Lorena. Morfología y clasificación de tipos. Curso de Tipografía. Programa de Diseño Gráfico. Facultad de Arquitectura. U.S.A.C.
 - (4) Marion March. TIPOGRAFÍA CREATIVA. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1989. Pags. 20, 36, 18 y 12.
 - (5) Asensio, Susana y Farfán Lorena. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL ALFABETO LATINO. Curso de Tipografía. Programa de Diseño Gráfico. Facultad de Arquitectura. U.S.A.C.
-

Capítulo

3

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL MANUAL

3.1. SURGIMIENTO DEL TEMA Y CONTENIDO

El tema y contenido del “Manual de técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra”, surgió de la necesidad de bibliografía adecuada a nuestro medio sobre el manejo y aplicación creativa de la letra en un diseño. Por lo anterior, elaboramos un manual con un contenido que abarca los temas más importantes con respecto al manejo de la letra dispuestos de la siguiente manera:

UNIDAD 1

Origen y desarrollo histórico de la letra : Que contiene la evolución del alfabeto, desde el inicio de la prehistoria hasta la creación de los diferentes estilos por familias tipográficas.

Mediante el desarrollo histórico de la letra, podremos observar que su evolución se dió por la necesidad de una comunicación más rápida y accesible a cada necesidad que se iba presentando en el transcurso del tiempo.

UNIDAD 2

Morfología y clasificación de tipos: Abarca el estudio morfológico de la estructura de la letra, las modalidades en que se presenta, la clasificación de los tipos por familias tipográficas, sus características en común e incluye un catálogo de letras clasificadas por familias.

Lo importante de este tema es apreciar detenidamente la estructura de la letra, sus modalidades y clasificación para poder seleccionar el tipo de letra adecuado para cada diseño dependiendo del tema.

UNIDAD 3

Medidas tipográficas y medición de tipos: Contiene el uso del tipómetro y cómo medir tipos e interlíneas y procedimientos para hacer conversiones de una medida a otra.

UNIDAD 4

Diagramación para edición de textos: Contiene los elementos básicos de diagramación y las indicaciones que deben de llevar para la edición de textos. En esta unidad se aplican todos los temas de las unidades anteriormente mencionados, como parte de un diseño.

UNIDAD 5

Técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra: Contiene el manejo y aplicación creativa de la letra en un diseño, aplicando el contenido de las unidades anteriores para realizar un estudio preliminar en la selección de los tipos adecuados, para luego aplicar color, técnicas y grafismos que ayuden a mejorar la comunicación visual en un diseño.

Esta unidad contiene conceptos sobre la aplicación creativa de la letra, ejemplificados con diseños en los cuales se analiza cada elemento importante sobre la aplicación de la letra.

3.2. SU APLICACIÓN EN EL MEDIO

Dicho manual es un auxiliar sobre el manejo y aplicación de la tipografía en un diseño y será útil a estudiantes de diseño gráfico, a profesionales del diseño gráfico y a técnicos gráficos operativos. Para el interesado será una guía de conceptos que se exponen en forma gradual, para ser analizados y aplicados creativamente con el fin de obtener diseños con una debida aplicación de la letra.

El "Manual de técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra" podría utilizarse como documento de bibliografía en el curso de tipología, del Programa de Diseño Gráfico, ya que contiene los temas del programa de dicho curso y además, también esta adaptado al medio y al nivel de los estudiantes del segundo semestre.

3.3. CREATIVIDAD GRÁFICA

El presente manual contiene diseños elaborados por estudiantes de segundo semestre del Programa de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala y por diseñadores gráficos profesionales. Estos diseños fueron seleccionados porque ilustran respuestas creativas al aplicar la letra y las técnicas gráficas. Así mismo el interesado tendrá la oportunidad de descubrir respuestas individuales para posteriormente desarrollar un estilo personal único.

Además, dicho manual contiene esquemas y gráficas que resumen y ejemplifican, en gran parte sus contenidos. Esto ayudará a que el lector tenga una mejor y más clara comprensión de los conceptos.

3.4. DIAGRAMACIÓN Y MAQUETACIÓN

La diagramación consiste en la ubicación de todos los elementos dentro de las páginas de dicho manual.

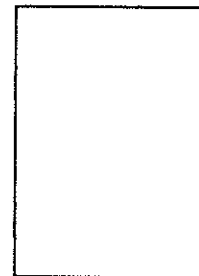
En general la distribución de los elementos (títulos, textos, gráficas, etc), está basada en un diseño flexible, con la intención de hacerlo más dinámico y así mantener la atención del lector.

Formato:

- Vertical
- Tamaño carta (8½ X 11 Plg)

Márgenes:

- Superior: 1.5 Plg.
- Inferior: 0.98 Plg.
- Derecho: 1.18 Plg.
- Izquierdo: 1.18 Plg.



A continuación describiremos brevemente los elementos de la diagramación de dicho manual:

Los titulares están ubicados en la parte superior del formato en tonos grises, en tamaños más grandes que los textos. En los titulares se utilizó el tipo de letra Plaza a 24. Pts. e iniciales a 48 Pts. Este tipo de letra visualmente produce una buena armonía con el tipo de letra de los textos, porque son tipos modernos, con estructuras delgadas.

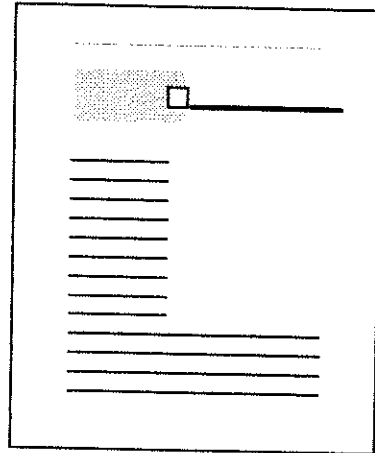
Los textos están ubicados en columnas angostas para dar aire al formato. En los textos se aplicó el tipo de letra Technical a 12 Pts. Se seleccionó este tipo de letra por el dinamismo que presenta en su estructura, ya que dicho manual está dirigido generalmente a personas jóvenes.

Las gráficas están colocadas al lado de los textos con sus respectivos pies de gráfica, que describe a las mismas.

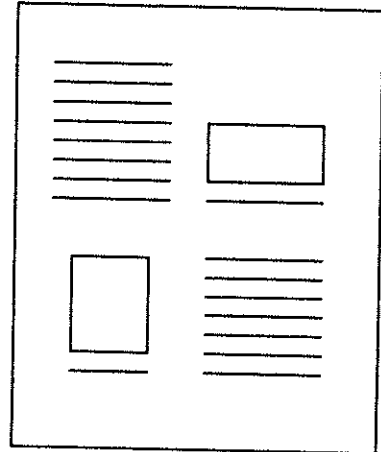
Las carátulas son básicamente sencillas y con bastante aire para darle mayor énfasis al diseño central.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

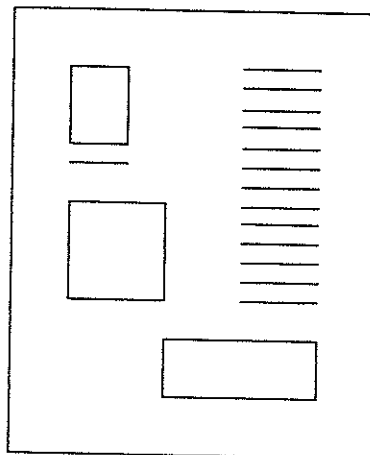
EJEMPLOS DE DIAGRAMACIÓN



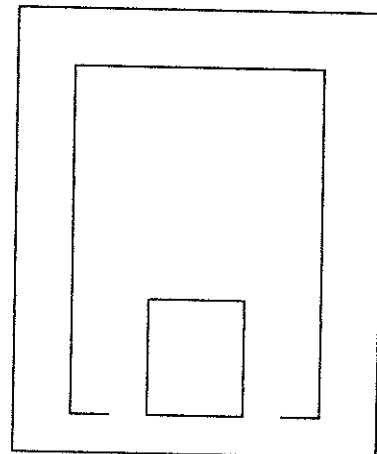
(Hoja de principio de capítulo)



(Hoja interior con texto y gráficas)

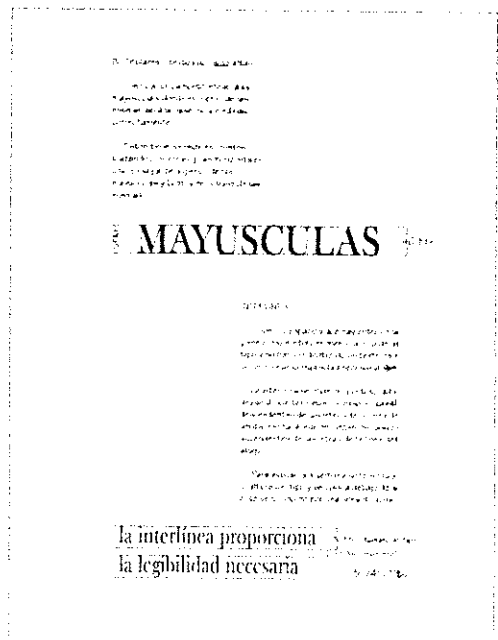
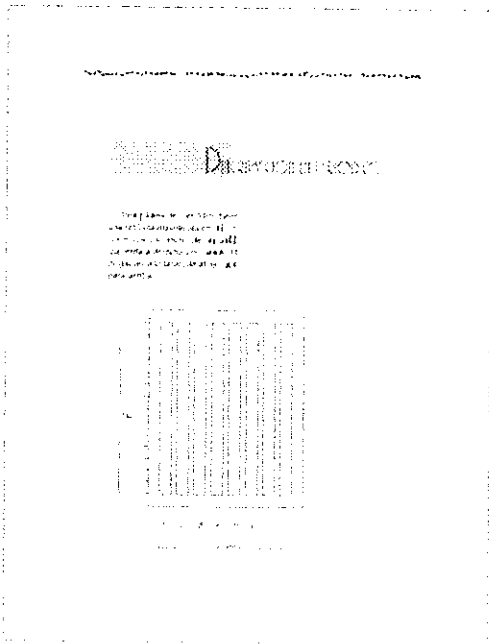
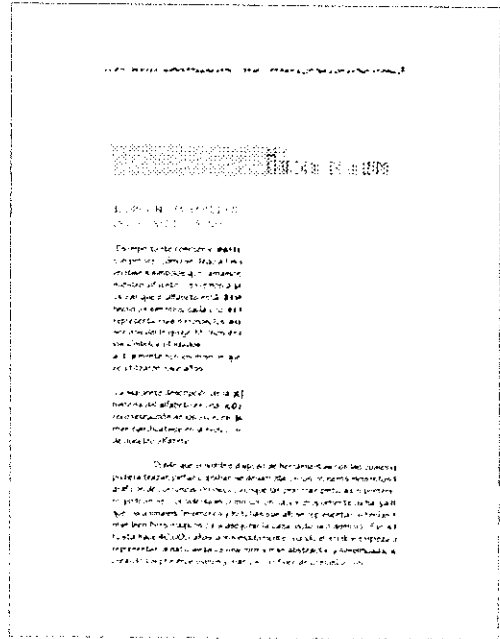
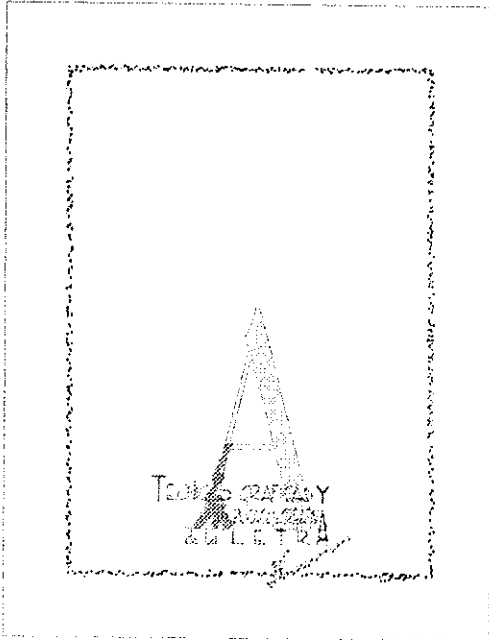


(Hoja interior con texto y gráficas)



(Hoja de carátula de unidad)

EJEMPLOS DE MAQUETACION FINAL



3.5. GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo del presente estudio está comprendido por tres diferentes sectores:

- Estudiantes de diseño gráfico.
- Profesionales del diseño gráfico.
- Técnicos gráficos operativos.

Elaboramos una encuesta para determinar las principales características en los estudiantes de diseño gráfico, del segundo semestre del curso de Tipología, con lo cual se pudo determinar que el 65% de los estudiantes esta conformado por mujeres y un 35% por hombres, los cuales oscilan entre 17 y 20 años de edad en su mayoría.

El 49% de los estudiantes antes mencionados poseen el título de bachilleres, siguiéndole el 20% de maestros y el resto siendo una minoría peritos, secretarias y otros.

Siendo así que el 62% de los estudiantes se dedican solamente a sus estudios, el 38% comparten sus estudios con trabajos que no tienen ninguna relación con el diseño gráfico, y un 24% realizan trabajos relacionados con diseño gráfico, y de ellos, la mayoría no poseen conocimiento sobre el manejo de la tipografía.

Por todo lo anterior se pudo determinar que es necesario para los estudiantes antes mencionados el "Manual de técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra", como material bibliográfico para el curso de tipología, ya que contiene temas afines a dicho curso.

INSTRUCCIONES:

Marque con una la respuesta seleccionada.

1. A qué sexo pertenece ?

- Femenino
- Masculino

2. Qué edad tiene ?

- De 17 a 20 años.
- De 21 a 24 años.
- De 25 a 30 años.
- De 31 o más.

3. Título de nivel medio?

- Bachiller.
- Perito Contador.
- Secretariado.
- Magisterio.

otro: _____

4. Trabaja?

- Si
- No

5. Si trabaja, a que se dedica?

6. Su trabajo tiene alguna relación con la carrera de Diseño Gráfico?

- Si
- No

7. Tiene algún conocimiento o experiencia sobre el manejo de la Tipografía?

- Ninguno
- Poco
- Mucho

3.6. MEDIO DE IMPRESIÓN

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

El trabajo final consiste en un documento titulado "Manual de técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra", el cuál será impreso en sistema litográfico, por la cantidad de ejemplares a reproducir. Dicho documento consta de 130 páginas a un color (blanco y negro) , será impreso en papel bond 80 grs. y la carátula en texcote C-12 a tamaño carta 11 X 8 ½ ".

La impresión de 500 ejemplares del trabajo descrito anteriormente tendrá un costo de Q. 27,500.00 + 1,925.00 de iva = Q. 29,425.00. El precio de costo por ejemplar será de Q. 58.85

En anexos se incluye la cotización de dicho trabajo.

Capítulo

4

DISEÑO Y ELABORACIÓN DEL MANUAL

CONTENIDO DEL MANUAL

INTRODUCCIÓN	1
UNIDAD 1: ORIGEN Y DESARROLLO HISTÓRICO DE LA LETRA	
- Origen de los diferentes tipos de letra	3
- Historia de la letra	5
UNIDAD 2: MORFOLOGÍA Y CLASIFICACIÓN DE TIPOS	
- Morfología de la letra	25
- Modalidades de la letra	28
- Clasificación de tipos por familias tipográficas	31
- Catálogo de tipos por familias tipográficas	41
UNIDAD 3: MEDIDAS TIPOGRÁFICAS Y MEDICIÓN DE TIPOS	
- Uso del tipómetro	49
- Conversión de medidas	50
- Medición de tipos e interlíneas	52
UNIDAD 4: DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS	
- Diagramación para edición de textos	57
. Titular	58
. Texto	60
. Capitular	62
. Fotografías, ilustraciones o gráficas	63
. Pie de fotografías o ilustración	64
. Logotipo	65
. Marcos, viñetas y elementos decorativos	66
- Diagramación de periódico	67

UNIDAD 5: TÉCNICAS GRÁFICAS Y APLICACIÓN CREATIVA DE LA LETRA

- El lenguaje de las letras	70
- Tipo y color	74
. Propiedades del color	74
. Clasificación del color por sexo	76
. Aplicación del color en los productos	76
. Esquemas de color corporativos	77
. Tipos coloreados y la legibilidad	77
. Identidad de grupo	78
- Creatividad rompiendo reglas	79
- Técnicas gráficas aplicables a la letra	82
. Modificación	83
. Medios para aplicar técnicas gráficas	85
- Tipografía manuscrita	87
- Caligrafía artística	89
- Combinación de tipos	93
- Aplicación creativa de espaciado y formatos	95
- Diseño y análisis de letra - imagen	97
- Diseño y análisis de palabra - imagen	100
- Diseño y análisis de progresiones	106
- Diseño y análisis de logotipos	111
- Diseño y análisis de nombres propios	118

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo denominado "Manual de técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra", recopila y presenta diversas técnicas gráficas aplicables a la letra. Esta recopilación abarca la historia de la letra hasta su aplicación práctica actual con fines creativos y pretende ser útil a estudiantes de diseño gráfico, profesionales de esta disciplina, así como a técnicos gráficos operativos, para que conozcan el origen, la historia, la clasificación de los tipos en familias tipográficas como medios y técnicas para crear un diseño eficaz de acuerdo a las necesidades del tema. También ayudará en la selección de tipos adecuados, ya que según su estructura, su estilo y su expresión darán carácter a un mensaje, siempre que se apliquen las técnicas de una forma creativa y adecuadas al tema de cada diseño.

Dicho manual incluye una selección de diseños que presentan una respuesta creativa en la aplicación de la letra y técnicas gráficas, lo cual permitira descubrir las respuestas individuales que con el tiempo se desarrollarán en un estilo personal único.

ORIGEN DE LOS DIFERENTES TIPOS DE LETRA

Todos los tipos existentes provienen del tipo romano clásico, inspirado en el texto grabado sobre piedra, en la columna erigida en Roma por el Emperador Trajano (fines del siglo I).

Antes de ese tiempo, los romanos, sus antecesores, los griegos los egipcios, los fenicios, los asirios, incluso el hombre de la prehistoria, tenían ya una forma de comunicarse por escrito, mediante signos escritos, pero hasta la llegada del Imperio Romano, surge el alfabeto occidental, tal como lo conocemos hoy; y lo cierto es que de ese estilo de letra romano se originó por evolución, todos los tipos de letra conocidos desde entonces (11).

A continuación una interpretación del actual alfabeto occidental

A B C
D E F
G H I
J K L
M N O
P Q R S
T U V
X Y Z

El alfabeto occidental se inicia en las letras lapidarias halladas en Roma, en la columna trajana. El diseño de este alfabeto es de una funcionalidad, riqueza estética y elegancia extraordinarias. De él se derivan todos los alfabetos y todos los estilos de letra existentes. He aquí una interpretación de dicho alfabeto por el grafista J. Santandreu (GI).

HISTORIA DE LA LETRA

I. ORIGEN Y DESARROLLO DEL ALFABETO LATINO

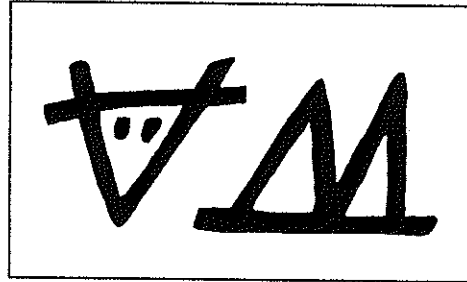
Es importante conocer y comprender cómo se llegó a los veintiséis símbolos que llamamos nuestro alfabeto. Tendemos a olvidar que el alfabeto está hecho de símbolos, cada uno representa, los sonidos del lenguaje. Muchos de los símbolos utilizados actualmente son los mismos que se utilizaron hace años.

La siguiente descripción de la historia del alfabeto latino, es una reconstrucción de los avances más significativos en la evolución de nuestro alfabeto.

“Desde que el hombre dispuso de herramientas con las cuales pudiera trazar, pintar o grabar, se desarrollaron los primeros elementos gráficos de comunicación visual, aunque las primeras pinturas rupestres no podrían ser consideradas como comunicación propiamente dicha, ya que los animales, fenómenos y batallas que allí se representaron tenían más bien fines mágicos para asegurar la caza, victoria o dominio. Fue hasta hace 40,000 años, aproximadamente cuando el hombre empieza a representar la naturaleza de una forma más abstracta y simplificada; creando los primeros signos con fines de comunicación” (T2).

