

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

**Diseño de Material Didáctico  
para el uso y tratamiento  
de la tipografía como forma,  
dirigido a estudiantes  
del curso de Tipografía**

**Proyecto desarrollado por:  
Mónica Isabel Quijé Villafuerte**

**Para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico  
egresada de la Facultad de Arquitectura  
de la Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Guatemala, septiembre de 2016**



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



---

## **Diseño de Material Didáctico para el uso y tratamiento de la tipografía como forma, dirigido a estudiantes del curso de Tipografía**

---

Proyecto desarrollado por:  
Mónica Isabel Quiej Villafuerte



# Nómina de Autoridades

- **Msc. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón**  
Decano
- **Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea**  
Vocal I
- **Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini**  
Vocal II
- **Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras**  
Vocal III
- **Br. Gladys Jeanharie Chacón García**  
Vocal IV
- **Br. Carlos Rubén Subuyuj Gómez**  
Vocal V
- **Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos**  
Secretario

# Tribunal Examinador

- **Msc. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón**  
Decano
- **Lic. Carlos Enrique Franco Roldán**  
Asesor metodológico
- **Lic. Larisa Caridad Mendóza Alvarado**  
Asesora gráfica
- **Lic. Miriam Isabel Meléndez Sandoval**  
Tercera asesora
- **Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos**  
Secretario



# Agradecimientos

El mayor agradecimiento se lo debo a Dios. Gracias Padre por darme el valor, el ánimo, el coraje y la sabiduría necesarios para culminar este Proyecto. Gracias por los dones que me has prestado y que han sido indispensables para llegar a este momento.

Gracias a mi madre por ser el mejor ejemplo de lucha y entereza que podría desear. Gracias por empujarme a alcanzar mis metas, enseñarme con su vida que debo luchar por ser lo que he sido llamada a ser, y que todo es posible de la mano de Dios. Este triunfo es para ella.

Gracias a mi padre, por ser en vida un ejemplo de perseverancia para mí.

Gracias Daniel, por ser mi complemento, mi compañero de vida y de lucha. Gracias por ir a mi lado en este camino y por hacerme saber todos los días que esta es solo una de todas las metas que lograremos juntos.

Agradezco a mis hijas por su paciencia, amor y comprensión. Adriana, viviste esta parte de mi vida muy de cerca desde el comienzo, y gracias a tu amor y compañía pude ir avanzando. Sofía, tu cariño y tus abrazos me dieron fuerzas para seguir adelante. Mis niñas, este logro es también para ustedes. Espero que sus logros sean aún mayores.

A mis hermanos y hermanas, por no permitirme olvidar que debo terminar lo que empecé y por dejarme contar con ustedes.

A mis amigos, en especial a Martha, Hilma y Arturo. Gracias por sus palabras de ánimo, su colaboración y por ser un gran apoyo para mi vida.

A mis asesores, Lic. Carlos Franco, Licda. Larisa Mendoza y Licda. Isabel Meléndez. Gracias por estar prestos a ayudarme, por guiarme en este proceso y por creer en mi trabajo. Su apoyo fue fundamental para poder culminarlo.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, por ser mi casa de estudios y darme las herramientas necesarias para ser una profesional consiente de mi compromiso con la sociedad.

Y a todas las personas que se regocijan con el triunfo que he obtenido, muchísimas gracias.



# ÍNDICE

**PRESENTACIÓN / pág.11**

<b>01</b>	}	<b>Introducción</b>	
		Introducción _____	<b>15</b>
		Problema _____	<b>16</b>
		justificación _____	<b>19</b>
		Objetivos del Proyecto _____	<b>22</b>
<b>02</b>	}	<b>Perfiles</b>	
		Perfil de la organización _____	<b>25</b>
		Perfil del grupo objetivo _____	<b>27</b>
<b>03</b>	}	<b>Definición creativa</b>	
		Estrategia _____	<b>33</b>
		Concepto creativo _____	<b>34</b>
		Propuesta de códigos visuales _____	<b>46</b>
<b>04</b>	}	<b>Planeación operativa</b>	
		Flujograma del proceso _____	<b>53</b>
<b>05</b>	}	<b>Marco teórico</b>	
		Relevancia social del contenido _____	<b>59</b>
		Características de la pieza a diseñar _____	<b>78</b>
		Aportes del diseño al proyecto _____	<b>80</b>