ESCRITURA PICTOGRÁFICA

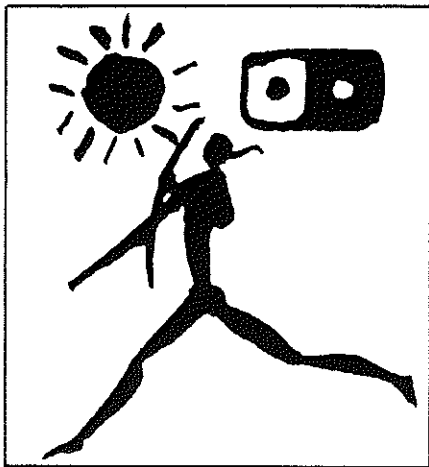
Es la primera forma de comunicación visual basada en dibujos simplificados o un esquema que representa un objeto concreto de la naturaleza. Como por ejemplo: la escritura de pictogramas que los indígenas americanos desarrollaban para representar aspectos de su vida cotidiana (personas, animales, armas, etc.) y transmitir mensajes como un conjunto (T2).



El pictograma es un símbolo que representa un objeto. A la izquierda un símbolo antiguo que representa un buey; a la derecha el símbolo de la casa (G2)

ESCRITURA IDEOGRÁFICA

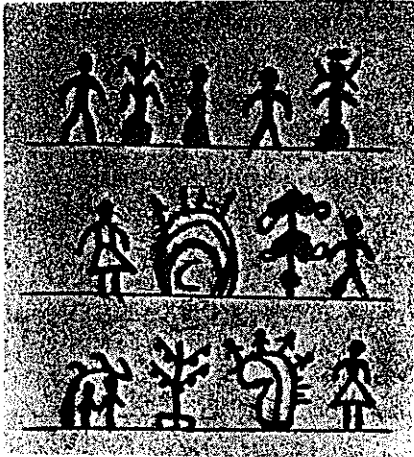
En el año 6,000 a. C. en la era Neolítica, cuando el hombre se establece en lugares determinados cultivando tierra y formando comunidades, surge la necesidad de una comunicación más amplia y abstracta, más allá de la representación de objetos concretos y así se crearon los ideogramas que son símbolos que representan pensamientos, funciones o ideas. Esta escritura llega a desarrollarse en Palestina y la región montañosa de Mesopotamia (T2).



El ideograma 6,000 años a. C. (G1)

ESCRITURA PICTOIDEOGRÁFICA

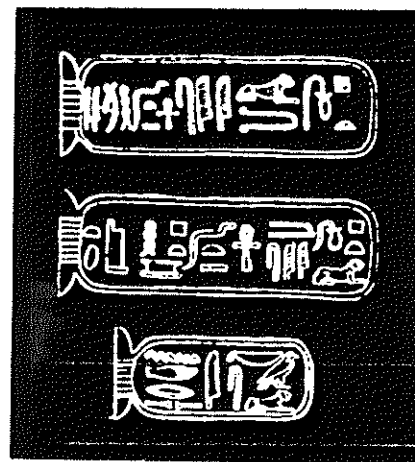
Aproximadamente 4,000 a. C. la raza semítica, precedente de Arabia, Fenicia y Siria, se establecen en Egipto, en el río Nilo. Los semitas con su gran sentido de organización, crearon la escritura denominada pictoideografía en la que se combinan los símbolos concretos (pictogramas) y abstractos (ideogramas) en forma continua y ordenada, la cual permitía describir eventos y hechos históricos, aunque aquí no intervenían los sonidos del lenguaje (T2).



La escritura pictoideográfica, 4,000 a. C. (G1)

ESCRITURA JEROGLÍFICA

Unos 3,000 a. C. en Egipto la escritura pictoideográfica evoluciona y el sistema de escritura se enriquece con la combinación de signos claves y dibujos que permiten el uso de un vocabulario más amplio donde el significado de las cosas empieza a interpretarse no sólo por el dibujo o la forma, sino también por el sonido o fonema de cada sílaba o palabra. Esta cualidad llegó a un nivel tan alto de desarrollo, que finalmente los signos fueron usados como alfabeto (T2).



La escritura jeroglífica en Egipto
3,000/ 2,500 a. C. (G1)

ESCRITURA HIERÁTICA Y DEMÓTICA

En esta escritura, la asignación de valores fonéticos independientes de la imagen, llegan a su máxima expresión, generando formas de escritura más simplificadas y figurativas por la misma necesidad de escribir con rapidez. Surgen formas de escritura semejantes a los de una escritura caligráfica basada en un alfabeto (T2).



Escritura hierática y demótica 1,500 a. C. (G1)

ESCRITURA CUNEIFORME

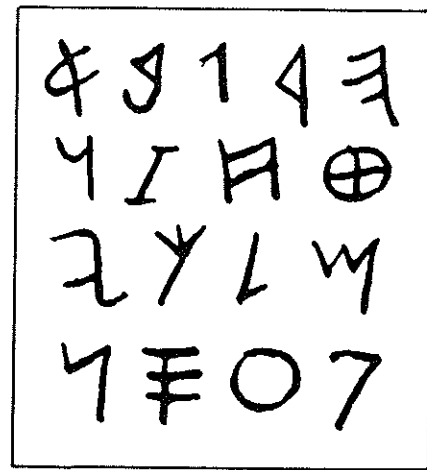
En la baja Mesopotamia, los sumerios adoptan la escritura jeroglífica y transforman los dibujos en rasgos geométricos, utilizando como pluma cañas de puntas afiladas con las que grababan sobre tablillas de arcilla cruda símbolos en forma de pequeños triángulos, por lo que se denominó escritura cuneiforme. Al prescindir de la imagen, utilizando signos-fonemas (en un número aproximado de quinientos signos), la escritura cuneiforme del año 2,500 a. C. representa un paso decisivo hacia el alfabeto (T2).



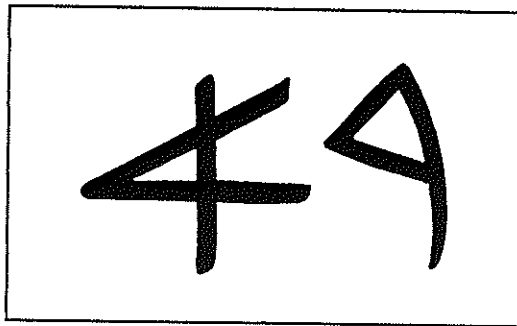
Escritura cuneiforme de 2,500 a. C. (G1)

ALFABETO SILÁBICO FENICIO

El momento más trascendental en la historia del alfabeto latino se registra alrededor del año 1,600 a. C. cuando los fenicios crearon un alfabeto fonético más simple que permite una comunicación más rápida e ilimitada. En el año 1,200 a. C. el alfabeto fenicio estaba compuesto ya de 22 signos o letras, todas las letras representaban sonidos consonantes, los sonidos vocales no estaban representados, pero se pronunciaban, por lo que las palabras se deben haber visto como abreviaturas separadas mediante puntos: (Sr. Br.) . Este alfabeto se leía de derecha a izquierda (T2).



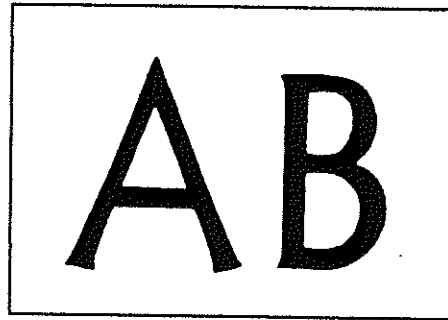
Alfabeto silábico fenicio
1,300/1,000 a. C. (G1)



Las primeras dos letras del alfabeto fenicio. A la izquierda el símbolo alep (buey) y a la derecha el símbolo beth (casa) (G2)

ALFABETO GRIEGO

En el año 1,000 a. C. con el comercio marítimo que los fenicios sostenían se hizo factible el intercambio y transmisión de cultura, logrando que Grecia conociera su sistema de escritura de 22 letras. Los griegos perfeccionaron el aspecto gráfico de las letras, agregaron la representación de cuatro de los cinco sonidos vocales que hoy conocemos. Del nombre de sus primeras dos letras *alpha - beta* se deriva el vocablo alfabeto (T2).



Las primeras dos letras del alfabeto griego. Prestadas de lo fenicios. Estas formas fueron modificadas por los griegos y las llamaron *alpha* y *beta* (G2)

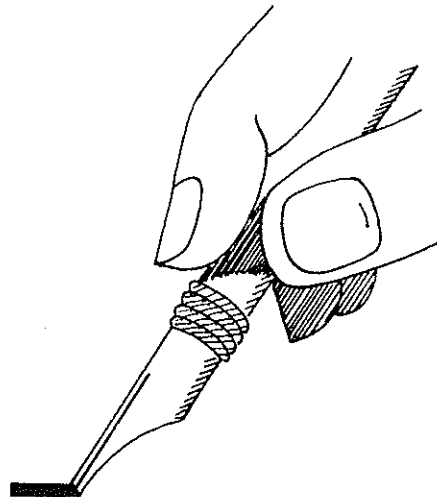
En el año 403 a. C. en Atenas se adopta oficialmente el alfabeto griego, ya no sólo como un simple elemento comunicador de hechos y acontecimientos, sino como un recurso para preservar y transmitir conocimientos y cultura.

2. EL ALFABETO LATINO ANTES DEL SURGIMIENTO DE LA TIPOGRAFÍA

Durante el período romano al Renacimiento, el alfabeto latino limitado a estilos que podían formarse rápida y fácilmente. Los documentos eran manuscritos, porque no existían máquinas de escribir ni prensa. Aunque se contaba con varios instrumentos de escritura, la pluma estilográfica o de punta biseada fue elegida tradicionalmente. Esta producía, con un mínimo de trazos, letras legibles y una agradable combinación de rasgos gruesos y delgados.

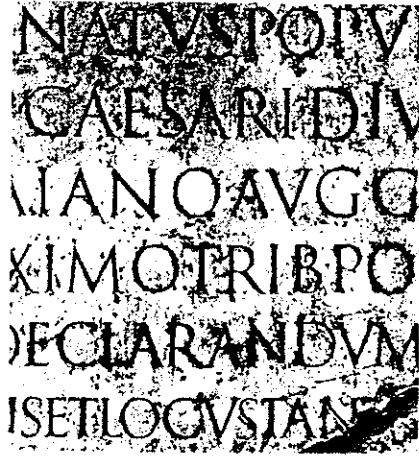
Según la posición de la pluma y alterando las proporciones de las letras se podía producir una variedad de estilos, contribuyendo al desarrollo evolutivo del alfabeto.

Durante los quince siglos de desarrollo, cada estilo escrito era reflejo de la concurrencia tecnológica y cultural y también hasta el menos próspero de los estilos proporcionó en varias ocasiones ideas únicas en desarrollos ulteriores significativos (T2).



CAPITALES TRAJANAS

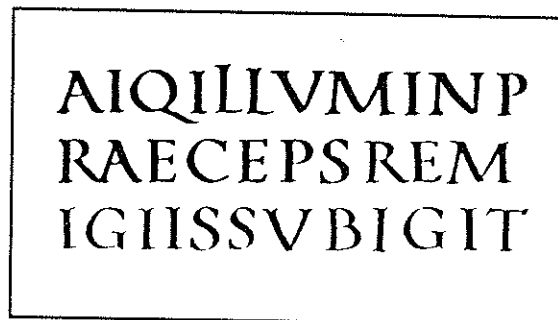
El alfabeto latino adaptado de los griegos por los romanos se desarrolló por siglos antes de ser usado en el año 114 a. C. en la Columna Trajana de Roma. Inscritas en piedra, las capitales trajanas han servido como un criterio permanente a la escritura. Por veinte siglos el alfabeto latino en evolución se ha formalizado periódicamente con el reconocimiento de las capitales trajanas. Actualmente muchos estilos contemporáneos están influenciados, en estructura y proporción, por estas inscripciones lapidarias antiguas (T2).



Columna Trajana,
Roma, 114 a. C. (G2)

CAPITALES CUADRADAS

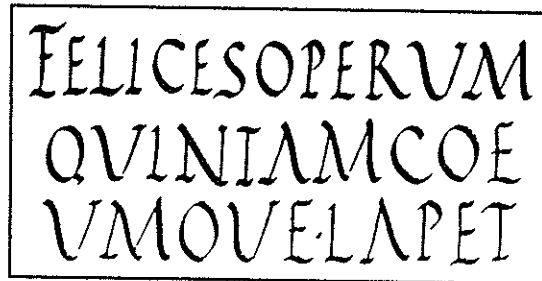
Las capitales trajanas, inscripciones que resultaron en versiones escritas con pluma de caña, llamadas capitales cuadradas. El desarrollo general del alfabeto siguió la influencia de la escritura manual corriente (T2).



Capitales cuadradas, siglo IV (G2)

CAPITALES RÚSTICAS

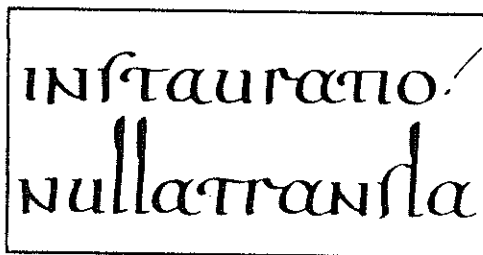
Una versión más fluida para la escritura dió origen, en el año 400 a. C. a las capitales rústicas, las cuales eran escritas más libremente con pluma de caña (T2).



Capitales rústicas, 400 a. C. (G2)

ESCRITURA MEDIA UNCIAL

La escritura *CURSIVA* que era notablemente funcional para el trabajo manuscrito dio forma a un estilo menos formal denominado estilo uncial, que alcanzó su máxima simplificación en su versión media uncial. Esta escritura requirió de rasgos descendentes y ascendentes para facilitar su lectura, sugiriendo así el inicio del alfabeto minúscula, aunque pasaron siglos antes de que nuestro alfabeto dual se estandarizara y se usara en una forma sistemática (T2).



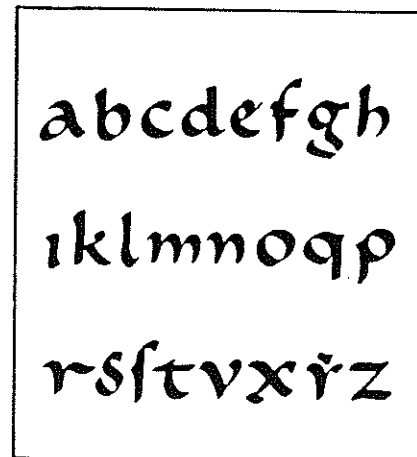
Escritura media uncial,
siglo VII (G2)

ESTILOS NACIONALES

Con la caída del Imperio Romano en el año 500 d. C., el arte de escribir se conservó dentro de monasterios y claustros hasta que se restableció el orden con el establecimiento de pequeñas naciones en Europa. Los monjes y eruditos llevaron entonces su conocimiento donde las influencias regionales y el aislamiento sirvieron para crear varios estilos nacionales que realmente no significaron un desarrollo directo del alfabeto (T2).

ESCRITURA CAROLINGIA

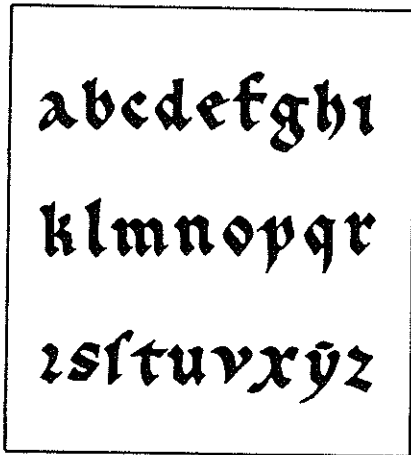
A finales de los años 800 d. C., bajo el Imperio de Carlomagno, se origina en Europa un estilo que inspirado en las inscripciones y manuscritos romanos, la escritura media uncial resultó en la formalización de la escritura carolingia, la cual consiste en el alfabeto minúscula que conocemos, pero que no fue utilizado en combinación con mayúsculas, excepto cuando capitalizaban un párrafo o página por simple decoración (T2).



Ecritura carolingia.
Siglo VIII al XII (G1)

ESCRITURA GÓTICA

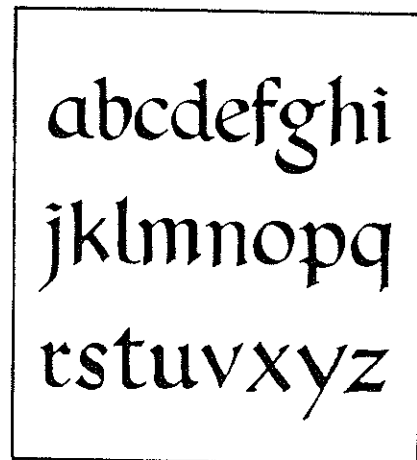
En el año 1,200 en la era gótica, se establece firmemente el uso del alfabeto dual, cuando la escritura carolingia fue afectada por el espíritu gótico, dando a las minúsculas carolingias formas más verticales y de puntas agudas características del estilo gótico. En el año 1,500 Juan Gutenberg crea la IMPRENTA y con ello contribuyó a la difusión del uso de la escritura gótica en toda Alemania y el norte de Europa (T2).



Escritura gótica.
Siglo VIII (G1)

ESCRITURA HUMANÍSTICA

En la misma época, dentro del movimiento humanístico, se diseña en Italia un estilo de escritura con carácter romano, pero influida por el gótico, denominada escritura humanística que sin aportar cambios significativos a nuestro alfabeto, se compara en importancia con las capitales trajanas y la reforma carolingia, ya que al integrar estos aspectos en la escritura y agregar los desarrollos de siglos intermedios, la escritura humanística constituye la culminación formal de quince siglos de desarrollo del alfabeto (T2).



Escritura humanística,
año 1,450 (G1)

3. EL ALFABETO LATINO DESPUÉS DEL SURGIMIENTO DE LA TIPOGRAFÍA

La Tipografía surge como resultado de la estandarización de las características y proporciones de caracteres, signos de puntuación y símbolos que integran nuestro alfabeto latino y el uso sistemático del alfabeto dual, así como con la creación y uso de la imprenta.

De la escritura humanística surge una cantidad de estilos con variaciones más leves, como:

FAMILIA DE ESTILOS ANTIGUOS

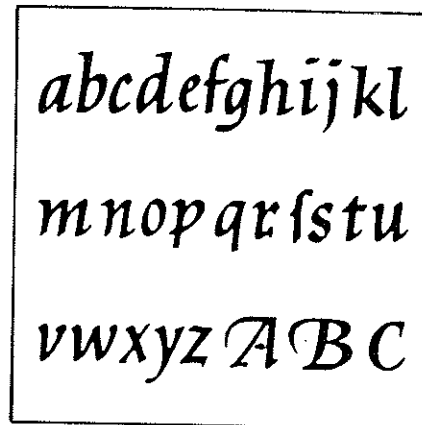
Representado por el ESTILO ROMANO MODERNO, creado por Nicolás Jenson, cuyo sistema geométrico de proporcionamiento de caracteres, basados en las proporciones de las capitales trajanas permite clasificar a todos los estilos de proporciones análogas, dentro de la familia de los estilos antiguos (T2).



Proporción geométrica de los estilos antiguos (G2)

ESTILO ALDINA, ITÁLICA O CURSIVA

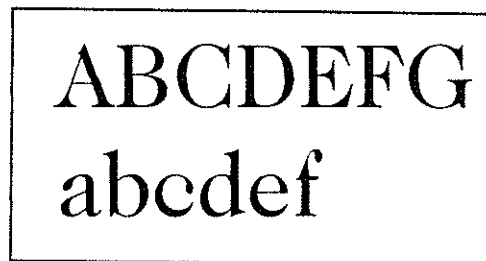
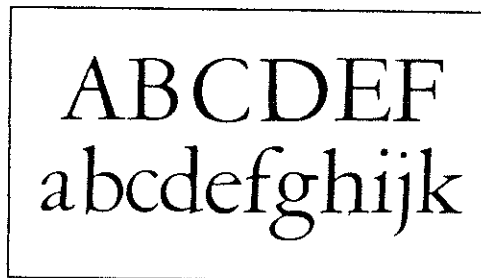
El impresor y grabador Aldo Manuzio, veneciano publicó en 1501 los estilos clásicos griegos y romanos con una calidad editorial verdaderamente notable, dando al alfabeto una variación en su inclinación y proporciones con el objeto de economizar espacio, denominándole *estilo aldina, itálica o cursiva* de la familia de estilos antiguos (T2)



Estilo itálica o cursiva de Aldo Manuzio 1501, familia de estilos antiguos (G1)

ESTILO GARAMOND Y CASLON

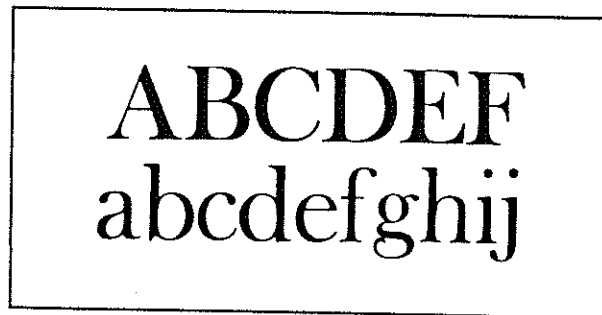
En 1544 surgen otras versiones del alfabeto de Jenson, siendo la más famosa de ellas la desarrollada por el francés Claude Garamond, a la que siguió la menos famosa creación del inglés William Caslon en 1720, quienes crearon nuevas versiones de estilos antiguos. Luego de la creación de los estilos mencionados, que por sus características y proporciones particulares pueden agruparse dentro de la familia de estilos antiguos, surgen nuevas versiones que dan origen a otras familias de estilos de texto, los estilos más representativos de la variación que se fue dando en los estilos antiguos son Garamond y Caslon (T2).



Estilos garamond y caslon, familia de estilos antiguos (G2).

FAMILIA DE ESTILOS TRANSICIONALES

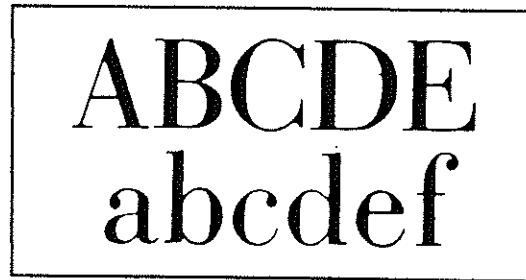
Se le denomina transicionales porque constituyen un paso entre los estilos antiguos y los modernos. Esta representado por el estilo BASKERVILLE, el cual comparado con los estilos antiguos, presenta mayor contraste entre rasgos grueso y delgados, dado por el uso casi horizontal del instrumento biselado, los remates son más redondeados en sus ángulos y terminan en finas puntas, el eje central de los caracteres es casi vertical (T2).



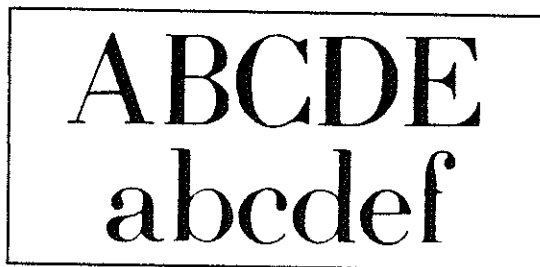
Estilo Baskerville,
familia de estilos transicionales (G2).

FAMILIA DE ESTILOS MODERNOS

Los diseñadores más conocidos de estilos modernos, de finales del siglo XVIII son: El francés DIDOT y el Italiano BODONI, cuyos diseños de estilos se tipifican por el máximo contraste entre rasgos gruesos y delgados que da el instrumento biselado utilizado en posición horizontal, que a la vez da gran verticalidad a los ejes de los caracteres y serif de finas líneas rectas sin redondeamiento en sus ángulos (T2).



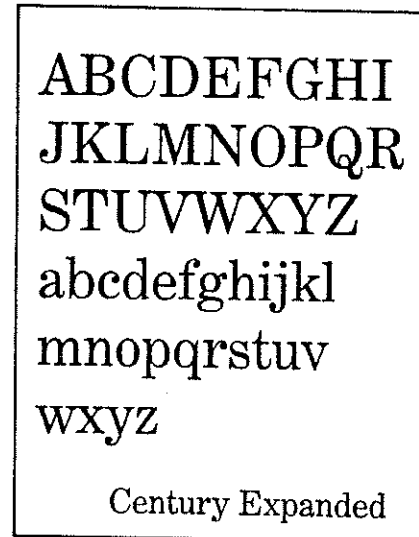
Estilo bodoni, familia de estilos modernos (G2).



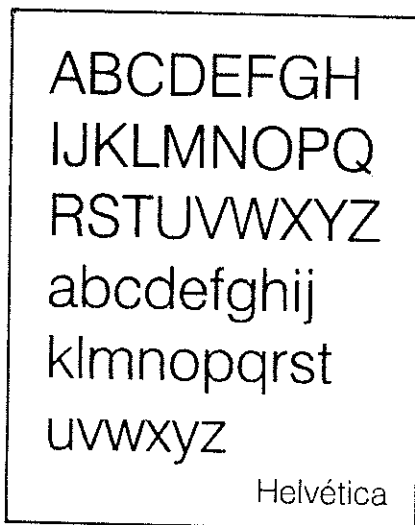
Estilo didot, familia de estilos modernos (G2).

FAMILIA DE ESTILOS EGIPCIOS

Después de Bodoni y Didot, los diseñadores de tipos iniciaron la búsqueda de nuevas formas de expresión tipográfica. Alrededor de 1,815, surgió un estilo que se caracterizaba por sus remates gruesos de forma rectangular y rasgos anchos de poco contraste y una altura x larga. Este estilo se llama CENTURY EXPANDED basado en en estilo Century, diseñado por L.B. Benton y T.L. De Vinne de la revista Century. Se les llamó estilos egipcios por el uso que se les dio en la campaña egipcia de Napoleón (T2)



Estilo century, familia de estilos egipcios (G3).

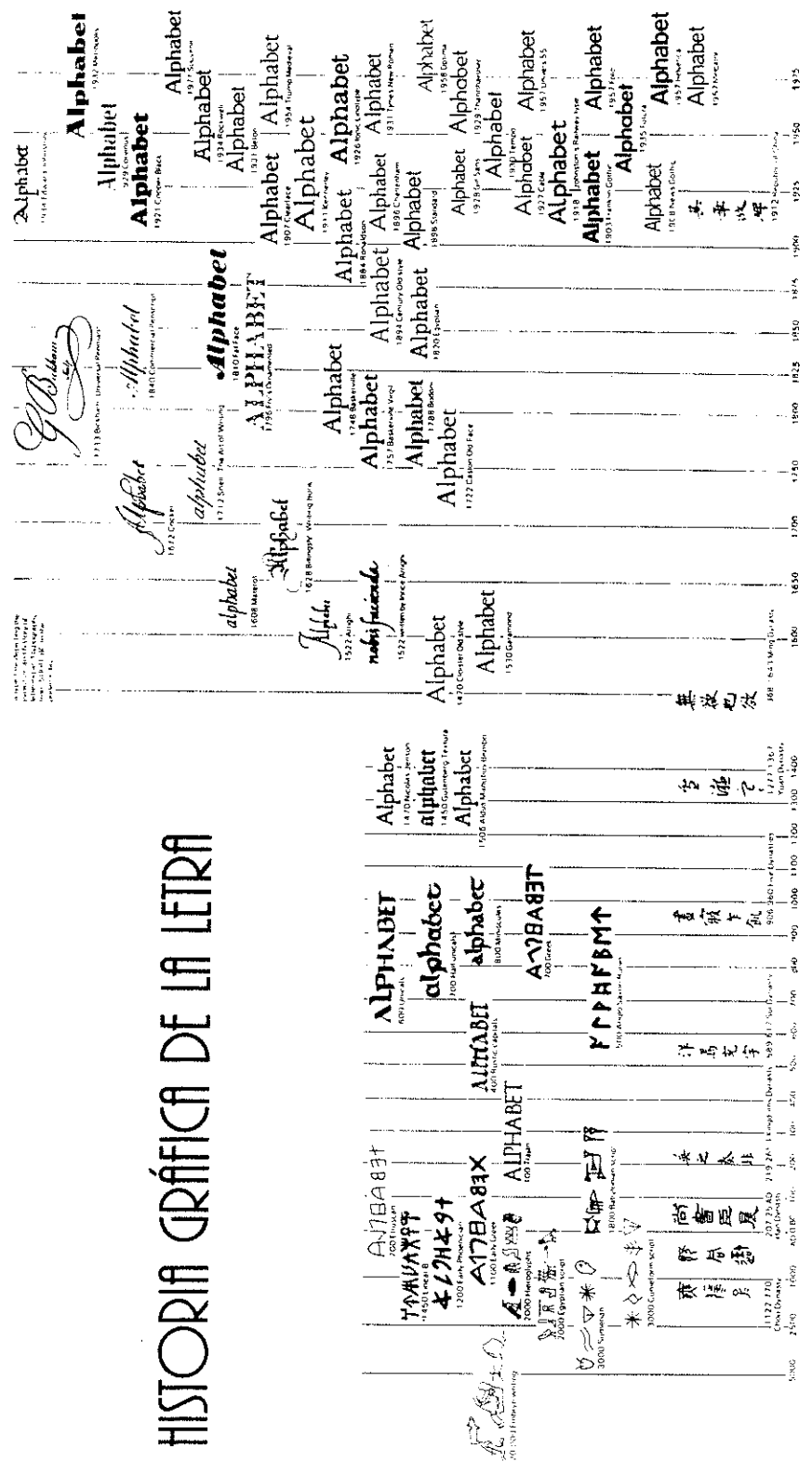


Estilo helvética,
familia de estilos contemporáneos (G3)

FAMILIA DE ESTILOS CONTEMPORÁNEOS

Los estilos sin serifs o remates se usaron en el siglo XIX, pero su uso se difundió más ampliamente hasta el siglo XX, por lo que se les denomina Estilos Contemporáneos. Uno de los más representativos es el HELVÉTICA, de origen suizo, fue introducido en 1,957 por la fundidora de tipos Hass y se presentó en los Estados Unidos en 1,960 (T2).

HISTORIA GRÁFICA DE LA LEIRA



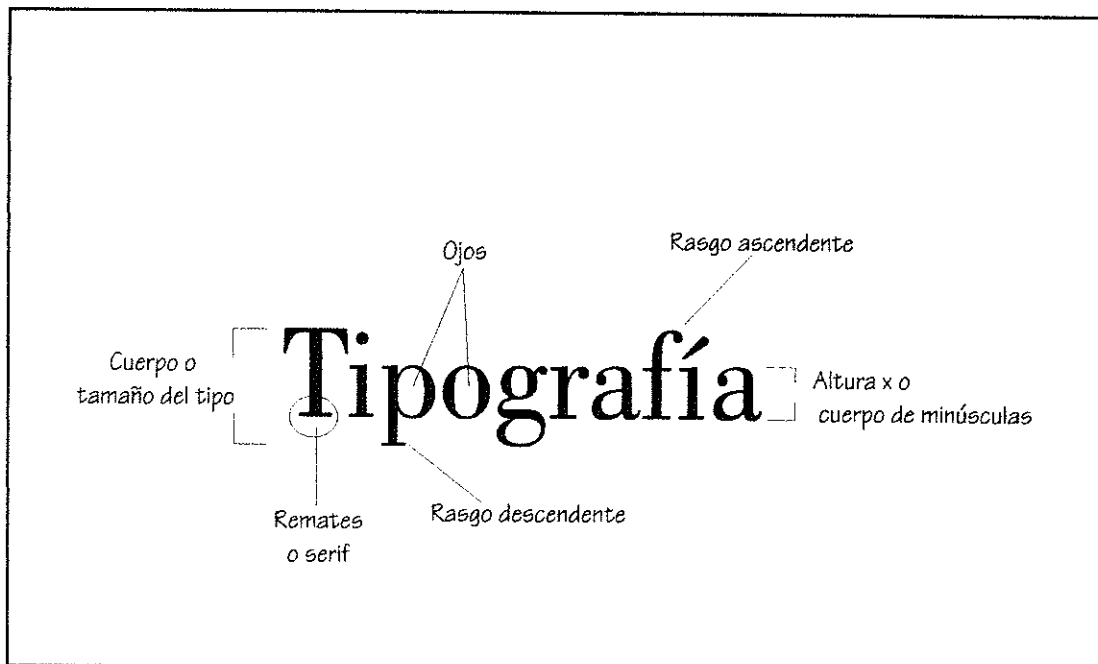
PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

“Nuestro alfabeto está constituido por veintiséis símbolos distintos que representan miles de años de evolución. Como diseñador usted podría modificar, simplificar o embellecer sus formas, pero no se puede alterar su estructura básica sin perjudicar la comunicación. Por ello, debemos tener siempre en cuenta que antes que la forma está la función y, en este caso, la función primordial de las letras es la comunicación”.

“Todos los criterios para diseñar y juzgar la buena tipografía está basada en sus fundamentos históricos, he ahí la importancia de comprender el origen y la evolución histórica de nuestro alfabeto latino” (12).

MORFOLOGÍA DE LA LETRA

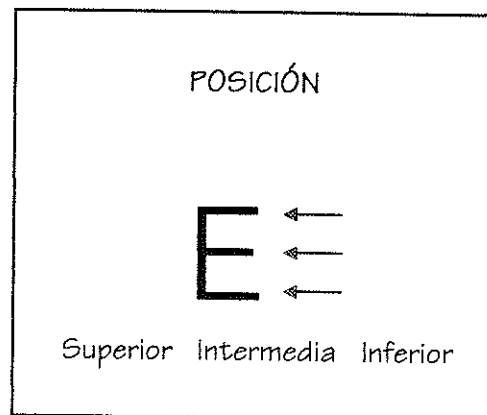
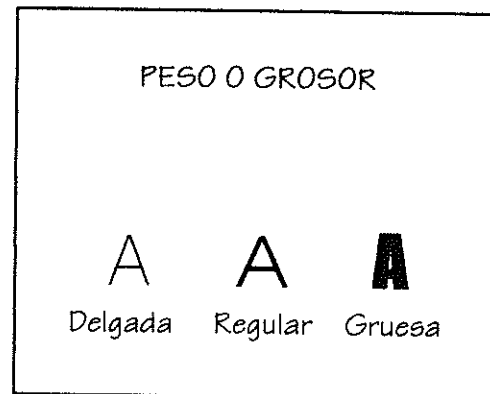
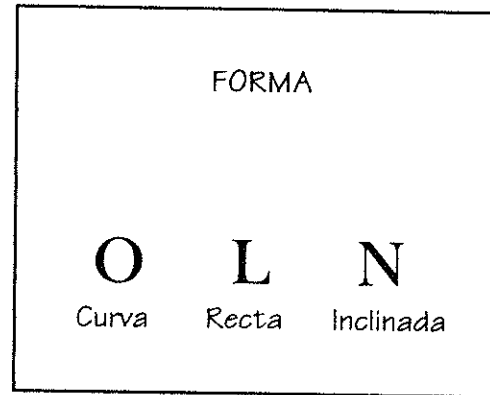
Se refiere al estudio de las formas de la letra y a los elementos que conforman su estructura.



(63)

ASTAS O RASGOS

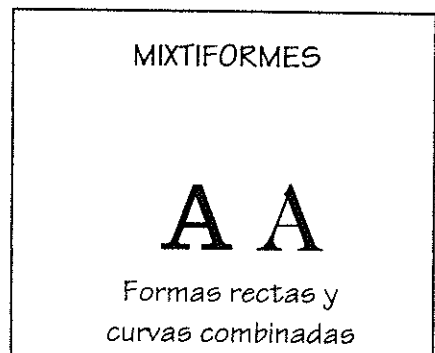
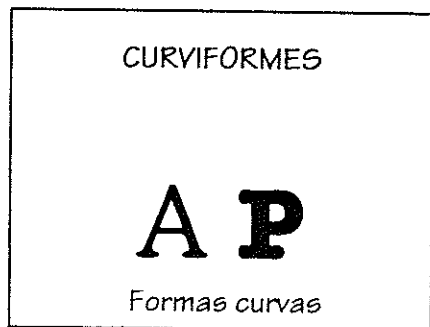
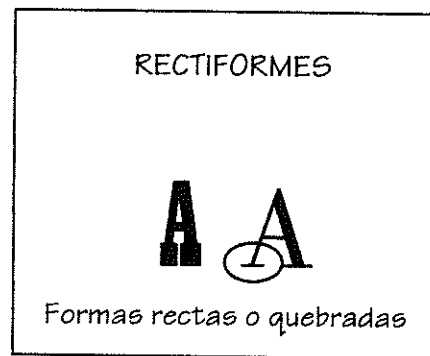
Son los trazos principales de las letras y pueden variar según su configuración por:
(13).



REMATE O SERIF

Es la línea que se proyecta arriba o abajo de los trazos o rasgos principales de las letras. Existen diferentes tipos de remates dependiendo a la familia que pertenecen. Algunos estilos de letra no tienen remates (como la helvética) y reciben el nombre de *Sans serif* (sin remate) (13).

Los remates por su forma pueden ser:



(13)

CUERPO O TAMAÑO DE TIPO

Es la altura que abarca todos los rasgos de la letra en un renglón. Esta dimensión define el tamaño del tipo que se mide en puntos tipográficos.

ALTURA X O CUERPO DE MINÚSCULAS

Es equivalente a la altura x baja o altura de minúsculas.

RASGO ASCENDENTE

Es la parte de las letras minúsculas que sobresale hacia arriba de la altura x.

RASGO DESCENDENTE

Es la parte de las letras minúsculas que bajan de la altura x.

OJOS O CUENCAS

Es el espacio encerrado dentro de un halo o partes curvas de una letra.
(T3)

M MODALIDADES DE LA LETRA

Las letras pueden presentarse en diferentes modalidades o variaciones, que podemos apreciar en la estructura de las mismas.

POR SU POSICIÓN

- Romana o recta: Mantiene una posición vertical y es la más utilizada porque facilita la lectura.
- Itálica o inclinada: Mantiene una posición inclinada hacia la derecha y se utiliza para enfatizar.

POR SU VERSIÓN

- MAYÚSCULAS O ALTAS:

A B C D E F G H I J K...

- minúsculas o bajas:

a b c d e f g h i j k l m n...

POR SU ANCHO Y PESO

- Por el ancho de proporciones pueden ser: condensada, regular y expanded (condensada, regular y expandida).
- Por el peso o grosor de sus astas y rasgos pueden ser: light, medium, bold y extra bold (delgada, mediana, gruesa y extra gruesa).

Estas últimas modalidades de ancho de proporciones y peso de astas se combinan en el siguiente cuadro (13).

		ANCHO DE PROPORCIONES		
		Condensed	Regular	Expanded
GROSOR DE RASGOS	Light	A	A	A
	Medium	A	A	A
	Bold	A*	A	A
	Extra bold	A	A	A

(G3)

* Por lo que podemos describir a esta letra como una A

- Mayúscula o alta (por su versión)
- Recta o romana (por su posición)
- Bold (por el grosor de rasgos)
- Condensed (por el ancho de proporciones)

CLASIFICACIÓN DE TIPOS

Los tipos por sus características se agrupan en siete diferentes familias tipográficas.

AÑO	FAMILIA TIPOGRÁFICA	ESTILO REPRESENTATIVO
1,617	Romano antiguo	Garamond
1,757	Romano transicional	Baskerville
1,788	Romano moderno	Bodoni
1,894	Egipcio	Century expanded
1,957	Contemporáneo	Helvética
	Caligráficos	Balzac
	Misceláneos	Broadway

(G3)

Del alfabeto romano se derivan las familias romano antiguo, romano transicional y romano moderno.

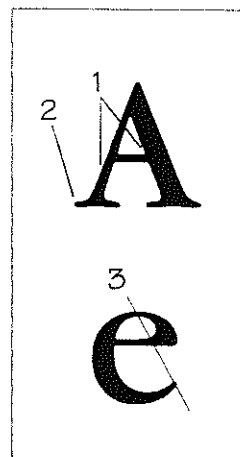
ROMANO

Estos estilos se caracterizan por:

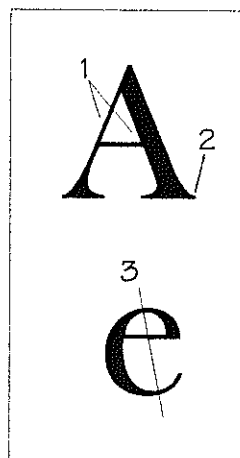
1. Poseer letras con astas variadas en grosor, ya sea gradual o no a lo largo de todo su trazo.
2. Los remates o serif son terminados en punta.
3. El eje vertical de las letras sufre variaciones en su inclinación

Este estilo está impregnado de dignidad, clasicismo y tradición, por lo que se le asocia con mensajes de carácter histórico, religioso, o bien elegantes y sobrios.

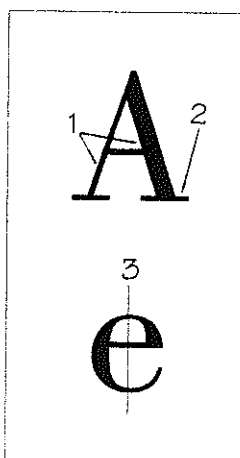
Por el refinamiento de la tipografía se presentaron tres subdivisiones o épocas romano antiguo, romano transicional y romano moderno. Partiendo de una con caracteres o rasgos poco contrastantes y finos hasta aquella en que se hizo posible formas sumamente delgadas (13).