<b>06</b>	<b>Proceso de producción gráfica y validación</b>	
	Nivel 1 de visualización	<b>89</b>
	Nivel 2 de visualización	<b>96</b>
	Nivel 3 de visualización	<b>104</b>
	Validación con grupo objetivo	<b>108</b>
	Fundamentación	<b>113</b>
	Propuesta gráfica final	<b>123</b>

<b>07</b>	Lecciones aprendidas	<b>155</b>
	Presupuesto	<b>157</b>
	cotización	<b>159</b>

<b>08</b>	Conclusiones	<b>163</b>
-----------	--------------	------------

<b>09</b>	<b>Recomendaciones</b>	
	A la institución	<b>167</b>
	A la futuros estudiantes	<b>168</b>
	A la escuela de diseño gráfico	<b>169</b>

**FUENTES CONSULTADAS / pág.171**

**ANEXOS / pág.174**

# Presentación

Con este proyecto se pretende crear una herramienta para las presentes y futuras generaciones de estudiantes de la licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El desarrollo de un manual de uso para la tipografía permitirá que los proyectos de comunicación visual generados por el estudiante puedan ser más eficaces y por ello, puedan tener una mejor respuesta por parte del receptor. Dotará al catedrático del curso de Tipografía de un material contemporáneo, cuyo énfasis es el tratamiento de la tipografía como una forma y unidad gráfica capaz de transmitir conceptos, ideas y sensaciones.

El tema es elegido como respuesta a una necesidad latente del docente, quien busca ampliar el campo de acción del curso, y encuentra indispensable la generación de ejercicios prácticos con temas actuales para que el estudiante pueda recibir el conocimiento y aprendizaje de forma más vivencial. Esto a su vez responde a una necesidad por parte del estudiante, quien como futuro profesional del diseño gráfico debe tener amplios conocimientos en un área tan crucial como es el uso adecuado de la tipografía.

La investigación y análisis de casos fue la metodología primordial, sumando a esta la tormenta de ideas y estudio de analogías para la creación de ejercicios prácticos.

Como objetivo principal, se busca que el diseñador gráfico egresado de la Universidad de San Carlos de Guatemala sea hábil, creativo y eficaz en el uso y aplicación de tipografía en el proceso de resolución de problemas de comunicación visual.



A large, light gray circular graphic is centered on the page, partially cut off by the top and bottom edges. It consists of two concentric arcs, creating a thick ring effect.

---

# *Capítulo 01*

---

**Introducción**



# 1.1 Introducción

El diseñador gráfico es un profesional dedicado a la comunicación visual. Utiliza todas sus destrezas y habilidades para cumplir con un fin primordial: transmitir mensajes por medio de gráficos a diferentes tipos de público. De sus capacidades y del buen manejo que haga de los conocimientos adquiridos mediante el estudio y la experiencia, dependerá que ese mensaje pueda transmitirse claramente y que cause en su receptor la actitud esperada.

Dentro de la visión de darle una instrucción más integral y actualizada a los estudiantes de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el pensum actual de estudios incorpora desde el año 2011 el curso de Tipografía, el cual es enfocado a la historia, morfología y tratamiento de la letra dentro de una composición gráfica.

Siendo impartido únicamente en el primer semestre de la carrera, el curso lleva intrínseco un cúmulo de información que necesita ser complementada con temas y conceptos que permitan que los estudiantes tengan toda la información que necesitan para llevar sus conocimientos a la práctica de forma efectiva.

Utilizar la tipografía de forma adecuada dentro de cualquier pieza de diseño es un deber para un comunicador visual. Relegar a segundo plano ese factor incide en la falta de efectividad y ruptura del proceso de comunicación.

Es necesario que el estudiante tenga a su alcance materiales que funcionen como soporte y guía para la correcta aplicación de tipografía, y cuyos parámetros le permitan verla como un elemento crucial y definitivo dentro de su trabajo como diseñador gráfico.

# 1.2 Planteamiento del Problema

La nueva tipografía no empieza en una forma, sino que en primer lugar reflexiona sobre la función.

Paul Renner

## Antecedentes

La tipografía ha sido y sigue siendo una herramienta indispensable y fundamental para el trabajo del diseñador gráfico.

Existen varios conceptos utilizados para definir la palabra "Tipografía". El más conocido tiene como base el origen mecánico de los tipos y la imprenta. Este se refiere a la tipografía como el arte de imprimir tipos móviles hechos de metal y con relieve. Sin embargo, la definición adecuada para la palabra tipografía en el diseño gráfico, es la que la describe como el arte de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitiéndola con habilidad y eficacia. La tipografía estudia el tamaño, forma y relación visual entre unos tipos y otros, (Pepe).