Romano antiguo



Romano transicional



(63)

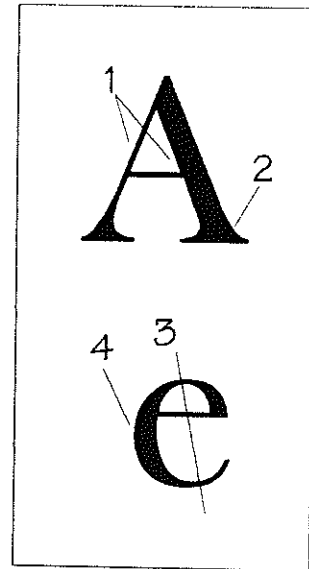
Romano moderno

ROMANO TRANSICIONAL

Estos estilos se caracterizan por:

1. Poseer mayor contraste los gruesos y delgados de sus astas.
2. Los serif son comparativamente mas livianos que sus astas.
3. El eje de las letras se torna menos oblicuo.
4. Las proporciones de los caracteres son mas anchas y uniformes.

Tipos representativos:
Baskerville, Times y Fontana Bell
(13).



(G3)

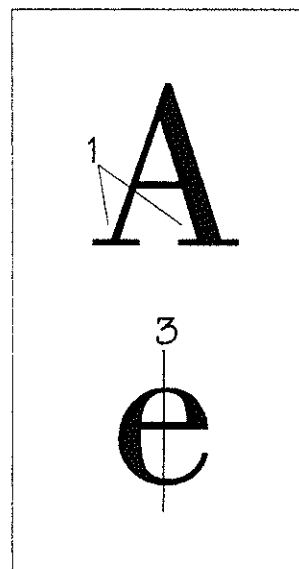
AaBbCcDdEeF
Baskerville

ROMANO MODERNO

Estos estilos se caracterizan por:

1. Proporciones de los caracteres basadas en figuras geométricas como rectángulos, elipses u óvalos y trapecios, ensanchando notoriamente sus formas y regulando un poco más sus dimensiones.
2. Los contrastes entre gruesos y delgados son más bruscos al presentar serif en forma de líneas delgadas y planas que no presentan integración gradual con las astas.
3. El eje de las letras es vertical, lo que acentúa en la letra una apariencia rígida, haciéndola ver más ancha y más negra.

Tipos representativos:
Bodoni, Didot y Scotch Roman (T3).



(G3)

AaBbCcDdEeFf
Bodoni

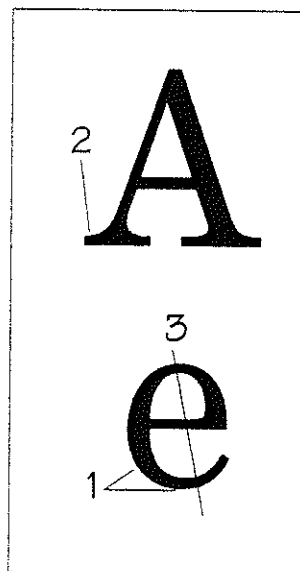
EGIPCIOS

Estos estilos se caracterizan por:

1. No ofrecer contraste entre rasgos gruesos y delgados a lo largo de sus astas.
2. Los remates se tornan mas pesados con forma rectangular y se unen a las astas por medio de ángulos redondeados.
3. El eje es ligeramente oblicuo.

Esta familia se caracteriza por ser de alta legibilidad y por ello es muy recomendado para los libros de lectura infantil.

Tipos representativos:
Century Expanded, Clarendon y Memphis (T3).



(G3)

AaBbCcDdEe
Century Expanded

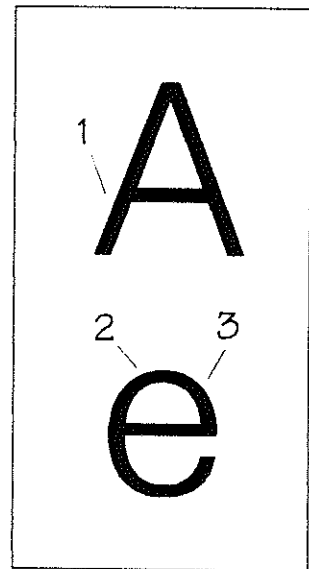
CONTEMPORÁNEOS O PALO SECO

También se les conoce como Sans Serif (sin serif) y se caracterizan por:

1. No tener adornos ni remates.
2. Sin variaciones de grosor en sus astas, si no más bien un grosor homogéneo a todo lo largo.
3. Sin variaciones de verticalidad.

Se usa para expresar actualidad, fuerza, industria. Su legibilidad es un tanto más difícil, pues la ausencia de remates no ayuda a la identificación de las letras, por lo que se aconseja aumentar la medida de la interlínea a fin de facilitar el flujo de la lectura.

Tipos representativos:
Helvética, Futura, Folio, Univers, Avant Garde, Optima y Venus (T3).



(G3)

AaBbCcDdEeF

SWS

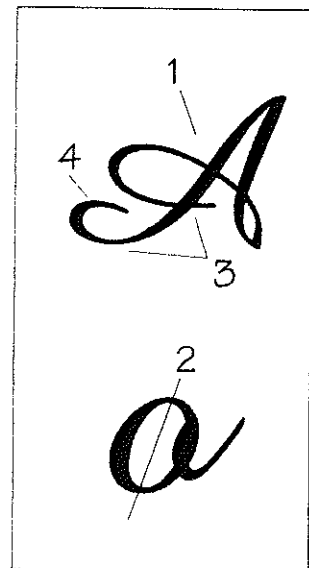
Caligráficos

También se les llama Script o Ingleses y se caracterizan por:

1. Presentar formas libres que imitan la escritura manuscrita.
2. Los ejes de las letras son notoriamente inclinados hacia la derecha.
3. Tienen grandes variaciones de grosor a lo largo de sus astas.
4. Con remates muy adornados.

Por la finura de sus trazos son empleados en textos que expresan feminidad, elegancia, delicadeza y lujo.

Tipos representativos:
Balzac, Comercial Script, Libra y Crayonette (13).



(63)

Aa Bb Cc Dd E

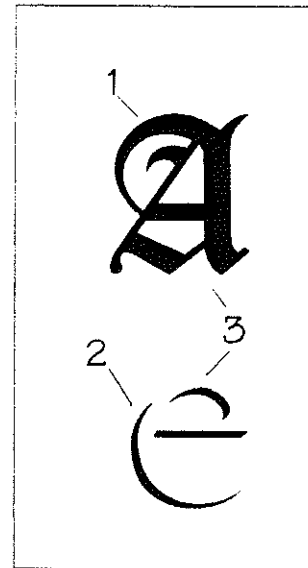
Caligráficos

MISCELÁNEOS

Estos tipos lo constituyen todos aquellos que no pueden clasificarse en ninguna de las familias anteriores por:

1. Demasiada ornamentación.
2. Presentan formas tan variadas como lo permita la creatividad de su diseñador.
3. Su regla en común es ser originales.

Estilos representativos:
Amelia, Bracelet, Broadway, Calypso,
Columbus y Cooper Black (T3).



(G3)

AaBbCcDdEe

Anticos

ESQUEMA DE TIPOS POR FAMILIA

FAMILIA TIPOGRÁFICA

R. antiguo

R. transicional

R. moderno

Egipcios

Palo Seco

Caligráficos

MISCELÁNEOS

Rasgos o
astas

A A A A A A A

Remates

P P P P P P P

Eje de
las letras

e e e e e e E

TIPO REPRESENTATIVO

Garamond

Baskerville

Bodoni

Century Exp.

Swis

Amazone

ALGERIAN

(63)

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Romanos

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrst
uvwxyz

Garamond

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrst
uvwxyz

Caslon

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrst
uvwxyz

Baskerville

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrst
uvwxyz

Times

(88)

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrst
vwxyz

Bodoni

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrst
vwxyz

Goudy

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrst
vwxyz

Americana

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrst
vwxyz

De vinne

(53)

EGIPCIO S

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrstuv
wxyz

Bookman

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrstuv
wxyz

Century Expanded

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrstuv
wxyz

Egyptian

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrstuv
wxyz

Playbill

(33)

Contemporáneos

ABCDEFGHIJ
JKLMNOPQ
RSTUVWXYZ
abcdefghijkl
klmnopqrst
uvwxyz

Avant Garde

**ABCDEFGHIJ
JKLMNOPQ
RSTUVWXYZ
abcdefghijkl
klmnopqrst
uvwxyz**

Aurora

ABCDEFGHIJ
JKLMNOPQ
RSTUVWXYZ
abcdefghijkl
klmnopqrst
uvwxyz

Franklin gothic

ABCDEFGHIJ
JKLMNOPQ
RSTUVWXYZ
abcdefghijkl
klmnopqrst
uvwxyz

Swiss

(33)

Caligráficos

A B C D E F G
H I J K L M N
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 o
p q r s t u v w x y z

Amazone

A B C D E F G
H I J K L M N
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 o p q r s t u v w x y z

Brush Script

A B C D E F G H
I J K L M N 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
o p q r s t u v w x y z

Lydian

A B C D E F G
H I J K L M N
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 o
p q r s t u v w x y z

Stuyvesant

(33)

MISCELÁNEOS

A B C D E F G H

I J K L M N 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 o

p q r s t u v w x y z

Cloister Black

A B C D E F G H I J

K L M N 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 o p q r s t u v

w x y z

Colonna

A B C D E F G H I

J K L M N 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 o p q r s t u v

w x y z

Emboss

A B C D E F G H

I J K L M N O P

Q R S T U V W

X Y Z

GRIFFON SHADOW

(63)

Y MEDICIÓN DE TIPOS MEDIDAS TIPOGRÁFICAS Y MEDICIÓN DE TIPOS - MEDIDAS TIPOGRÁFICAS Y MEDICIÓN DE TIPOS - MEDIDAS TIPOGRÁFICAS Y MEDICIÓN DE TIPOS - MEDIDAS TIPOGRÁFICAS Y MEDICIÓN DE TIPOS

Y MEDICIÓN DE TIPOS MEDIDAS TIPOGRÁFICAS Y MEDICIÓN DE TIPOS - MEDIDAS TIPOGRÁFICAS Y MEDICIÓN DE TIPOS - MEDIDAS TIPOGRÁFICAS Y MEDICIÓN DE TIPOS - MEDIDAS TIPOGRÁFICAS Y MEDICIÓN DE TIPOS



Medidas Tipográficas y
EDICIÓN DE TIPOS

USO DEL TIPÓMETRO

El tipómetro es una regla con medidas o dimensiones que se utiliza para medir el tamaño de los tipos al diagramar.

PULGADAS (Plg.)

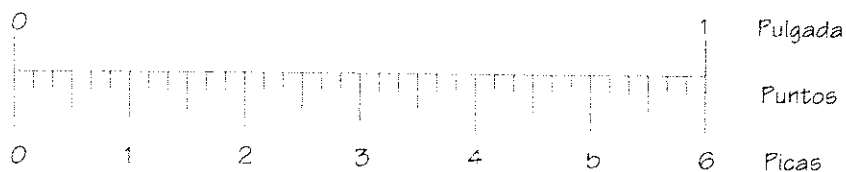
La medida en pulgadas se utiliza para medir áreas y largo de líneas de texto. 1 Plg. = 6 picas.

PICAS

La medida en picas también se utiliza para medir áreas y largo de bloques de texto. 1 pica = 12 Pts.

PUNTOS (Pts.)

La medida en puntos se utiliza para medir el tamaño de los tipos e interlíneas. 12 Pts. = 1 pica.



(Observación: En la medida de puntos cada división tiene 2 puntos)

CONVERSIÓN DE MEDIDAS

Al realizar medidas, en ocasiones es necesario hacer conversiones de una medida a otra. De puntos a picas, de picas a puntos, de picas a pulgadas o de pulgadas a picas, depende de lo que midamos y del resultado que se necesite.

Las conversiones sirven para pasar de una medida grande a una pequeña (picas a puntos) o de una medida pequeña a una grande (picas a pulgadas) y se realizan por medio de una regla de tres.

DE UNA MEDIDA GRANDE A UNA PEQUEÑA

Esta conversión se aplica de picas a puntos o de pulgadas a picas.

Ejemplo: al medir con el tipómetro un titular mide 3 picas y necesitamos saber a cuántos puntos corresponde esta medida. Por lo que aplicaremos una regla de tres de la siguiente manera:

1 pica = 12 puntos (En 1 pica hay 12 puntos,
3 picas = ? puntos. ¿ en 3 picas cuántos puntos habrá?)

$$3 \times 12 = 36 : 1 = \underline{36 \text{ Pts.}}$$

DE UNA MEDIDA PEQUEÑA A UNA GRANDE

Esta conversión se aplica de puntos a picas o de picas a pulgadas.

Ejemplo: Si tenemos un bloque de texto que mide 21 picas de ancho y necesitamos pasar esa medida a pulgadas, también aplicaremos una regla de tres de la siguiente manera:

6 picas = 1 Plg. (En 6 picas hay 1 Plg.
21 picas = ? Plg. ¿ en 21 picas cuántas Plg. habrá?)

$$21 \times 1 = 21 : 6 = 3.5 \text{ o sea } \underline{3 \frac{1}{2} \text{ Plg.}}$$

MEDICIÓN DE TIPOS E INTERLÍNEAS

TIPOS

Son los caracteres o letras de un titular o texto, los cuales se presentan en versiones combinadas de altas y bajas o solamente altas

A. Altas y bajas

Incluye mayúsculas y minúsculas con rasgos ascendentes y descendentes, los cuales son la base para medir correctamente los tipos.

El tamaño de los tipos se mide en puntos, trazando dos líneas guías en forma horizontal, una donde empieza el rasgo ascendente de una minúscula y la otra donde termina el rasgo descendente de otra minúscula, para abarcar todo el cuerpo del tipo.

CUERPO Rasgos ascendentes
 Altura x
Rasgos descendentes **Altas y bajas** 40 Pts

(G3)

B. Titulares o textos de sólo altas

Incluye únicamente letras mayúsculas, donde el cuerpo de las mismas será la base para medirlas correctamente

Estos tipos se mide en puntos, trazando dos líneas guías horizontales una en la parte superior de las mayúsculas y la otra en la base de las mismas.

CUERPO

MAYUSCULAS

40 Pts

INTERLÍNEAS

Son los espacios que hay entre línea y línea. Su medida es menor que la del tipo y su función dentro de un texto es proporcionar la legibilidad necesaria.

La interlínea se mide en puntos, desde donde terminan los rasgos descendentes de las letras de la línea de arriba, hasta donde empiezan los rasgos ascendentes de las letras de la línea de abajo.

Para indicar la interlínea se le suma a la altura del tipo y se coloca debajo de este separándolo por una línea diagonal.

la interlínea proporciona

30 Pts. (tamaño del tipo)

la legibilidad necesaria

10 Pts. (interlínea)

30/40 Pts.

(G3)

SWISS

8 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

10 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

14 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

16 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

18 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

20 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

22 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

24 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

26 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

28 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

30 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

32 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

34 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

36 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

38 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

40 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

50 Pts. abcdefghijklmnopqrst

60 Pts. abcdefghijklmnop

70 Pts. abcdefghijklmn

80 Pts. abcdefghijklm

(G3)

8 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

10 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

14 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

16 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

18 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

20 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

22 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

24 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

26 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

28 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

30 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

32 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

34 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

36 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

38 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

40 Pts. abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

50 Pts. abcdefghijklmnopqrst

60 Pts. abcdefghijklmnop

70 Pts. abcdefghijklmn

80 Pts. abcdefghijklm

Century expanded

(G3)

TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS

DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE

TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE



DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS - DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE

DIAGRAMACIÓN PARA EDICIÓN DE TEXTOS

Diagramar es distribuir adecuadamente los elementos de diseño dentro de un espacio o formato determinado. Al diagramar debe de tomarse en cuenta que cada uno de estos elementos debe de tener indicaciones específicas para la edición de textos.

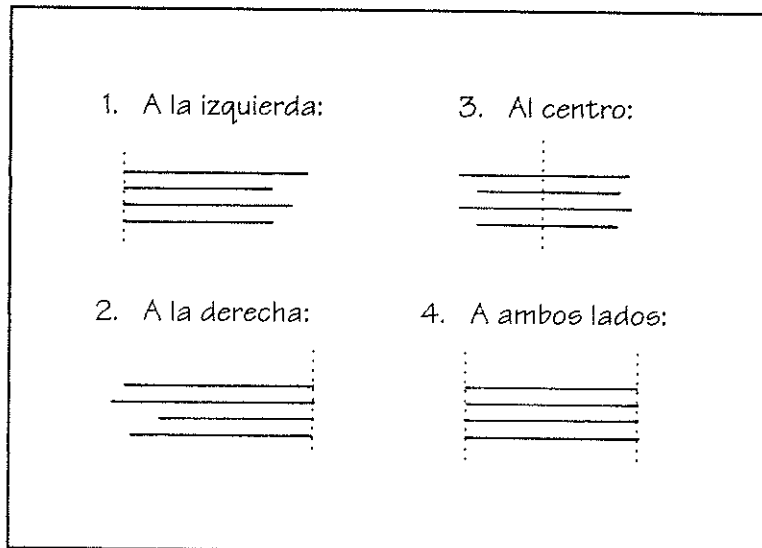
Actualmente la edición de textos se hace por computadora, por lo que las especificaciones deben de ser adecuadas a los programas que se utilizan para este procedimiento.

Los elementos que regularmente se ubican dentro de un formato, son titulares, bloques de texto, capitulares, fotografías e ilustraciones, pie de foto o ilustración, logotipos y marcos, viñetas o elementos decorativos.

TITULAR

El titular es un elemento muy importante, que se ubica en un lugar estratégico dentro del formato de diseño porque contiene el mensaje principal que debe atraer a determinado grupo objetivo. Los tipos de un titular son mayores que los del texto y van desde 14 a 72 Pts.

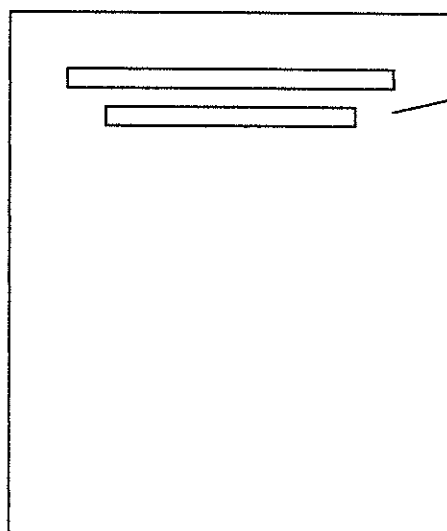
Alineaciones



(63)

Indicaciones que debe llevar un TITULAR para la edición del texto

- Se ubica dentro del formato delimitando el cuerpo del tipo y su interlínea.
- Se indica el nombre del tipo de la letra.
- Se enumeran las modalidades del tipo de letra
- Se indica el tamaño del cuerpo del tipo (desde el rasgo ascendente hasta el rasgo descendente) y su interlínea.
- Se indica la alineación.



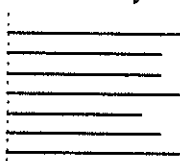
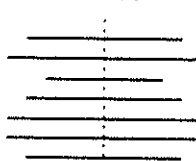
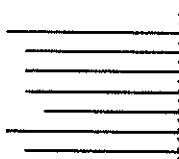
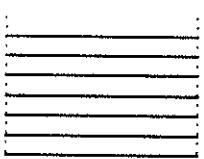
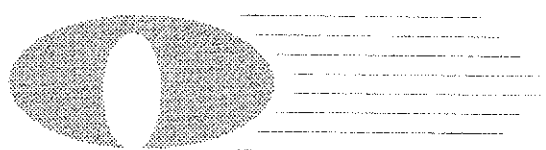
- Titular
- Bodoni bold
 - Itálica
 - Altas y bajas
 - 22/30 Pts.
 - Alineado al centro.

(G3)

TEXTO

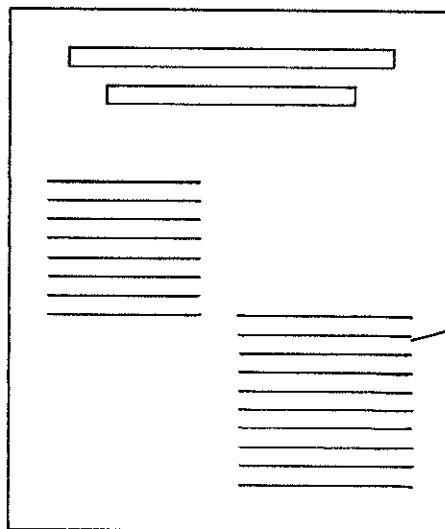
En un diseño , el texto lo constituye el mensaje escrito que se desea transmitir al lector. Generalmente se trabaja en columnas. El tamaño del tipo de un texto va desde 5 a 14 puntos.

Alineaciones

<p>1. A la izquierda</p> 	<p>3. Al centro</p> 
<p>2. A la derecha</p> 	<p>4. A ambos lados</p> 
<p>5. Disposición creativa de textos:</p>	
<p>A. las líneas de texto siguen el contorno de una figura.</p>	
	
<p>B. O simplemente el diseñador desea colocar los textos caprichosamente.</p>	

Indicaciones que debe llevar un
TEXTO para editarlo

- Se simulan las columnas de texto con bloques de líneas.
- Se indican sus dimensiones de largo y ancho.
- Se indica el nombre del tipo de letra.
- Se enumeran las modalidades del tipo de letra.
- Se indica el tamaño del cuerpo del tipo (desde el rasgo descendente, hasta el rasgo descendente) y su interlínea
- Se indica la alineación de las columnas de texto.



Texto:

- Columna de:
3 Plg. de ancho
x 4 Plg. de largo.
- Helvética light.
- Altas y bajas.
- Alineado a ambos lados.

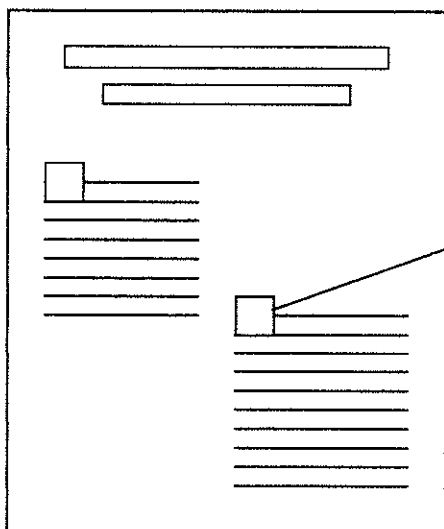
(G3)

CAPITULAR:

Una capitular es la letra inicial de una columna de texto. Su tamaño es mayor a los tipos del texto, van desde 14 a 72 Pts. En ocasiones son de un tipo de letra diferente al del texto, esto dependerá de la aplicación y creatividad del diseño.

Indicaciones que debe llevar una CAPITULAR para la edición de textos

- Se ubica en la columna de texto enmarcándola según sea su tamaño.
- Se indica el nombre del tipo de letra.
- Se enumeran las modalidades del tipo de letra.
- Se indica su tamaño (desde el rasgo ascendente hasta el rasgo descendente)
- Se anotan las observaciones a tomar en cuenta (ubicación)



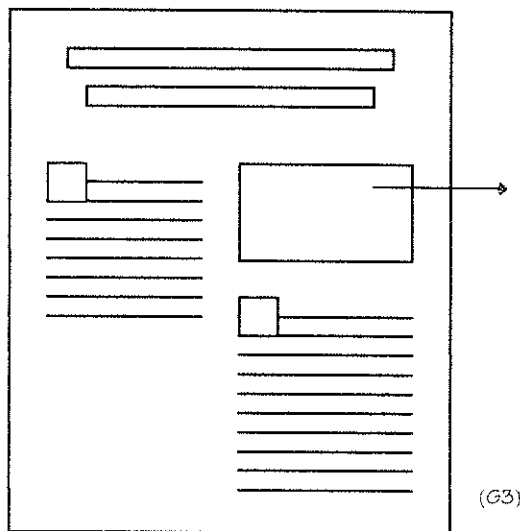
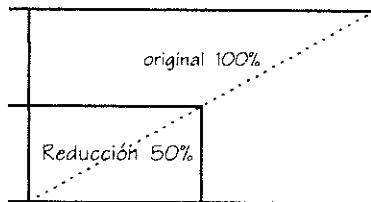
Capitular:
- Bodoni Bold
- Alta.
- 22 Pts.
(en dos líneas de texto)

FOTOGRAFÍAS, ILUSTRACIONES O GRÁFICAS

Son elementos con imágenes dentro de un diseño. Estos pueden ir dentro de un recuadro en diferentes tamaños o dimensiones o pueden presentarse las imágenes únicamente con un contorno irregular.

Indicaciones que debe llevar una FOTOGRAFÍA, ILUSTRACIÓN O GRÁFICA al diagramar:

- Se ubica delimitando el recuadro o la silueta de la imagen a utilizarse.
- Se especifica si es fotografía, ilustración o gráfica.
- Se indica el posible % de reducción o ampliación del original, en proporción al espacio delimitado.



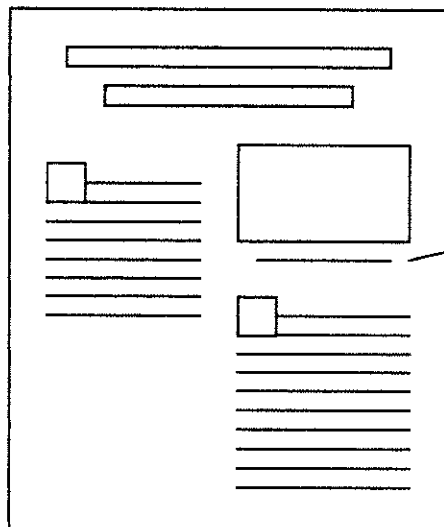
- Insertar FOTOGRAFÍA.
- Reducir a 50% del original

PIE DE FOTO O DE ILUSTRACIÓN

Es el texto que describe una fotografía o ilustración. Generalmente se coloca debajo de estos

Indicaciones que debe llevar el PIE DE FOTO O DE ILUSTRACIÓN para la edición de textos:

- Se ubica simulando el texto con líneas.
- Se indica el nombre del tipo de letra.
- Se enumeran las modalidades del tipo de letra.
- Se indica el tamaño del tipo de letra e interlínea.
- Se indica la alineación.



Pie de foto:
- Helvética normal.
- Altas y bajas.
- 8 Pts.
- Centrado debajo de la fotografía.

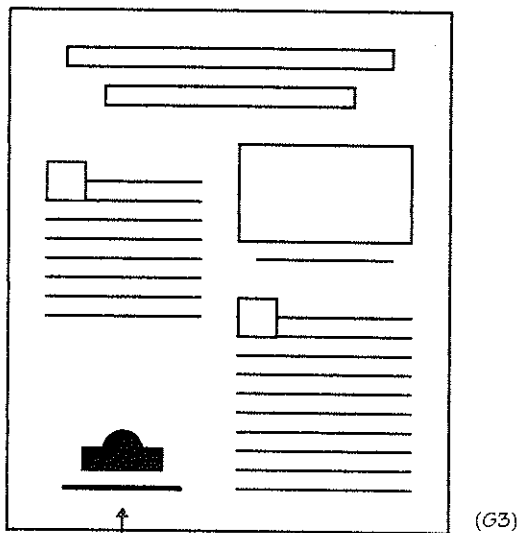
(G3)

LOGOTIPO

El logotipo una marca o elemento que identifica a una empresa dentro de un diseño y generalmente el espacio que ocupa es pequeño.

Indicaciones que debe llevar un LOGOTIPO al diagramar

- Se ubica con un cuadro, círculo o alguna silueta que lo asemeje en su forma.
- Se indica el posible % de reducción o ampliación del original en proporción al espacio delimitado.
- Se indica la ubicación dentro del diseño.



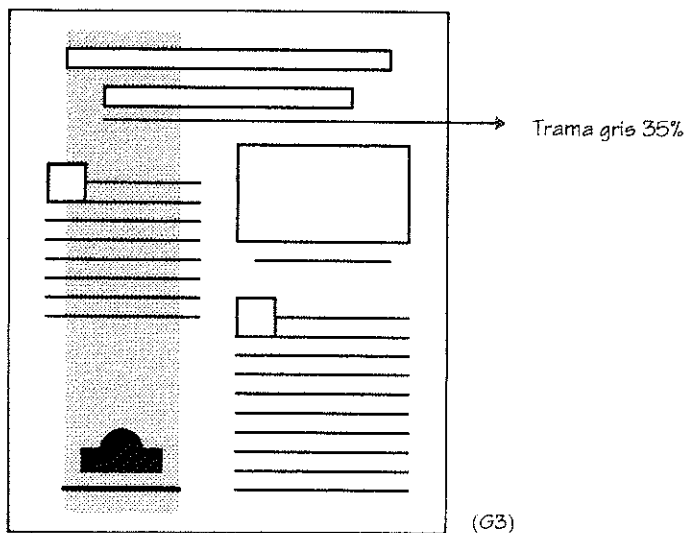
Logotipo:
- Reducir a 90% del original.
- Centrado debajo de la 1er. columna de texto

MARCOS, VIÑETAS, TRAMAS Y ELEMENTOS DECORATIVOS

Estos elementos pueden ir o no dentro de un diseño en una gran cantidad de variedades.

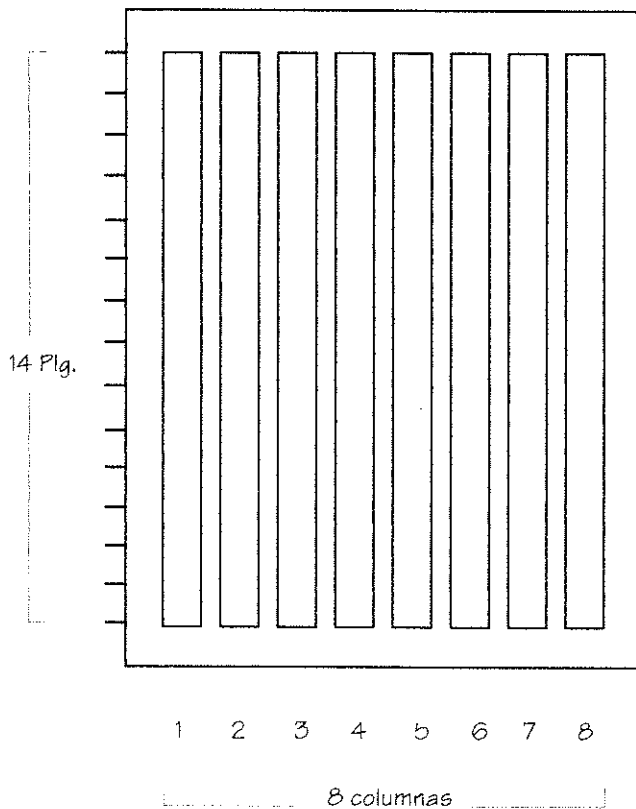
Indicaciones que deben de llevar los MARCOS, VINETAS Y ELEMENTOS DECORATIVOS al diagramar

- Se ubican delimitando su silueta.
- Se indican las especificaciones importantes (ubicación)



DIAGRAMACIÓN EN PERIÓDICO

Una página de periódico comúnmente tiene una retícula distribuida en 8 columnas de ancho, de izquierda a derecha por 14 pulgadas de alto, de abajo para arriba.

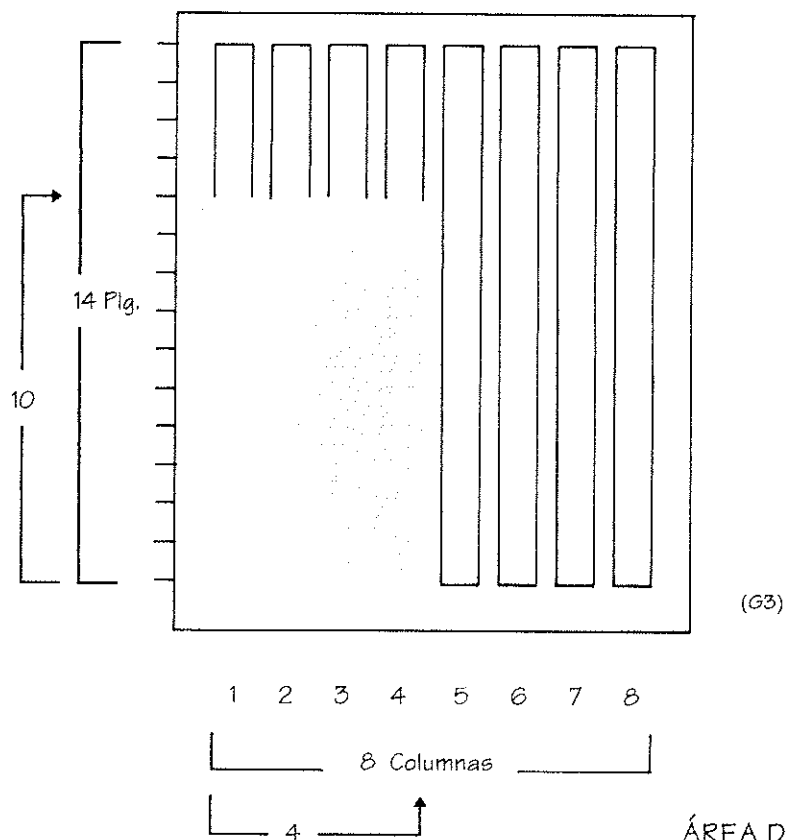


(G3)

Al diagramar en periódico, los elementos básicos son los mismo que mencionamos anteriormente y se toman en cuenta las mismas indicaciones para cada uno (titular, texto, capitular, ilustración o fotografía, pie de foto o ilustración, logotipos y marcos, viñetas, tramas o elementos decorativos).

En una página de periódico pueden ubicarse varios anuncios, artículos o diseños. Para indicar el área o espacio de la página a utilizar lo hacemos de la siguiente forma:

- 1ero. la cantidad de columnas de ancho.
- luego la cantidad de pulgadas de altura.



ÁREA DEL FORMATO
 $4 \text{ columnas} \times 10 \text{ Plg.} = 4 \times 10$

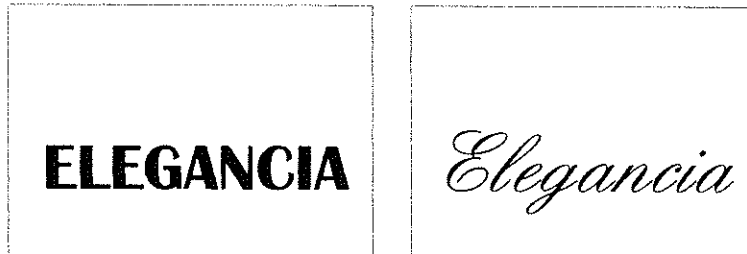
TECNICAS GRAFICAS Y APLICACION CREATIVA DE LA LETRA - TECNICAS GRAFICAS Y APLICACION CREATIVA DE LA LETRA - TECNICAS GRAFICAS Y APLICACION CREATIVA DE LA LETRA - TECNICAS GRAFICAS Y APLICACION CREATIVA DE LA LETRA - TECNICAS GRAFICAS Y APLICACION CREATIVA DE LA LETRA - TECNICAS GRAFICAS Y APLICACION CREATIVA DE LA LETRA - TECNICAS GRAFICAS Y APLICACION CREATIVA DE LA LETRA - TECNICAS GRAFICAS Y APLICACION CREATIVA DE LA LETRA - TECNICAS GRAFICAS Y APLICACION CREATIVA DE LA LETRA - TECNICAS GRAFICAS Y APLICACION CREATIVA DE LA LETRA



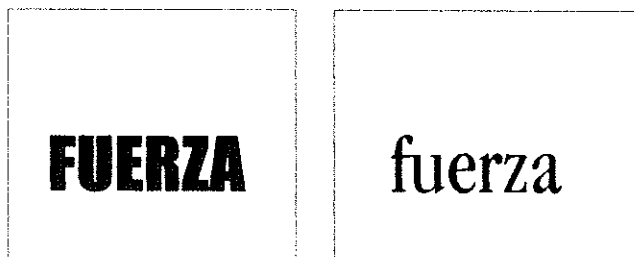
EL LENGUAJE DE LAS LETRAS

Examinaremos más de cerca las características que diferencian los tipos. Todos ellos son obra de diseñadores que les han difundido personalidad para transmitir mensajes determinados. Los tipos con serif o remates son completamente diferentes de los tipos de palo seco; las letras muy ornamentadas cumplen funciones diferentes de los caracteres delicadamente oblicuos. Aunque los tipos de palo seco son especialmente adecuados para cosas tales como informes anuales, porque les dan aire de eficiencia técnica que refleja la actuación y los éxitos de la empresa. Además es posible mediante el tratamiento gráfico personal de un tipo determinado, modificar su carácter. Sin embargo hay que tomar en cuenta la personalidad del tipo cuando se juzga la idoneidad para alguna tarea (T4).

Tomemos algunas palabras y tratemos de aplicar el tipo de letra adecuado en cada uno, para que expresen gráficamente su significado.



La palabra *elegancia* adquiere mayor significado con un tipo de letra de rasgos finos, como el que se utilizó en la segunda opción, que aplicamos el tipo *Englische* en altas y bajas. La primera opción resulta muy fría y pesada por el grosor de los trazos, donde se aplicó el tipo **BRITANIC BOLD** en ALTAS.



La palabra *fuerza* adquiere mayor significado con un tipo de letra pesada, como el que se utilizó en la primera opción, que aplicamos el tipo **IMPACT BOLD** en ALTAS. La segunda opción resulta inapropiada para reforzar su significado donde se aplicó el tipo *Garamond* en bajas.

HISTORIA

Diploma

Las palabras historia y diploma también adquieren mayor significado de la forma en que se presentan. En la palabra historia se aplicó el tipo **GARAMOND** en ALTAS y en la palabra diploma se aplicó el tipo **Cloister Black** en ALTAS y bajas.

Al seleccionar el tipo adecuado para alguna palabra, debemos tomar en cuenta las características físicas de la letra, para darle mayor significado a las mismas. El siguiente cuadro proporciona normas generales de interpretación.

La letra de palo seco

Expresa actualidad, mecanicismo, industria...

La letra de estilo romano

Expresa clasicismo, tradicionalismo, religión, arte, debilidad...

La letra gruesa

Es símbolo de fuerza poder, energía...

La letra delgada

Simboliza debilidad, suavidad, elegancia, lujo..

La letra CURSIVA MAYÚSCULA:

Es símbolo de dinamismo.

LA LETRA MAYÚSCULA

Indica título, encabezamiento, anuncio...

La letra minúscula de estilo romano

Indica conversación, frase, charla...

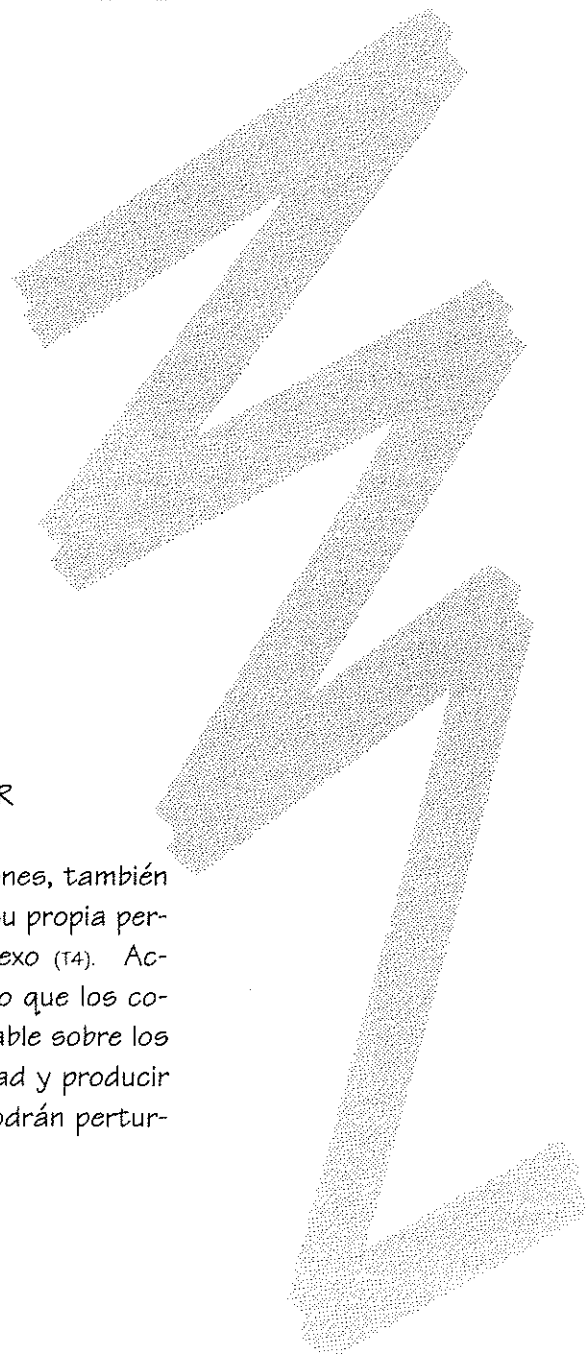
(1)

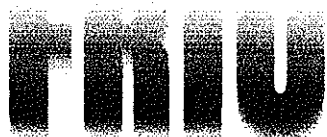
TIPO Y COLOR

La aplicación de color, tanto en un grafismo como en la tipografía, es una de las herramientas más importantes y más versátiles dado que las variaciones y combinaciones dentro del espectro pueden emplearse para modificar la perspectiva del material visual. De modo similar una variación en la tonalidad del color, puede suponer una diferencia cuando hay restricciones establecidas (T4).

PROPIEDADES DEL COLOR

Aunque los colores son sensaciones, también son símbolos y tienen la expresión de su propia personalidad y hasta una cualidad de sexo (T4). Actualmente la psicología ha comprobado que los colores ejercen una acción muy considerable sobre los sentidos, pueden afectar la sensibilidad y producir impresiones y emociones que hasta podrán perturbar el estado de conciencia (T5).