La tipografía es capaz de convertir una palabra en un producto. Es un elemento ordinario en nuestro entorno pero que tiene una gran influencia en la sociedad, debido a la riqueza cultural e histórica que encierra dentro de sus múltiples transformaciones. Es un medio de comunicación que nos permite personalizar una idea, ya que por medio de su versatilidad y funcionalidad permite al diseñador convertir un mensaje frío y concreto en un conjunto de sentimientos y emociones capaces de causar un impacto en el lector. Toda tipografía expresa, dentro de su morfología, un mensaje particular.

La escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala se funda en el año 1,987, teniendo como uno de sus fines primordiales el dotar al estudiante de una sólida formación técnica para dar solución a los problemas de comunicación visual en su entorno.

En el mes de noviembre del año 2010 se aprueba un nuevo pensum que regirá la carrera de Licenciatura en diseño gráfico a partir del año 2011. Dentro del pensum se estipulan cursos enfocados al desarrollo integral del profesional del diseño gráfico, teniendo como base 4 áreas de conocimiento: Tecnología y expresión, Diseño, Teoría y Métodos, y Proyectos. Dentro del área de Tecnología y Expresión se encuentra el curso de Tipografía, el cual tiene como finalidad el estudio del origen de la letra y la aplicación creativa de la misma en procesos de diseño gráfico. El curso es impartido en el primer semestre de estudio de la licenciatura en Diseño Gráfico. El docente del curso se apoya tanto en textos de editoriales reconocidas en el ámbito del diseño gráfico como en investigaciones propias y materiales generados por egresados de la carrera. (FARUSAC).

Dada la trascendencia y relevancia del correcto uso de la letra y el impacto de los caracteres tipográficos en la comunicación gráfica, es necesaria la generación de materiales que guíen al estudiante dentro del proceso de elección y uso de tipografía. Más allá de la morfología e historia de un tipo, debe estudiarse en uso de tipografía como forma, como un elemento gráfico capaz de develar un mensaje particular por si misma, y no solamente como un factor complementario dentro de una pieza gráfica.

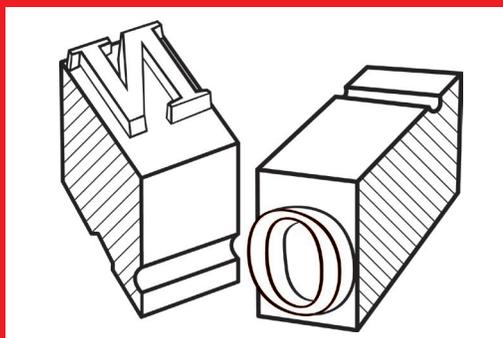


Figura 1. Gráfica, tipos móviles de metal. Quiej. M. 2015.



Figura 2. Gráfica, morfología de la letra. Quiej. M. 2015.

## Identificación del problema:

El curso de Tipografía se introdujo en el pensum 2011 de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Hasta ese momento, el tema del estudio de la letra se abordaba en los cursos de Tipología y Procesos de Reproducción, los cuales eran parte del pensum 2004. El curso se imparte por vez única en el primer semestre de estudio.

Como material de apoyo para el curso se han utilizado libros de editoriales y autores reconocidos en el ámbito del diseño gráfico, materiales creados por el docente del curso y proyectos de graduación enfocados a la morfología y clasificación de tipos.

El programa del curso de Tipografía no cuenta con materiales específicos para el tratamiento de la tipografía en su función de forma y como elemento vital de una composición gráfica. El estudio de la morfología marca la iniciación del diseñador gráfico en el tema, pero al llevarlo a la práctica, se ha observado que en muchas ocasiones dentro del ámbito profesional, la aplicación de tipografía resulta siendo inapropiada para la finalidad de la pieza que se desarrolla, lo cual no permite que el mensaje sea correctamente transmitido al receptor. De no aplicar cambios en el desarrollo del curso e incluir la aplicación de la tipografía como forma, las destrezas creativas de los estudiantes podrían verse mermadas por la falta de conocimiento en el tema y repercutir en su desarrollo profesional.

Por tal razón es necesaria la realización de un manual que, fusionando la teoría con ejemplos gráficos y prácticos, permita al estudiante el poder visualizar la tipografía bajo nuevas nociones de aplicación, y que mediante el uso de este material sus destrezas y habilidades en el uso de la misma puedan ser potenciadas. Se necesita de un material al cual el estudiante pueda acceder con facilidad, que pueda ser utilizado en el desarrollo del curso de Tipografía y que le guíe en el proceso de aplicación de la letra, tomándola como una herramienta básica en la transmisión de mensajes y resolución de problemas de comunicación visual ●



Figura 4. Ejercicio realizado en curso de Tipología, tomando como tema la creación de tipografía original basada en las familias tipográficas vistas. Quiej. M. 2015.