El rojo, el color más estimulante del espectro, está asociado con el fuego, el calor y la acción; es color de fiesta, de alegría, de revolución, de ira, de agresión y pasión sin freno.

El amarillo se asocia con la luz, con la vida y con el poder del oro. Con el rojo y el naranja forman la gama de colores cálidos (los colores del sol) expresan calor.

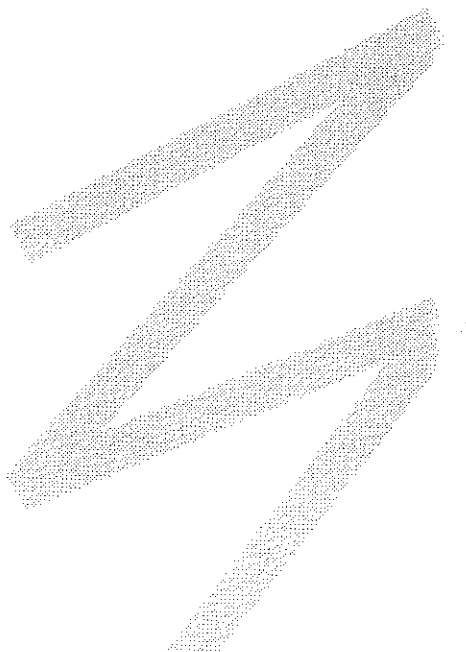
El azul significa frío, paz, serenidad y también depresión; es descanso, relajación y espiritualidad.

El verde se asocia con la vegetación, la humedad y es el color representativo de la naturaleza; significa esperanza y su acción es sedante y refrescante.

El naranja participa de las cualidades del rojo y del amarillo.

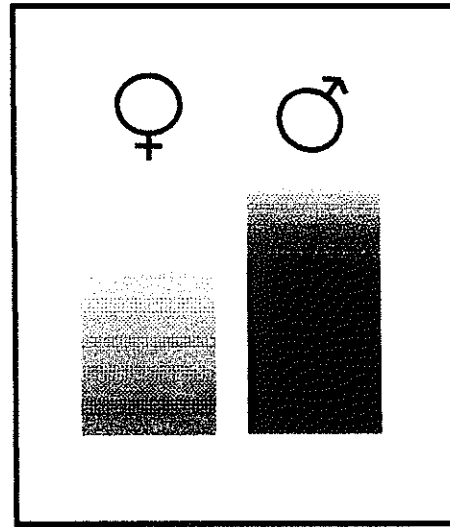
El violeta está asociado con el misticismo, la tristeza y la aflicción. El violeta rojo, o sea el púrpura, representa dignidad, realeza y suntuosidad.

El blanco es pureza y el negro luto y desolación (15).



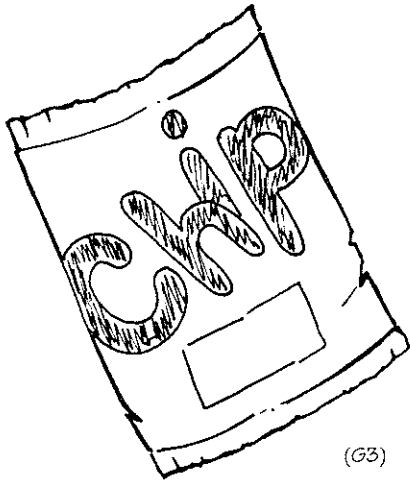
CLASIFICACIÓN DE COLOR POR SEXO

Los hombres prefieren, entre los colores puros los fríos, aunque puede cambiar según se imponga la moda. La mujer muestra preferencia por los colores cálidos. Los matices valorados en oscuro son masculinos y los delicados o pasteles suaves, femeninos. Un color frío mezclado con blanco cambia su personalidad. La mezcla de un color con su complementario lo altera en saturación y también cambia (15).



APLICACIÓN DEL COLOR EN LOS PRODUCTOS

El color desempeña un papel importante en la promoción de un producto: la asociación de los colores sirve para sugerir cualidades del producto. Los azules, verdes y amarillos brillantes se asocian con la frescura y la limpieza, y se ven a menudo en empaques de productos de limpieza doméstica y de artículos de higiene personal. Mientras los rosas y los cremas en anuncios de prendas infantiles o femeninas.



(63)

El color en la tipografía debe trabajarse en base al producto en el cual será aplicada, tomando, en cuenta el grupo objetivo (14).

ESQUEMAS DE COLOR CORPORATIVOS

El color que posee propiedades culturales y asociativas, desempeña un papel importante en la creación de la imagen corporativa.

Un esquema de color que se grabe en la memoria y que sea identificable es uno de las formas más rápidas de atraer hacia esa imagen corporativa la atención del público, que podrá reconocerla inmediatamente, incluso en medio de muchos más. Para distinguirse dentro de la competencia, unos colores corporativos impactantes pueden convertirse en estandarte de una organización (T4).



TIPO Y COLOR

TIPOS COLOREADOS Y LEGIBILIDAD

El empleo de color en la tipografía de los anuncios puede ser eficaz, pero teniendo en cuenta que la legibilidad no disminuya si el fondo o el espacio circundante están también coloreados, puesto que puede competir con el tipo.

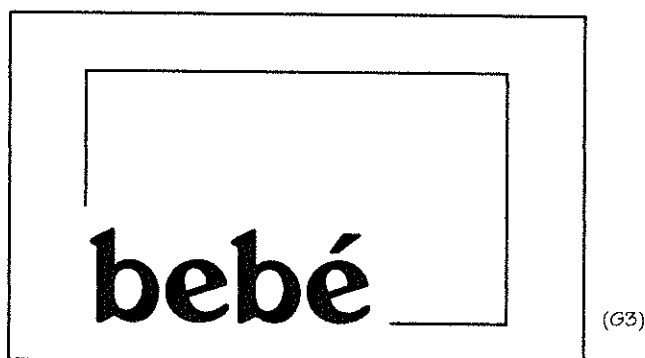
Para que la tipografía no pierda legibilidad, deberá de realizarse pruebas de aplicación de color en el tipo y en el fondo, para experimentar los efectos y problemas de la combinación de matices en un diseño (T4).

(G3)

IDENTIDAD DE GRUPO

Algunos colores han quedado identificados con subculturas específicas. Los hippies usaban colores psicodélicos, los aficionados al fútbol manifiestan sus lealtades exhibiendo los colores de sus equipos. Las naciones se agrupan en torno a una bandera que lleva símbolos de color (T4).

A continuación seleccionaremos el color adecuado para aplicar en los siguientes ejemplos:



La palabra bebé, adquiere mayor significado en colores pastel (rosa y celeste combinados).



En este diseño se aplicó el color de la siguiente forma:

En la palabra **las estaciones** se aplicó una gama de colores que representan las cuatro diferentes estaciones del año.

La palabra primavera en naranja representa el colorido de las flores de esta época.

El texto en color verde representa la frescura de la naturaleza y la vegetación.

En este diseño predominan los colores cálidos que representan la alegría y el colorido de la primavera, y a la vez refuerzan y dan carácter al tema central.

CREATIVIDAD ROMPIENDO REGLAS

La comunicación visual mediante tipos, opera con ideas o conceptos que se crean ensamblando aquello que empieza con una forma abstracta (las letras mismas) en una estructura (la palabra) que adquiere, con ello, un significado. A continuación desarrollaremos diseños acerca de cómo tratar las palabras o textos, haciendo caso omiso de reglas establecidas (T4).

mario

(G3)



LAS MARGARITAS

(G3)

cuadra
p

(G3)

●
nfantil

(G3)

 ANZANA

(G3)

*Yo pienso en ti,
tu vives en mi mente...*

(G3)

VERTICAL

(G3)

Por ejemplo, los nombres propios pueden ir sin inicial en mayúsculas, o un texto continuo puede ir solo en mayúsculas. Los párrafos pueden empezar con una titular o pueden utilizarse algún otro recurso para indicar un nuevo comienzo. Las letras pueden colocarse hacia atrás, cabeza abajo e incluso pueden omitirse. Experimentemos cuántas letras, o incluso palabras, pueden eliminarse sin que la frase deje de comunicar su significado. El leer de izquierda a derecha, no es regla general; las palabras pueden leerse verticalmente, o de abajo a arriba o incluso, en algunos casos, hacia atrás. Para que cualquiera de esos recursos gráficos tenga éxito, debemos analizar las propiedades propias del lenguaje (T4).

TÉCNICAS GRÁFICAS APLICABLES A LA LETRA

La tipografía en el diseño cumple una función muy importante y adquiere mayor significado al aplicar técnicas gráficas a la letra, las cuales aportan cualidades, por medio de tratamientos gráficos, que ayudan a mejorar la comunicación visual en las palabras o mensajes escritos, tomando cuidado de no alterar la estructura básica de la letra.

ESPEJO
ESPEJO

(G3)

MODIFICACIÓN

Existen formas o maneras para que las letras y las palabras adquieran nuevas cualidades, y por consiguiente nuevos significados.

ocultar

sombrear

texturizar

invertir

sobreponer

2. Por fracción

Que es igualmente eficaz aunque de manera distinta, esta supone desgarrar las letras o las palabras y reagruparlas con fragmentos faltantes, o hacerlas desaparecer y difuminarlas (T4).

1. Por construcción

Consiste en añadir algo al tipo o al grupo de letras; esto puede lograrse con subrayados o recuadros, recursos que suman importancia al mensaje. Podemos añadir ornamentaciones, emplear pantallas o realizar inversiones para cambiar el énfasis o podemos introducir bromas visuales (T4).

borrar

difuminar

fragmentar

desgarrar

(G3)

perspectivar

TRANSFORMAR

estirar

ondular

3. Por distorsión

Esta técnica supone modificar la letra ondulándola, estirándola, oprimiendo hacia abajo, de manera que transmita ciertos efectos visuales o sensaciones que ayuden a la comunicación visual.

condensar

expandir

Estas técnicas pueden atribuir a las palabras un tono de voz en particular. Esto es importante en determinado mensaje escrito y se logra mediante tratamientos gráficos.

desarreglar

(G3)

MEDIOS PARA APLICAR TÉCNICAS GRÁFICAS

Todos estos efectos y más pueden lograrse por medio de técnicas gráficas aplicables a la letra. La creatividad en el diseñador es lo que va a determinar los efectos que pueden lograrse utilizando los medios adecuados al aplicar cualquier técnica gráfica.

El diseñador tiene acceso a diversidad de medios: instrumentos, equipo y tecnología para aplicar técnicas gráficas a la letra

A. Instrumentos

Los cuales proporcionan diferentes efectos, dependiendo de su manejo en superficies con texturas diversas (lápices, crayones, marcadores, pinceles, rapidógrafo, etc.)

B. Equipo

Como el aerógrafo que proporciona diferentes efectos en la aplicación de técnicas gráficas. La fotocopidora también proporciona efectos visuales usando trucos al utilizarla, como por ejemplo: recortar una letra, pegándola a un papel con cinta adhesiva para que al fotocopiarla se proyecte una sombra. Otro truco es mover la fuente al fotocopiar para lograr una distorsión en la letra.



C. Tecnología



Actualmente contamos con tecnología muy avanzada como la computadora que posee programas con los cuales podemos aplicar técnicas gráficas a la letra como expandir, condensar, distorsionar, texturizar, colorear, meter una palabra en determinada figura, invertirla, etc. La ventaja que proporciona la computadora como medio al aplicar técnicas gráficas es que resulta muy efectiva sabiendo manejarla y se obtienen rápidos resultados.

D. Objetos de uso común

Muchos objetos de uso diario pueden ser de gran utilidad al aplicar técnicas gráficas a la letra, como por ejemplo la esponja para crear texturas, el cedazo y un cepillo al aplicar tintas o colocar una tela con determinada textura sobre tinta fresca para lograr otros efectos de textura.

Lo importante al aplicar técnicas gráficas a la letra, es la actitud creativa y la destreza del diseñador al manejar los medios adecuados en la proyección de efectos visuales.

TIPOGRAFÍA MANUSCRITA

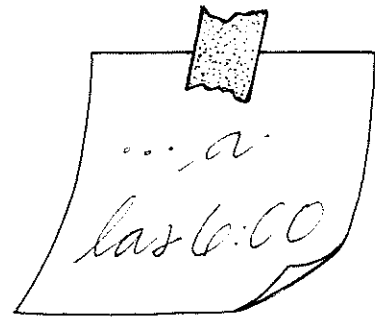
Los tipos manuscritos, los garabatos y los trazos a mano, desempeñan un papel dentro de la tipografía creativa. Los trazos a mano denotan intimidad y calidez y se utiliza para dar un toque personal a determinados temas.

Los trazos a mano pueden proyectar fuertes emociones causando un gran impacto visual, y caracterizan de una forma muy especial a los diseños en los que se aplica (T4).



5 años

(G3)



Women
Men

(G3)

CALIGRAFÍA ARTÍSTICA

La caligrafía es una escritura que se realiza a mano, utilizando un instrumento con la punta biselada que puede ser una pluma, plumilla o marcador.

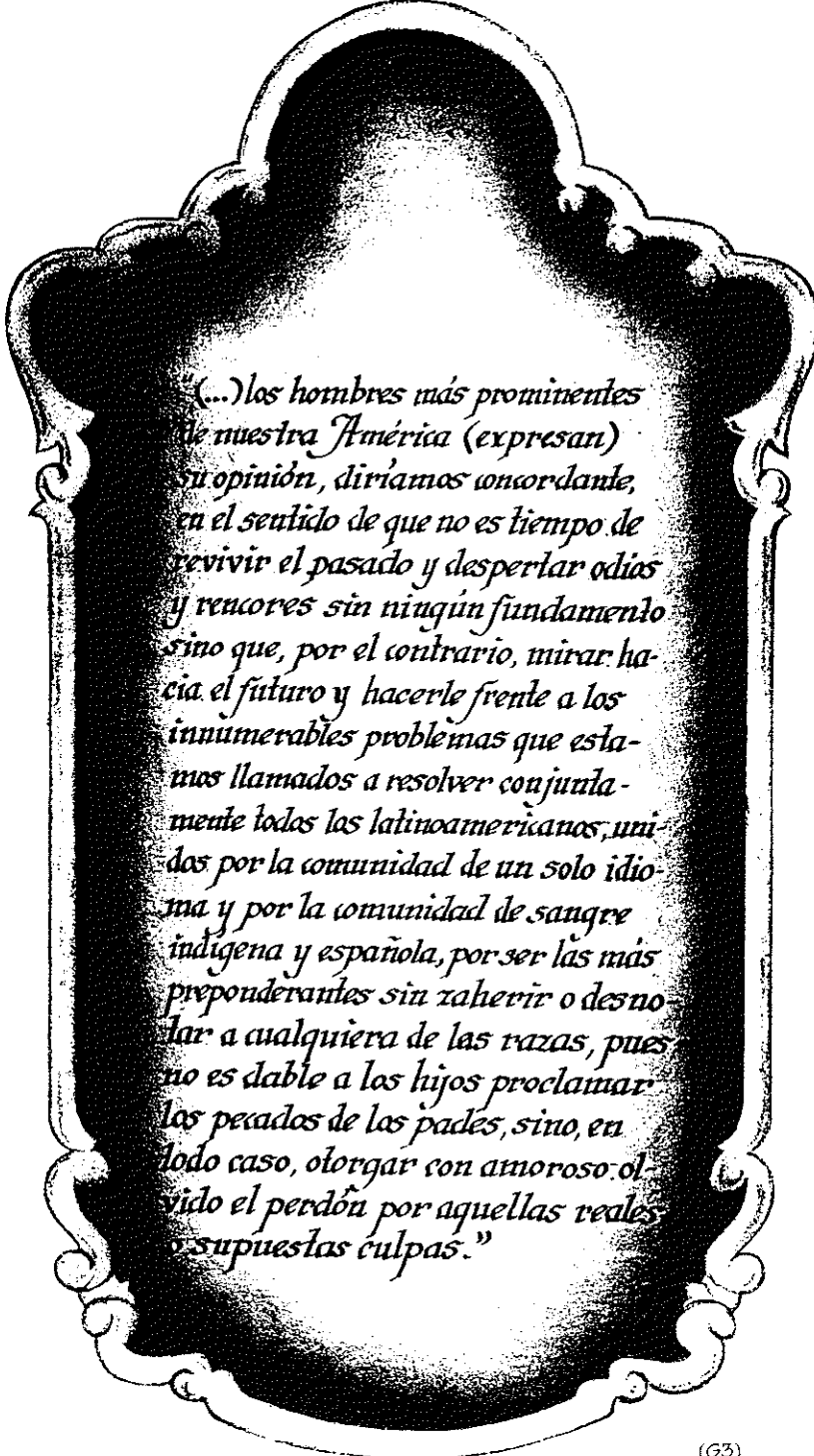
La pluma debe deslizarse en el papel sin mover la inclinación del instrumento biselado, para lograr así una hermosa letra gruesa y delgada a lo largo de sus rasgos.

Se obtienen diferentes estilos de letra, dependiendo de la inclinación del instrumento biselado.

La caligrafía artística es un arte de combinar tipos hechos a mano con elementos que aumentan la belleza de sus formas, que pueden ser delicadas o de mucho carácter. Se utiliza para mensajes elegantes, finos o con sentido histórico, en diplomas, logotipos, papelería, invitaciones y rotulación de sobres.

A highly decorative calligraphic logo for 'Caligrafía Artística'. The word 'Caligrafía' is written in a fluid, cursive script with a large, ornate initial 'C'. Below it, the word 'Artística' is written in a similar style, with a large, sweeping initial 'A' that loops around the bottom of the word. The overall style is elegant and artistic.

(G3)



(...) los hombres más prominentes de nuestra América (expresan) su opinión, diríamos concordante, en el sentido de que no es tiempo de revivir el pasado y despertar odios y rencores sin ningún fundamento sino que, por el contrario, mirar hacia el futuro y hacerle frente a los innumerables problemas que estamos llamados a resolver conjuntamente todos los latinoamericanos, unidos por la comunidad de un solo idioma y por la comunidad de sangre indígena y española, por ser las más preponderantes sin zaherir o desno-clar a cualquiera de las razas, pues no es dable a los hijos proclamar los pecados de los padres, sino, en todo caso, otorgar con amoroso olvido el perdón por aquellas reales o supuestas culpas."

(63)

¿ Que queda atrás, al fondo de estos relatos de la vida del Nuevo Mundo? Historias de bandidos, dirán algunos. Porque en el mundo, los pueblos no se mueven como los coros celestiales, y en medio de la lucha las pasiones humanas salpican de sangre y hasta de lodo más de una página en el libro de los anales. Pero debajo de esa turbia muchedumbre que lleva cuatro siglos de estar moviéndose en el subterráneo de la vida americana, ha corrido la savia de aspiraciones más altas. La historia de los ideales de América es una historia del pueblo. A veces el pueblo ha encontrado conductores generosos, a veces sus capitanes han sido bandidos, a veces el adalid ha sido a un mismo tiempo fuego purificador y fuego exterminador. Pero del fondo de esos contradictorios elementos ha sido...

(63)



Maria de los Angeles

(G3)

Ana Regina

(G3)

COMBINACIÓN DE TIPOS

La combinación de tipos debe ser coherente y controlada. El modo más sencillo es combinar tipos opuestos. Un tipo palo seco con cualquier tipo con remate o serif.

Dentro de los tipos con remates o serif la mayoría son bastante compatibles y no hay necesidad de recurrir a tipos opuestos (16).

No es aconsejable combinar más de tres tipos de letra en un diseño, para no saturar, únicamente si el mismo diseño se presta para ello.

CUADRO DE COMBINACIÓN DE TIPOS POR FAMILIAS TIPOGRÁFICAS

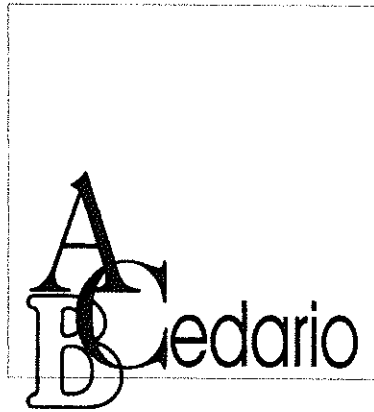
	R. ANTIGUO	R. TRANSICIONAL	R. MODERNO	EGIPCIO	CONTEMPORÁNEO	<i>Caligráfico</i>	<i>Misceláneo</i>
R. ANTIGUO	●	■	■	■	■	■	■
R. TRANSICIONAL	■	●	■	■	■	■	■
R. MODERNO	■	■	●	■	■	■	■
EGIPCIO	■	■	■	●	■	■	■
CONTEMPORÁNEO	■	■	■	■	●	■	■
<i>Caligráfico</i>	■	■	■	■	■	●	■
<i>Misceláneo</i>	■	■	■	■	■	■	●

(G3)

ACONSEJABLE



NO ACONSEJABLE



APLICACIÓN CREATIVA DE ESPACIADO Y FORMATOS

El espaciado y el formato deben tomarse en cuenta de acuerdo a las características espaciales de los diferentes tipos. Existe el espacio que ocupa la letra misma y el espacio creado dentro y alrededor de ella. Podemos ver qué efectos producen esos espacios tomando una letra impresa en negro sobre blanco e invirtiendo los colores. El efecto también cambiará si se utiliza alguna textura o trama en vez de una superficie uniforme, ya sea para la letra o para el fondo. También se debe prestar atención a los trazos de cada forma de letra. Una palabra o una letra aisladas y rodeadas por mucho espacio ganarán fuerza, mientras que la saturación hará que las palabras compitan entre sí. Lo importante es conseguir el efecto deseado. El espaciado y el interlineado también son elementos de diseño importantes.