El curso de tipografía se encuentra en el área de Tecnología y Expresión, y se imparte en el primer semestre de la carrera.

## 1.3 Justificación del Proyecto

La realización de este proyecto es de gran importancia, porque busca ser un complemento para el material didáctico que es utilizado para el curso de Tipografía. Los conocimientos históricos de la tipografía y de su morfología aunados a la teoría y práctica de la tipografía como forma permitirán al estudiante llegar a resoluciones gráficas más eficaces, aumentar el impacto de sus proyectos de diseño gráfico y poder explotar al máximo todo los factores que se ven implicados en una elección tipográfica.

**Magnitud:** El presente proyecto está enfocado en la búsqueda del aumento de las habilidades técnicas de los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico en torno al tratamiento tipográfico.

En el primer semestre de estudio de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala el estudiante debe matricularse a 6 cursos de áreas específicas, en las cuales se introducirá en el campo del diseño gráfico y sentará las bases para los conocimientos que adquirirá en semestres posteriores. Entre los cursos del área de Tecnología y Expresión se encuentra el curso de Tipografía, el cual se imparte únicamente en este semestre. Actualmente la población estudiantil para el curso de Tipografía es de 135 personas en la jornada matutina y 130 en la jornada vespertina, ambas jornadas impartidas en el campus central de la USAC.

La información incluida en el presente material también se encontrará al alcance de los 1,200 estudiantes y 40 catedráticos que conforman la escuela de Diseño Gráfico.

En la actualidad existen escasos proyectos destinados al tema de la tipografía, encontrándose únicamente 2 en la biblioteca electrónica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ambos enfocados únicamente en historia y características de la letra. Algunos materiales en los que se ha profundizado en el tema aún se encuentran en etapa de revisión.

Figura 5. Grupo de alumnos del curso en la jornada vespertina. Quiej. M. 2015.

**Trascendencia:** El no contar con información y material complementario para el curso puede repercutir en el desempeño del estudiante, puesto que hay áreas del conocimiento que no serán exploradas y por lo cual no pueden ser llevadas a la práctica. La falta de experiencia y conocimientos en relación al tema puede llevarle a resoluciones inapropiadas y por ende a la realización de materiales inefectivos. El licenciado Julio Areck Chang, docente universitario especializado en el campo de la tipografía, opina que es de suma importancia que el estudiante adquiera todos los conocimientos y habilidades que le permitan tratar los textos de forma que permitan alcanzar los objetivos de comunicación que persigue en cada proyecto. Cuando no tiene dicho conocimiento, su trabajo puede carecer de las características que faciliten una mejor transmisión del mensaje.

Para el docente del curso, el no contar con documentación complementaria para su cátedra puede limitar su campo de acción, ya que las posibilidades de recibir la respuesta esperada de parte de los estudiantes se reducen debido a la falta de práctica en el tema.

Como autor del material, crear un compendio de lineamientos para la aplicación tipográfica demanda una serie de estudios exhaustivos, análisis de casos y experiencias personales, ya que la falta de materiales previos en relación al tema impide tener un punto de comparación. Pero, de no existir ese tipo de esfuerzos, los conocimientos profesionales de los futuros egresados seguirían quedando fuera de las aulas y por lo mismo no podrán ser aprovechados por las siguientes generaciones.

A través de este proyecto se facilitará a los docentes un material directamente enfocado a potenciar el impacto de la tipografía en el desarrollo de proyectos de diseño gráfico. Mediante el ejercicio y utilización de este recurso el estudiante será capaz de ver la tipografía como un valor, un mecanismo para la correcta transmisión de mensajes y un elemento básico y primordial para despertar las reacciones esperadas en el receptor de sus mensajes gráficos. El buen cumplimiento del rol del diseñador gráfico como comunicador y solucionador de problemas depende de la amplitud de sus conocimientos y la forma en que los aplica a su trabajo, y es aquí donde el buen uso y aplicación del material que este proyecto pone a su alcance potenciará la efectividad con la que dará solución a los problemas de diseño.



Figura 6. En un vasto grupo de opciones, el estudiante de diseño gráfico debe tener el conocimiento necesario para potenciar la efectividad de una pieza gráfica mediante el buen uso de tipografía. Quiej. M. 2015.