La elección de la forma y el tamaño del formato donde figura la tipografía, ayudan a reforzar o aclarar el mensaje. Los formatos largos y estrechos difieren de los cortos y anchos. La colocación de los tipos en un formato determinado puede modificar por completo su carácter (T4).

Debemos observar los cambios que se producen si el mensaje del texto se coloca al centro de una página de gran tamaño, si se sitúa en el ángulo superior izquierdo o del lado derecho, o si bordea los cuatro lados del formato o si se sale de él. El tipo puede colocarse vertical, horizontalmente o en disposición irregular (T4).

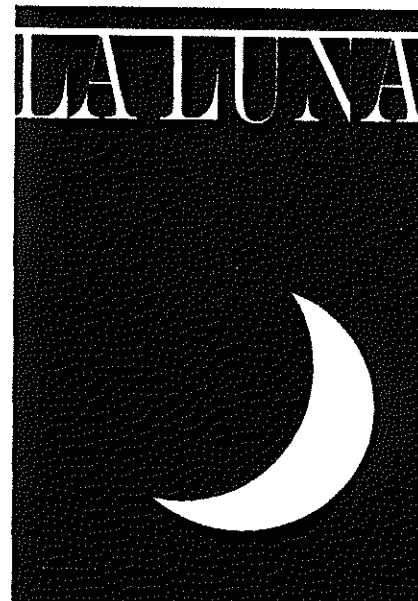


(G3)



(G3)

la tipografía sobre fondo invertido sobresale, causando gran impacto visual



(G3)

DISEÑO Y ANÁLISIS DE LETRA- IMAGEN

Letra-imagen es un método con el que se descubre la fuerza con que las letras individuales pueden expresar visualmente la idea que se desea comunicar y hace posible el trabajo de la imaginación en torno a posibles rasgos de diseño que deben ser explotados. Es un método que da muy buenos resultados porque integra tipo e ilustración o dibujo (14).

PROCESO DE TRABAJO

Para realizar un diseño de letra-imagen aplicamos el siguiente procedimiento:

- Tomamos como base una palabra.
- Seleccionamos la primera letra de la palabra.
- Según el significado de la palabra, seleccionamos el tipo de la letra y su modalidad.
- Aplicamos un tratamiento, integrando a la letra elementos gráficos o imágenes, para mostrar el significado de la palabra en la primera letra de la palabra.

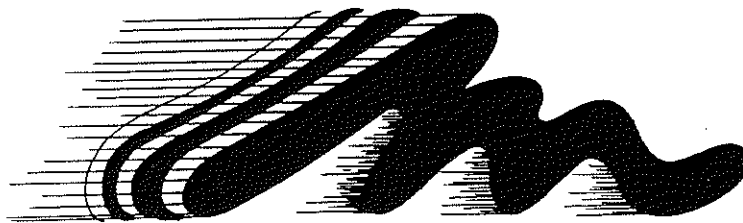
Los siguientes proyectos muestran el potencial creativo de las formas de las letras y cómo pueden comunicar una gran variedad de mensajes.

Desinflar



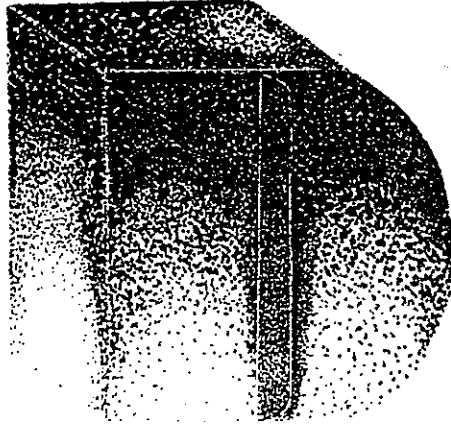
Jessika Del Vecchio (G4)

Movimiento



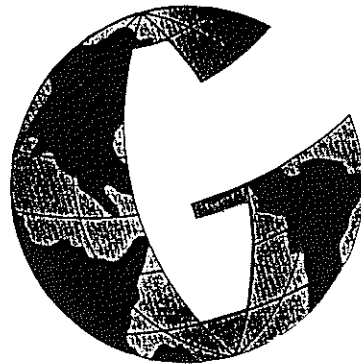
Gerson Orozco (G4)

Desaparecer



Oscar Reyes (G4)

Geografía



Gustavo Morales (G4)

DISEÑO Y ANÁLISIS DE PALABRA - IMAGEN

Palabra- imagen es un método que describe el significado de una palabra entera mediante el tratamiento tipográfico integrado a la imagen.

Aplicar este método representa convertir las letras en imagen, de modo que la letra, la palabra y la imagen se integren en la composición.

La eficacia publicitaria de estos diseños, nos lleva, al estudio de una sistematización de la palabra- imagen, en su función de fijar el recuerdo de un nombre, una firma, una palabra o un producto (14).

PROCESO DE TRABAJO

Para realizar un diseño de palabra-imagen aplicamos el siguiente procedimiento:

- Tomamos como base una palabra completa.
- Según el significado de la palabra, seleccionamos un tipo de letra y su modalidad.
- Aplicamos un tratamiento, integrando a la palabra elementos gráficos o imágenes, para mostrar el significado de la palabra en ella misma.



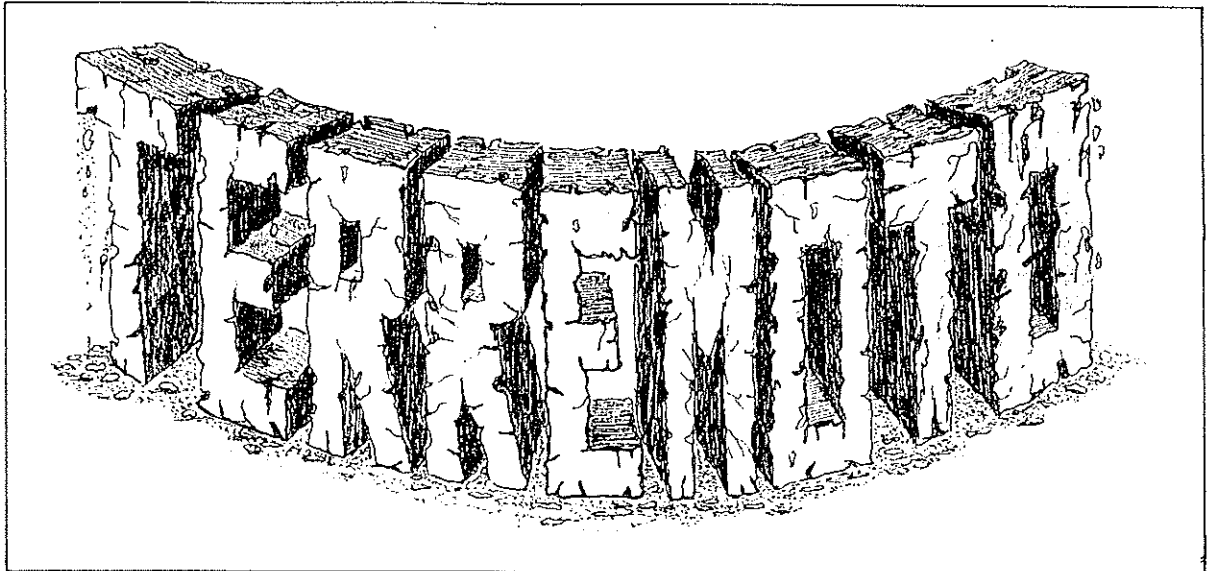
Abraham Seltzer
From *Typography* by Aaron Burns, Reinhold
Publishing Company, 1961

(G5)

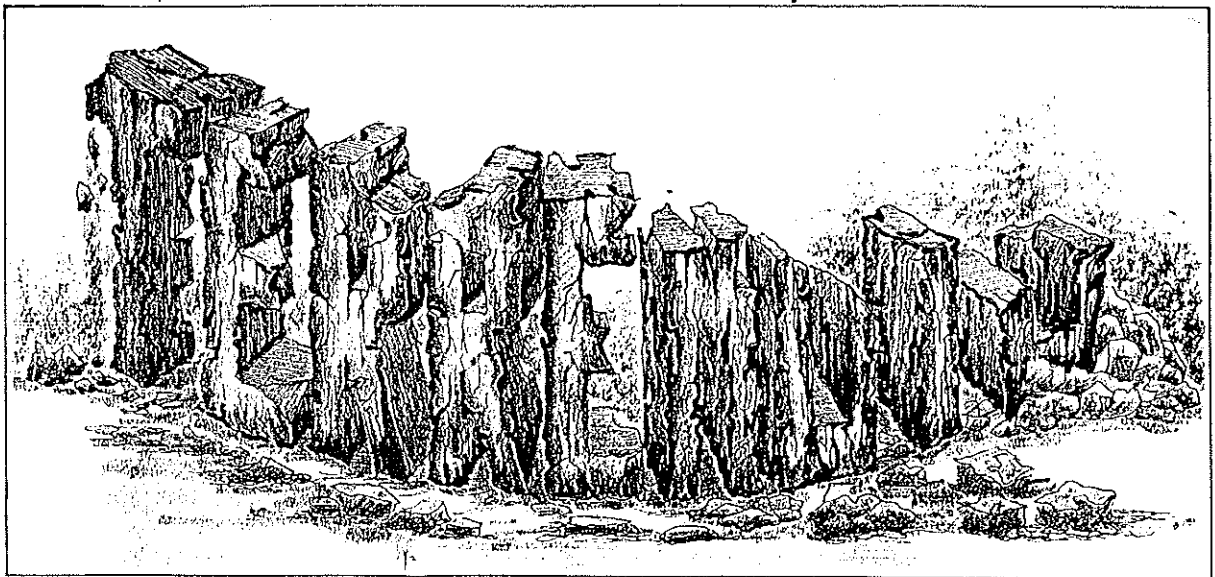


Lester Teich
From *Typography* by Aaron Burns, Reinhold
Publishing Company, 1961.

(G5)



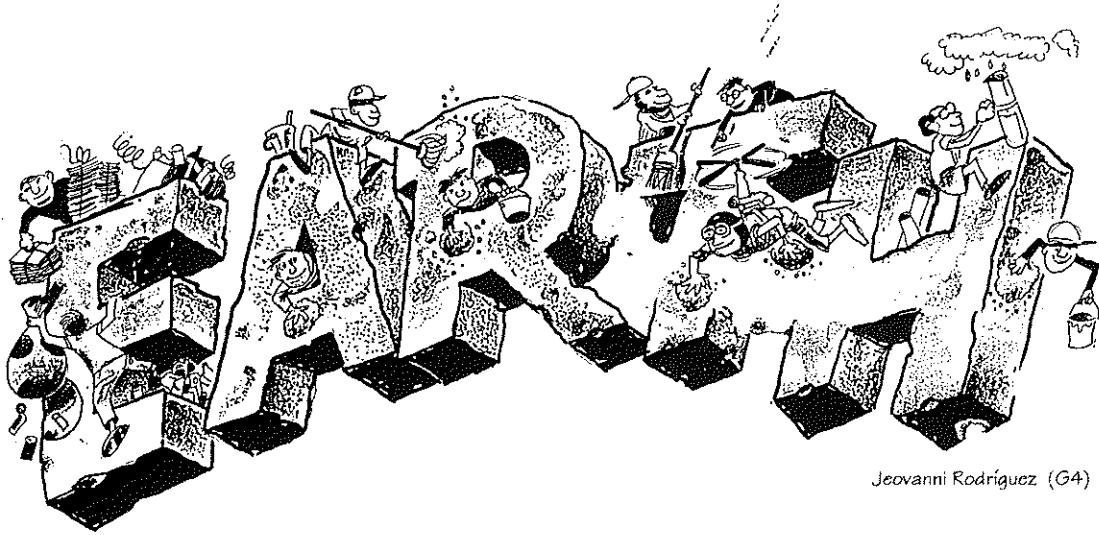
Otto Estrada (G4)



Otto Estrada (G4)

MATEMÁTICA

Jorge Mario Fernández (G4)



Jeovanni Rodríguez (G4)

UNIVERSO

María Luisa Lemus (G4)

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

AQUAJA

Juan Alberto Sandoval (G4)

DESIGNER

Susana Arévalo (G4)

GOLD

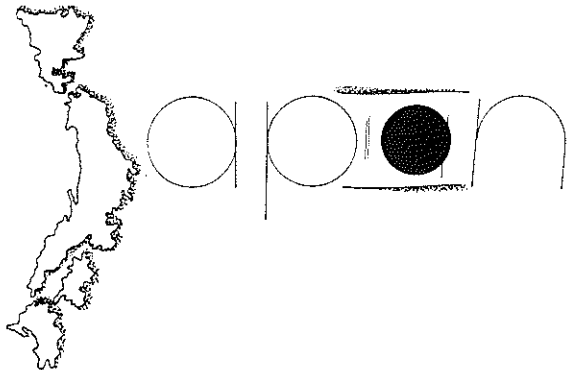
(G3)

RUSIA

(G4)



(G4)



Oscar Reyes (G4)

DISEÑO Y ANÁLISIS DE PROGRESIONES

Este método parte de una letra o palabra para convertirse por medio de una transformación gradual en una imagen o palabra-imagen.

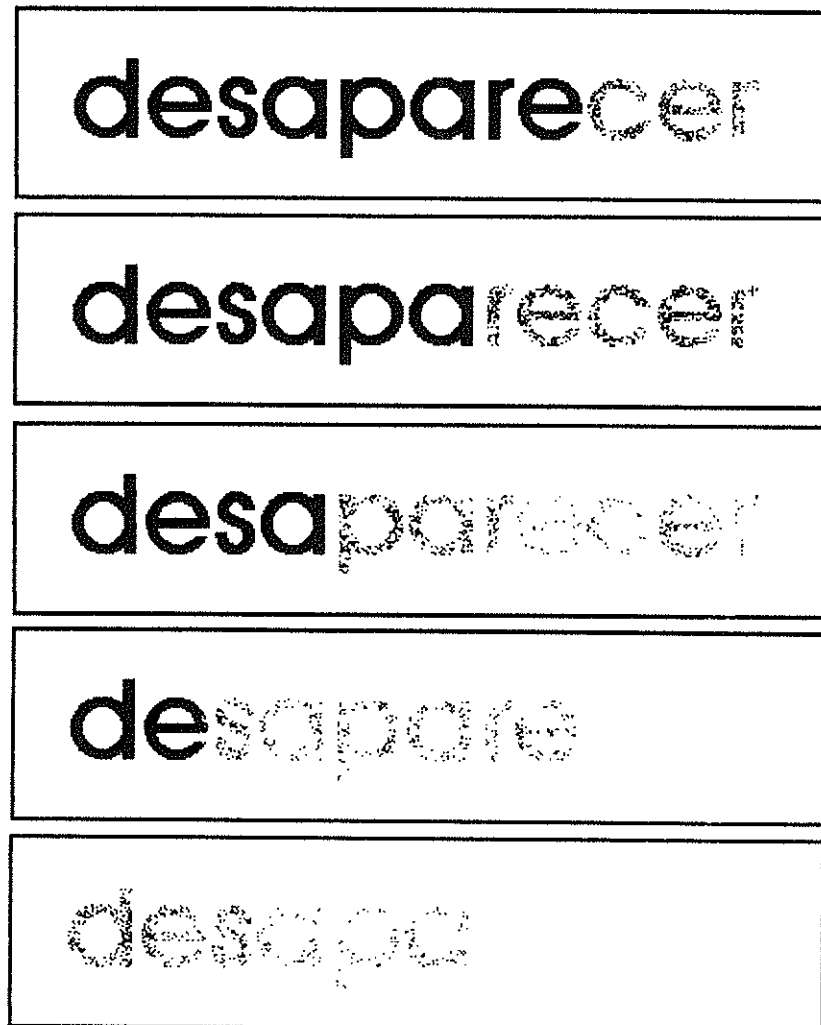
Este método despierta la creatividad del diseñador presentando una secuencia de transformaciones, para encontrar una solución gráfica a una letra o palabra.

PROCESO DE TRABAJO DE PROGRESIÓN DE LETRA A IMAGEN

- Tomamos como base una letra en determinado estilo de letra.
- Seleccionamos una imagen en la que deseamos que se transforme la letra.
- En 5 ó 9 pasos hacemos cambios graduales para ir transformando la letra en determinada imagen.

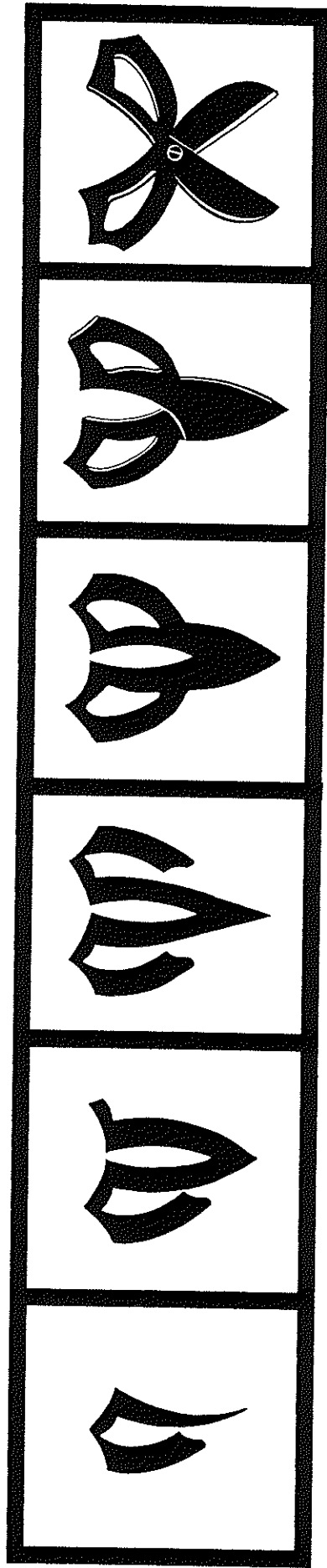
PROCESO DE TRABAJO DE
PROGRESIÓN DE PALABRAS

- Tomamos como base una palabra.
- Según el significado de la palabra, seleccionamos un tipo de letra y su modalidad.
- En 5 ó 9 pasos hacemos cambios graduales, para darle significado propio a la palabra por medio de elementos gráficos.