**Vulnerabilidad:** El llevar a la práctica el desarrollo de piezas de diseño gráfico sin haber estudiado del todo las posibilidades que la aplicación de tipografía genera, puede mermar el nivel de efectividad técnica que un egresado de la licenciatura en Diseño Gráfico debe proponer. El que los docentes no tengan a su alcance materiales actualizados para el desarrollo de sus cátedras puede conllevar a obviar algunos factores que podrían mejorar el desempeño de los estudiantes como futuros profesionales del diseño. Con este proyecto se pretende elevar los estándares en la calidad de las soluciones gráficas generadas por los estudiantes que culminen el curso de tipografía y el aumento de sus campos de conocimiento en relación al tema, lo cual afectará por ende su desarrollo profesional a futuro y a su vez dotará a la Escuela de Diseño Gráfico de material didáctico directamente enfocado al curso de Tipografía con tópicos de actualidad. La realización de este proyecto, además de propiciar mejoras en el desarrollo del curso de Tipografía, significa la adición de un cúmulo de conocimientos y experiencias nuevas para el autor, los cuales incidirán en la práctica de su profesión.

**Factibilidad:** El proyecto está basado en la temática general del curso de Tipografía y propone temas directamente ligados al mismo, fundamentados mediante investigación bibliográfica específica y enriquecidos con la generación de ejercicios inspirados en la forma, uso y tratamiento creativo de la letra. El material estará al alcance de estudiantes y docentes de la carrera de Diseño Gráfico por varios medios de fácil acceso, siendo parte de ellos la reproducción impresa o el manejo del documento mediante soportes digitales. Tanto el catedrático del curso como la Escuela de Diseño gráfico podrán disponer del material para facilitarlo a quien desee adquirirlo. La disposición de los catedráticos y profesionales del área para facilitar sus puntos de vista y aspectos de interés es un aspecto fundamental para el desarrollo del material, así como el acceso a datos estadísticos y el programa con el cual el curso se lleva a cabo en la actualidad. El tiempo destinado a la elaboración del proyecto, así como los esfuerzos en desarrollo e investigación que este conlleva, son elementos esenciales que el autor debe tomar en cuenta para culminarlo con éxito. La comunicación efectiva entre el diseñador y el docente del curso permitirá desarrollar un material efectivo y relevante.

# 1.4 Objetivos del Proyecto

## Objetivo General

Elaboración de material didáctico para docentes y estudiantes del curso de Tipografía de la Licenciatura en diseño gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con el fin de enriquecer la temática del curso y potenciar las habilidades de los estudiantes.

## Objetivos Específicos:

Creación de un manual enfocado al uso y tratamiento de la tipografía como forma, tomando como base aspectos teóricos y llevándolos a la práctica mediante la elaboración de ejercicios.

Facilitar el acceso a la información actual acerca de la tipografía tanto para los docentes como para los estudiantes de diseño gráfico.

Instruir a los estudiantes acerca de la importancia de la correcta elección y uso de tipografía dentro del desarrollo de proyectos de comunicación visual.

A large, light gray circular graphic is centered on the page, partially cut off by the top and bottom edges. It consists of two concentric arcs, creating a thick ring effect.

---

# *Capítulo 02*

---

**Perfiles**



## 2.1 Perfil de la Institución

En el año de 1975 se incluyó en el Plan de Desarrollo Universitario de la Universidad de San Carlos,-USAC- la creación de carreras técnicas con el propósito principal de diversificar las oportunidades de educación superior.

En el año 1986 el arquitecto Eduardo Aguirre Cantero, decano de la Facultad de Arquitectura, nombró a un equipo de profesores y estudiantes de la Facultad para elaborar una propuesta de creación de la Carrera de Técnico Universitario en Diseño Gráfico. La propuesta elaborada por este equipo fue aprobada por el Consejo Superior Universitario y, en el primer semestre de 1987, empezó a funcionar el Programa de Técnico Universitario en Diseño Gráfico adscrito a la Facultad de Arquitectura. En el año 2003 luego de una readecuación del pensum, se elevó el nivel de estudios al de licenciatura en Diseño Gráfico y, en 2004, el programa fue elevado a la categoría de Escuela Facultativa.

En el año 2009 se dio inicio a la readecuación curricular con el acompañamiento del Departamento de Asesoría y Orientación Curricular de la División de Desarrollo Académico de la USAC. Como resultado de esta readecuación, a partir del año 2011 se ha implementado un nuevo pensum en el marco de un currículum con enfoque por competencias. Dentro de ese enfoque, dentro del área de Tecnología y expresión, se encuentra el curso de Tipografía, en el primer año de estudio. (FARUSAC).

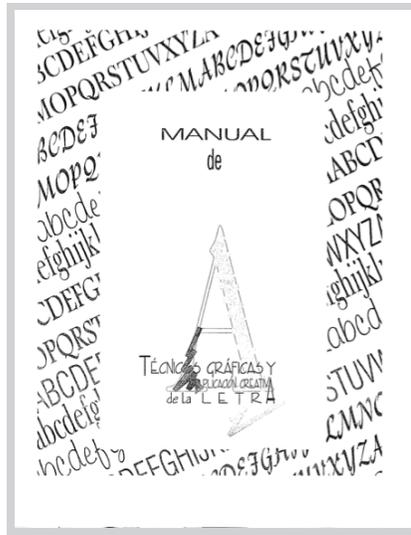
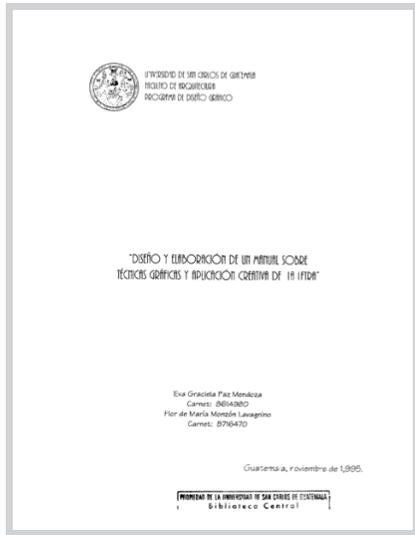
La escuela de Diseño Gráfico tiene como objetivo formar profesionales del diseño gráfico capaces de resolver con ética y eficacia los problemas de comunicación visual de la sociedad guatemalteca.



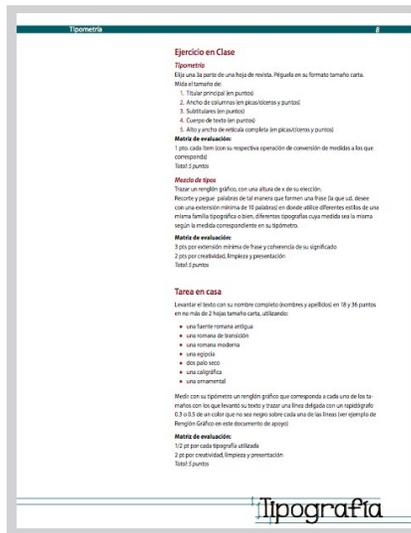
Figura 7. Logotipos de Univesidad de San Carlos de Guatemala y Facultad de Arquitectura y Escuela de Diseño Gráfico. USAC. 2016

**Antecedentes gráficos:** Según información obtenida mediante una entrevista con la docente Isabel Meléndez, como material de apoyo para el curso se han utilizado 2 proyectos de graduación enfocados al tema de la tipografía. Contienen información acerca de la historia de la letra y la escritura, descripción de la morfología de la letra y familias tipográficas, así como aspectos básicos de diagramación y aplicaciones tipográficas.

El docente ha creado documentos de apoyo para el estudio de tópicos más específicos, los cuales contienen ejercicios prácticos relacionados con el tema que se desarrolla. En cada documento se cita la bibliografía utilizada para fundamentar los conceptos vistos.



Figuras 8 y 9. Manual de técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra. Paz.E.1995.



Figuras 10 y 11. Manual de tipometría. Mendoza L. 2015.

Grupo Objetivo:  
Catedráticos y estudiantes  
de la licenciatura en  
Diseño Gráfico de la  
Universidad de San Carlos  
de Guatemala.

## 2.2 Perfil del Grupo Objetivo

Dado que la finalidad del proyecto es la creación de material didáctico para el curso de Tipografía, existen dos grupos de usuarios: Docentes del área, quienes impartirán el conocimiento y serán los encargados de difundir el material; y los estudiantes, quienes tendrán por objetivo el poner en práctica los temas y ejercicios propuestos en el manual con la finalidad de mejorar sus destrezas en el uso de la tipografía. A continuación se describe el perfil de ambos grupos:

**Docentes:** Profesionales graduados de Licenciatura en Diseño Gráfico, con vocación hacia la enseñanza y disposición a la transmisión de conocimientos. Personas con habilidades de comunicación y gusto por el aprendizaje. De acuerdo con la agencias de estudios de mercado Soluciones Mercadológicas S.A (2013) y Multivex Sigma Dos, sus características básicas son las siguientes:

Nivel socioeconómico Medio Alto (C1) con ingresos mensuales que oscilan entre los Q.8,000 a Q.23,000 mensuales. Con rango de edad superior a los 30 años.