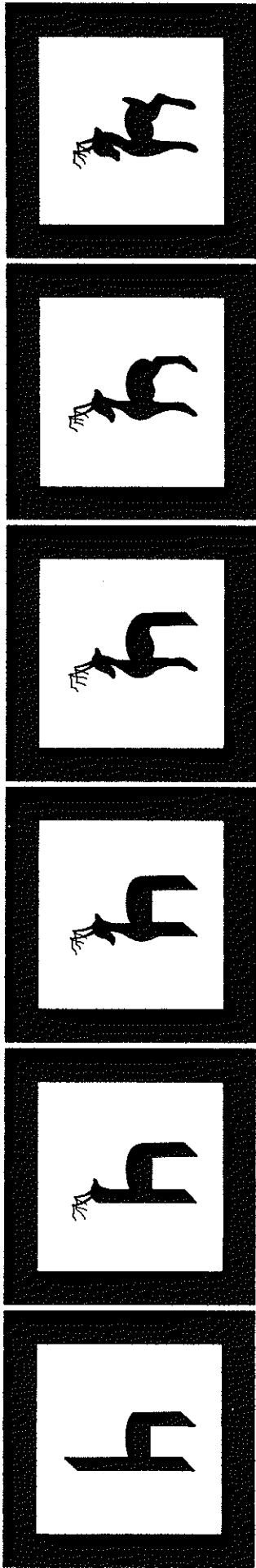


(G3)

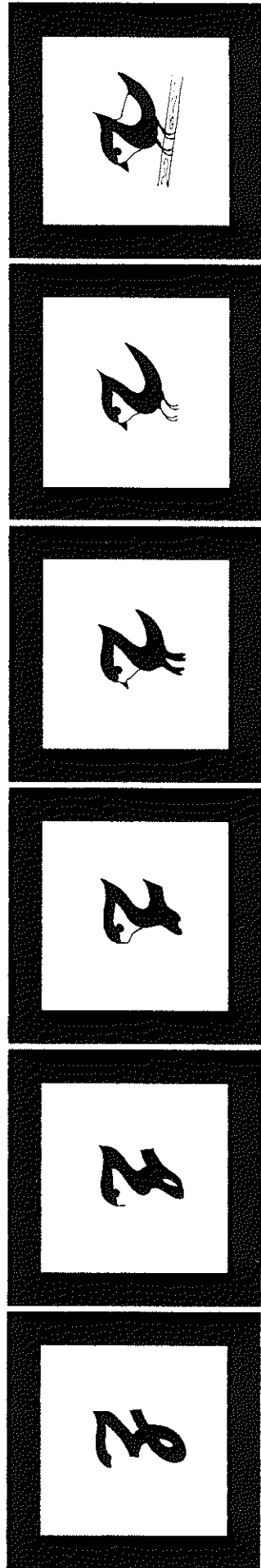
PROGRESIONES DE LETRA A IMAGEN



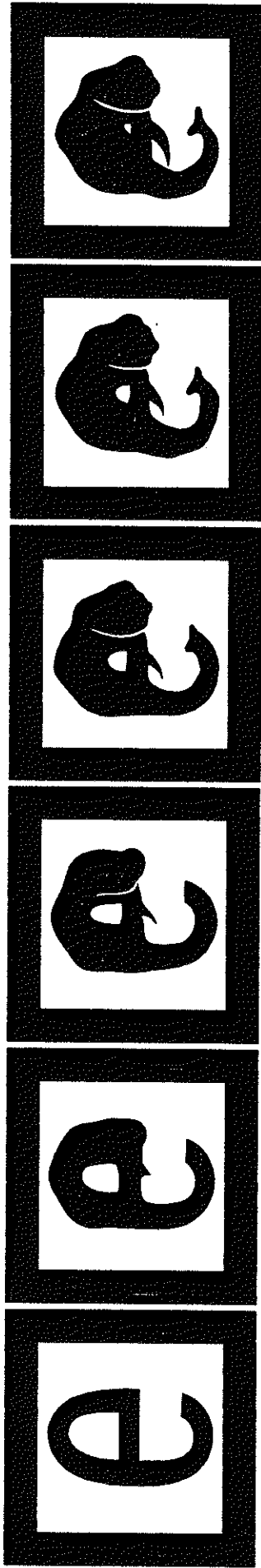
(64)



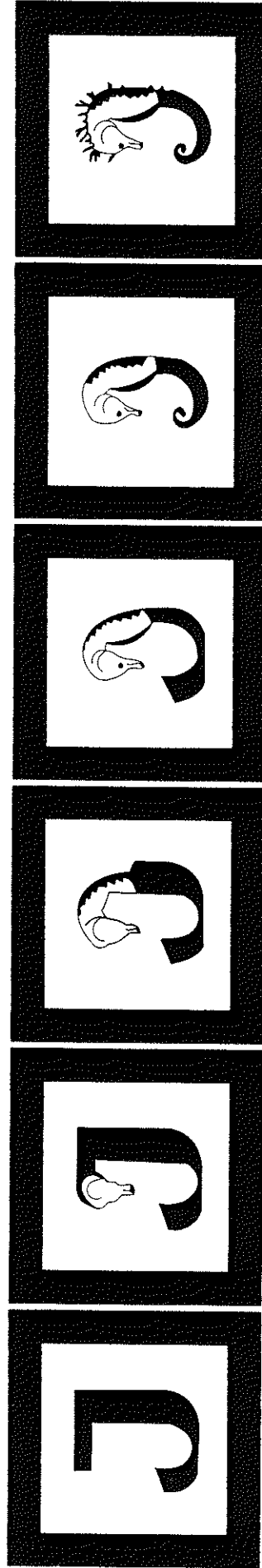
Gerson Orazco (G4)



Gerson Orazco (G4)



Hansen arania (G4)



(G4)

DISEÑO Y ANÁLISIS DE LOGOTIPOS

Los productos y organizaciones tienen su propia personalidad tan complejas como la personalidad humana. Las marcas y los logotipos de los productos y las organizaciones son condensaciones de realidades complejas en una afirmación simple, en una declaración que puede ser controlada, modificada, desarrollada y madurada en el curso del tiempo.

Un logotipo es el nombre de una industria, un comercio, un producto o una marca, diferenciado gráficamente mediante un tipo de letra cuyo grafismo ayude a fijar el recuerdo. Un logotipo podría estar formado por nombres de marca (tipografía) y por símbolo de marca (imagen o figura) (17).

TIPOS DE MARCAS Y LOGOTIPOS

La diferencia la determinan los elementos que integren un logotipo.

1. Logotipos sólo con el nombre

Los logotipos cuyo carácter único deriva exclusivamente de un nombre utilizado con un estilo gráfico particular. Transmiten un mensaje simple y directo. Sin embargo, los logotipos sólo con el nombre son apropiados cuando el nombre es relativamente breve y fácil de utilizar, y cuando es adaptable y relativamente abstracto.

José Luis Gándara
&
A s o c i a d o s

(63)

2. Logotipo con nombre y símbolo

Estos logotipos tratan el nombre con un estilo tipográfico característico, pero lo sitúan dentro de un simple símbolo visual: un círculo, un óvalo y un cuadrado. Igual que en los logotipos sólo con nombre, el nombre en estos casos debe ser relativamente breve y adaptable, pues el símbolo abstracto no será lo bastante distintivo por sí solo. Cada vez que se utiliza el logotipo, el nombre corporativo desempeña necesariamente un papel clave en la comunicación, porque constituye parte integrante del logotipo (17).



(63)

3. Iniciales en los logotipos

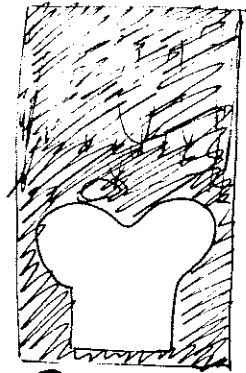
Se utilizan iniciales en los logotipos cuando los nombres de las empresas son demasiado recargados o de muchas palabras. Las iniciales es una descripción de sus actividades o puede ser la conjunción de los nombres de dos socios o puede basarse en los apellidos de los fundadores del negocio. En estos casos optan por recurrir a un conjunto de iniciales con carácter, distintivas para la adopción de un logotipo.

Para los diseñadores, a menudo el desarrollo de un logotipo basado tan sólo en iniciales es una tarea directa. Se trata de un trabajo de diseño relativamente puro en cuanto a tipografía y deberá ejercer su habilidad aplicando técnicas que hagan sobresalir a este logotipo dentro de la competencia (17)



PROCESO BÁSICO PARA LA CREACIÓN DE UN LOGOTIPO

- Se parte de la necesidad del cliente por crear un logotipo que represente a su empresa, producto, etc.
- Se recaba información proporcionada por el cliente: Tipo de empresa o producto y servicios que presta, aplicaciones del logotipo, grupo objetivo, imagen corporativa, etc. Esta información ayudará a formar una idea de lo que el cliente espera del logotipo para satisfacer su necesidad.
- Se realizan pre-bocetos que contengan las ideas claves a trazos rápidos.
- Establecida ya la idea central, se realizan tres bocetos máximo.
- Se presentan los tres bocetos al cliente, para que elija y sugiera posibles cambios.
- Se realiza un boceto final con los cambios sugeridos.
- Se presenta al cliente el boceto final para su aprobación y se determinan costos y presupuesto.
- Se procede a elaborar el arte final con separación de color.
- Se presenta al cliente el arte final para su aprobación final.
- Se imprime con en sus debidas aplicaciones.



Mac
PRESTO



Mac
PRESTO

Mac
PRESTO

(53)

APLICACIÓN DE TIPOGRAFÍA EN UN LOGOTIPO

Al aplicar tipografía en un logotipo primeramente debe seleccionarse un tipo de letra adecuado que contenga características asociadas a la imagen del producto o empresa, además de una buena proyección hacia el grupo objetivo. Para luego aplicar las técnicas gráficas necesarias de manera que proyecte la imagen de la empresa o producto.

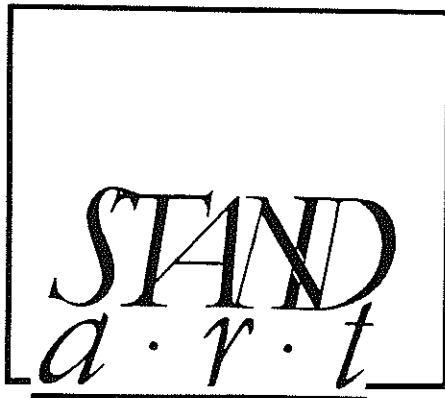
HISTORI
de la
Tipografía



Renato Díaz (G6)



(G3)



(G3)



(G3)

MERIDA
CANCUN

(G3)

Tiología

(G3)

mi trencito

(G3)

PÁGINA
Educativas

(G3)

DISEÑO Y ANÁLISIS DE NOMBRES PROPIOS

Es un método que describe la personalidad de un individuo en las palabras que forman su nombre. Para proyectar la personalidad de un individuo debe hacerse un análisis sobre el carácter, los gustos, la ocupación, la forma de vestir, hasta de caminar, sus distracciones, o sea la imagen que proyecta en general una persona.

PROCESO DE TRABAJO

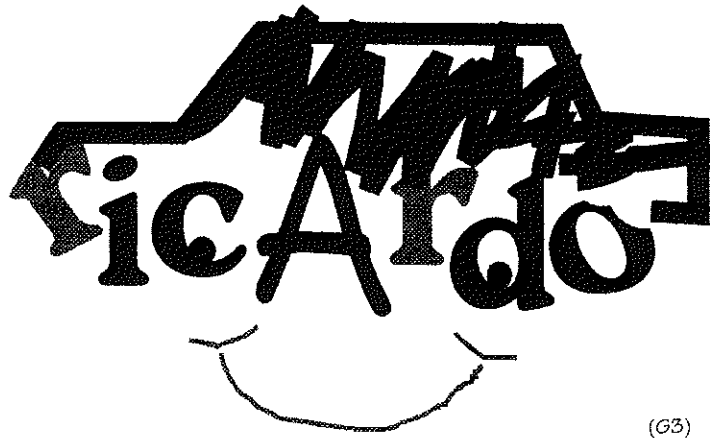
- Tomamos como base el nombre de una persona.
- Según la personalidad del individuo, seleccionamos un tipo de letra y su modalidad.
- Se selecciona uno o dos nombres o nombre y apellido, lo más adecuado para realizar el diseño.
- Aplicamos un tratamiento, integrando al nombre elementos gráficos que proyecten la personalidad y la imagen de una persona.



(G3)



(G3)



(G3)



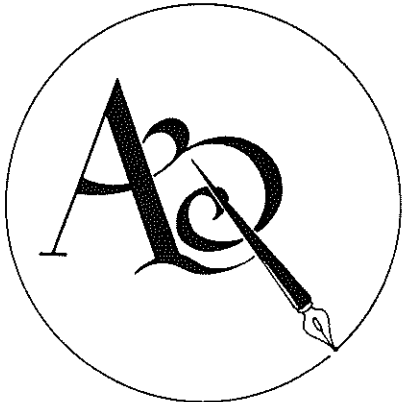
Karen A. Otten (G4)



Jessika Del Vecchio (G4)



Gerson Orozco (G4)



Angela Beatriz Pérez (G4)

ABREVIATURAS DE CITAS BIBLIOGRÁFICAS

TEXTO

(T1) Parramón, José M. ASÍ SE DIBUJAN LETRAS, RÓTULOS, LOGOTIPOS. Parramón Ediciones. Barcelona. Pag. 11.

(T2) Asensio, Susana y Farfán, Lorena. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL ALFABETO LATINO. Curso de Tipología. Programa de Diseño Gráfico. U.S.A.C.

(T3) Asensio, Susana y Farfán, Lorena. MORFOLOGÍA Y CLASIFICACIÓN DE TIPOS. Curso de Tipología. Programa de Diseño Gráfico. U.S.A.C.

(T4) March, Marion. TIPO Y COLOR. Editorial Gustavo Gili, S.A. Pags. 20, 36, 37, 38, 32, 42, 40, 30, 54 y 64.

(T5) Hayten, Peter J. ARMONIDEC. Las Ediciones de Arte, Barcelona. Pag. 11.

(T6) March, Marion. TIPO Y COLOR. Editorial Gustavo Gili, S.A. Pag. 35.

(T7) Murphy, John / Rowe Michael. COMO DISEÑAR MARCAS Y LOGOTIPOS. Editorial Gustavo Gili, S.A. Pags. 6, 16 y 18.

GRÁFICAS

(G1) Parramón, José M. ASÍ SE DIBUJAN LETRAS, RÓTULOS, LOGOTIPOS. Parramón Ediciones. Barcelona. Pags. 22, 23, 14, 15, 16, 17, 18 y 19.

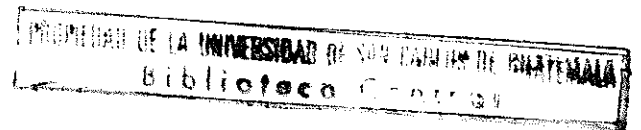
(G2) Asensio, Susana y Farfán, Lorena. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL ALFABETO LATINO. Curso de Tipología. Programa de Diseño Gráfico. U.S.A.C.

(G3) Elaboración propia.

(G4) Curso de Tipología. Estudiantes de segundo semestre del Programa de Diseño Gráfico. Facultad de Arquitectura. U.S.A.C.

(G5) Resnick, Elizabeth. GRAPHIC DESIGN: a problem-solving approach to visual communication. Prentice- Hall Inc. Englewood Cliffs. New Jersey.

(G6) Diseñador gráfico profesional.



CONCLUSIONES

Al diseñar es posible modificar, simplificar o embellecer las formas de las letras, siempre que no altere de alguna manera su estructura básica, y perjudique la comunicación que es la función primordial de las letras.

Al seleccionar el tipo de letra adecuado para algún diseño, debe de tomarse en cuenta las características físicas de la letra y posteriormente aplicar las técnicas gráficas, con los medios adecuados para darle mayor significado al mismo.

La tipografía no es un proceso automático, ni mecánico, tampoco es obra de magia. Es una actitud generada por el pensamiento, la imaginación y la destreza y su grado de creatividad depende de la actitud mental del diseñador.

RECOMENDACIONES

Que se reproduzca el “Manual de técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra” y se utilice como documento de apoyo en el curso de Tipología, ya que contiene temas afines al programa de dicho curso.

Que el diseñador haga un estudio preliminar para seleccionar el tipo de letra adecuado en los diseños que realice, tomando en cuenta los conceptos y conclusiones del presente documento.

Que se elaboren documentos similares a este sobre el contenido de los cursos que se imparten en el Programa de Diseño Gráfico, para que el estudiante disponga de bibliografía adecuada a sus necesidades.

BIBLIOGRAFÍA

Asensio, Susana y Farfán Lorena. MORFOLOGÍA Y CLASIFICACIÓN DE TIPOS. Curso de Tipología. Programa de Diseño Gráfico. U.S.A.C.

Asensio, Susana y Farfán Lorena. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL ALFABETO LATINO. Curso de Tipología. Programa de Diseño Gráfico. U.S.A.C.

Craig, James. DESIGNING WITH TYPE. Watson Guptill. Publications New York.

Gates, David. LETTERING FOR REPRODUCTION. Watson Guptill. Publications New York.

Hayten, Peter J. ARMONIDEC. Las Ediciones de Arte. Barcelona.

March, Marion. TIPOGRAFÍA CREATIVA. Editorial Gustavo Gili S.A.

March, Marion. TIPO Y COLOR. Editorial Gustavo Gili, S.A.

Murphy, John / Rowe Michael. COMO DISEÑAR MARCAS Y LOGOTIPOS. Editorial Gustavo Gili, S.A.

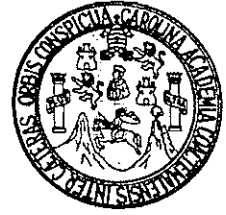
Parramón, José M. ASÍ SE DIBUJAN LETRAS, RÓTULOS, LOGOTIPOS. Parramón Ediciones. Barcelona.

Resnick, Elizabeth. GRAPHIC DESIGN; a problem- solving approach to visual communication. Prentice- Hall Inc. Englewood Cliffs. New Jersey.



Diseño Gráfico

Facultad de Arquitectura
U.S.A.C
Segundo Semestre 1995



TIPOLOGIA CODIGO: 226

PROFESORES: RAÚL SOLARES, EMPERATRIZ PÉREZ Y EVA PAZ

DESCRIPCION DE LA ASIGNATURA:

El curso de Tipología forma parte del área técnico-expresiva de la carrera de Diseño Gráfico. En el curso se estudiará el origen, desarrollo, morfología y clasificación de caracteres tipográficos, diagramación y técnicas gráficas en la aplicación creativa de la letra, para finalmente aplicar los conocimientos en diseños específicos.

OBJETIVO GENERAL:

Que el estudiante conozca, comprenda y aplique en forma sistemática y creativa, los principios fundamentales de la tipología en el campo del Diseño Gráfico.

OBJETIVOS TERMINALES:

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Comprender la importancia del origen y evolución del Alfabeto Latino y su incidencia en la estructura morfológica del mismo.
- Comprender la clasificación del Alfabeto Latino en estilo tipográficos y familias.
- Aplicar los conceptos básicos de diagramación para levantado de texto.
- Aplicar correctamente la letra en mensajes específicos.
- Trazar y construir diferentes caracteres tipográficos en diferentes estilos, mediante el manejo correcto de los instrumentos y materiales de dibujo.
- Aplicar la tipología en forma creativa, mediante técnicas y métodos de composición.
- Asumir actitudes críticas y objetivas para desarrollar y juzgar diseños que incluyan letras.

OBSERVACIONES:

Solamente los alumnos que cumplan con el 80% de asistencia y el 80% de trabajos entregados, tendrán derecho a evaluación.

Este curso, por ser práctico se evalúa continuamente durante el semestre. La sumatoria constituye la nota final. No tiene examen de recuperación.



Diseño Gráfico
 Facultad de Arquitectura
 U.S.A.C
 Segundo Semestre 1995

TIPOLOGIA
 DOCENTES: RAUL SOLARES, EMPERATRIZ PEREZ Y EVA PAZ



TEMA	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	EVALUACION	VALOR	BIBLIOGRAFIA
Generalidades del Curso.	Introducción, descripción y organización del curso.	<ul style="list-style-type: none"> Exposición oral. Prueba diagnóstica. 			
Origen y desarrollo histórico de la letra.	Origen y desarrollo del Alfabeto Latino. El Alfabeto Latino antes del surgimiento de la tipografía. El alfabeto Latino después del surgimiento de la tipografía.	<ul style="list-style-type: none"> Exposición oral. Trabajo en grupo. Análisis de modelos. 	Prueba objetiva. Pruebas prácticas.	10 puntos	Craig, James Designing with Type Watson Guppi Publications New York Gatten, David Lettering for reproduction Watson Guppi Publications New York Gatten, David Type Watson Guppi Publications New York Reebick, Elizabeth Graphic Design A problem solving Approach to visual communication Prentice-Hall, Inc. Englewood Cliffs, New Jersey The Habermule Co. Handmade Visual Copy Letter U.S.A. Watson, Helm The Art of the Hand Lettering Diebler Publications, Inc. New York Peters, Lanton Como Presentar un Trabajo Académico Edita Guatemala 1980
Morfología y clasificación de tipos por familias tipográficas.	Morfología de la letra: Anatomía de la letra. Modificaciones de la letra: Por posición, versión, peso y ancho. Clasificación de tipos por familias tipográficas. Trazos de Alfabeto Romano.	<ul style="list-style-type: none"> Exposición oral. Análisis de modelos. Demonstración de trazos y ejecución. 	Prueba objetiva. Ejercicios analíticos de letras. Ejercicios de trazos. Ejercitaciones.	10 puntos	
Medidas tipográficas y diagramación para levantado de textos.	Medidas básicas: Pl, x, y, y picas. Medidas de tipo e interlinea. Indicadores de diagramación para levantación de textos. Diagramación de periódico.	<ul style="list-style-type: none"> Exposición oral. Actividades individuales y de grupo. 	Ejercicios de medición de tipos e interlinea. Diagramación y levantado de textos.	30 puntos	
Técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra.	Lenguaje de las letras. Tipo y color (impacto psicológico). Técnicas gráficas: Modificación y combinación de tipos. Diseño y análisis de letra imagen, palabra imagen, progresiones, logotipos y monogramas.	<ul style="list-style-type: none"> Exposición oral. Actividades de individuales y de grupo. 	Diseño y análisis de letra imagen, palabra imagen, progresiones, logotipos y monogramas.	30 puntos	