Las personas de este nivel han aumentado su nivel de escolaridad, normalmente graduados de Universidades Privadas Nacionales y muchos grados de Maestría (Nacionales), trabajan en puestos ejecutivos de mandos medios o gerenciales, son propietarios de negocios pequeños, invierten su dinero en bienes de confort para su hogar (televisores, equipos de sonido, computadoras y accesorios). La tendencia es que la esposa trabaje para contribuir al ingreso de la familia, poseen automóviles nuevos, de precios muy económicos y autos usados (de hasta 10 años) también de modelos económicos, viajan cada vez menos al exterior y cada vez más al interior del país. Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.

Suelen adquirir artículos de marcas reconocidas, preponderando la marca sobre el precio que pueda tener.

Tienen hábitos medios variados. Sus principales medios de comunicación son el teléfono celular y las redes sociales. Suelen dedicar poco tiempo a la televisión, ya que su entretenimiento se basa en la interacción con otras personas de su círculo social. Dedicar tiempo a la lectura o actividades culturales.

**Estudiantes:** Jóvenes y adultos graduados de nivel medio, que residan en las cercanías del campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala o con acceso a él. Personas con deseo de superación y gusto por el aprendizaje. De acuerdo con la agencias de estudios de mercado Soluciones Mercadológicas S.A (2013) y Multivex Sigma Dos, sus características básicas son las siguientes:

Nivel socioeconómico medio bajo (C2) con ingresos mensuales que oscilan entre los Q.1,200 a los Q.7,000 mensuales. Con rango de edad superior a los 17 años.

Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos. Por lo general los jefes de familia son profesionales, comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios. Habitan en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales. Poseen automóvil de modelos antiguos o recientes de segundo uso, muchos de ellos viajan en autobús. Viajan al interior del país.

Se inclinan más al precio que a la marca de los artículos que adquieren. Su principal medio de comunicación son la redes sociales y la mensajería celular. En sus hábitos de medios, el internet se coloca como su principal fuente de información. Dedicar por lo menos 2 horas diarias a la televisión. Suelen asistir a cines y sitios de entretenimiento.



Figura 12. Claustro de catedráticos de la Licenciatura en Diseño Gráfico USAC. Facebook/ Diseño Gráfico USAC.2015.



Figura 13. Estudiantes de la Licenciatura en Diseño Gráfico USAC. Facebook/ Diseño Gráfico USAC.2015.

# Perfil del Grupo Objetivo

## Docentes



Hombres y mujeres mayores de 30 años.  
Profesionales graduados de licenciatura.  
Con casas de 4 habitaciones en residenciales y automóvil.  
Comunicación vía celular y redes sociales.

## Estudiantes



Hombres y mujeres mayores de 17 años.  
Graduados de nivel diversificado.  
Con casas no de lujo, confortables.  
Viajan en automóvil o generalmente en autobús.  
Comunicación vía redes sociales y mensajería celular.

Figura 14. Infografía sobre aspectos relevantes de los factores socioeconómicos y sociodemográficos del grupo objetivo al que se dirige el proyecto. Quiej. M. 2015.



A large, light gray circular graphic is centered on the page, partially cut off by the top and bottom edges. It consists of two concentric arcs, with the outer arc being thicker than the inner one. Two horizontal red lines cross the page, one above and one below the main text area.

# Capítulo *03*

**Definición creativa**



# 3.1 Estrategia de aplicación de la pieza a diseñar

Las letras son cosas,  
no dibujos de cosas.  
Eric Gill

Bajo la premisa del aumento de la capacidad creativa y la potenciación de las habilidades de los estudiantes del curso de Tipografía, se crea un manual dentro del cual ellos podrán encontrar conceptos y metodología que les permitirá enriquecer los conocimientos adquiridos dentro del curso, y que a la vez será un complemento para el desarrollo de la actividad docente. Tanto docentes como estudiantes serán beneficiados con un documento que pueda agregar valor al proceso de aprendizaje y que, mediante ejemplos gráficos y explicaciones, acerque al estudiante a la realidad del trabajo profesional con tipografía y le permita empezar a experimentar en ese campo.

Con la colaboración del docente de Tipografía el material será facilitado a los estudiantes. El mismo será entregado a cada uno de ellos como parte de la programación del curso, y podrá utilizarse de forma impresa o digital. Esto permitirá que tanto estudiantes como docentes puedan tener un fácil acceso al material y así poder aplicarlo como una herramienta en su desarrollo profesional.

## 3.2 Concepto Creativo

Dentro del proceso de generación del concepto creativo bajo el cual se elaborará el proyecto es necesaria la utilización de diversas técnicas, las cuales permitirán obtener varias ideas para al final elegir la más relevante. Dichas técnicas creativas se centran en el conocimiento del grupo objetivo para generación de insight y en la relación abstracta que pueda tener el producto con su entorno. Las técnicas elegidas para desarrollo del concepto creativo son los mapas de empatía SPICE y POEMS, Relaciones Forzadas y el Think Po.

### 3.2.1 Técnica número uno SPICE Y POEMS

Para conocer mejor los deseos, necesidades y demandas de comunicación del grupo objetivo del proyecto, es necesaria la utilización de herramientas que permitan acercamientos más personales, con la finalidad de visualizar información de sus características psicográficas y conocer más del mismo. Dichas características sumadas a los datos sociodemográficos y socioeconómicos obtenidos con anterioridad permitirán realizar un análisis más profundo acerca del grupo objetivo y con ello ampliar las posibilidades de impacto de la propuesta gráfica generada.

Al obtener las características psicográficas del público objetivo (Docentes y estudiantes de la licenciatura en diseño gráfico) es posible la obtención de insights derivad de los resultados y con ellos generar diversos conceptos creativos.

**MAPA DE EMPATÍA SPICE:** Es una herramienta que nos permite identificar las necesidades más profundas de nuestro mercado objetivo basándonos en lo que se sabe de él de forma intuitiva. Esto nos permite organizar y categorizar la información obtenida para luego emitir juicios de valor y con ellos realizar la definición del retrato del consumidor en forma gráfica y descriptiva. Sus siglas están basadas en las palabras SOCIAL, PHYSICAL, IDENTITY, COMMUNICATION and EMOTIONAL, cuya traducción al español es SOCIAL, FÍSICO, IDENTIDAD, COMUNICACIÓN y EMOCIONAL. Según los aspectos anteriormente citados, los elementos a analizar para cada uno de ellos son los siguientes:



**SOCIAL**

Qué es lo que necesita esta persona en cuanto a las relaciones de las personas a su alrededor? (Ejemplo: Necesito apoyo de las personas al rededor mío).



**FÍSICO**

Qué es lo que esta persona necesita en un nivel práctico y funcional? (Ejemplo: Quiero estar preparado para lo peor).



**IDENTIDAD**

Cómo esta persona necesita definirse a sí mismo? (Ejemplo: Soy una persona que contribuye a la sociedad).



**COMUNICACIÓN**

Qué información necesita esta persona? (Ejemplo: Quiero saber lo que me está pasando).



**EMOCIONAL**

Qué es lo que esta persona necesita emocional y psicológicamente? (Ejemplo: Quiero paz mental).

**MAPA DE EMPATÍA POEMS:** Permite dar sentido a los elementos presentes en un contexto mediante la investigación basada en la observación. Sus siglas en inglés se originan de las palabras PEOPLE, OBJECTS, ENVIRONMENTS, MESSAGES & MEDIA AND SERVICES cuya traducción al español es PERSONAS, AMBIENTES, OBJETOS, MENSAJES Y MEDIOS Y SERVICIOS.

Estos son elementos que forman parte de la vida cotidiana del grupo objetivo y pueden decir mucho del estilo de vida que lleva. Estudiando estos elementos de forma independiente y evaluando la interrelación entre cada uno de ellos pueden generarse estrategias de comunicación que permitan que los mensajes lleguen al grupo objetivo dentro de su entorno habitual. Según los aspectos anteriormente citados, los elementos a analizar para cada uno de ellos son los siguientes:

 <p><b>PERSONAS</b></p>	<p>Quiénes van a estar en contacto con la experiencia? (Ejemplo: Vendedores, trabajadores del estado, estudiantes).</p>
 <p><b>OBJETOS</b></p>	<p>Qué cosas físicas pueden ser creadas? (Ejemplos: Objetos electrónicos, herramientas).</p>
 <p><b>AMBIENTES</b></p>	<p>En qué tipo de locación se pueden llevar a cabo? (Ejemplo: Tienda, oficina, campus universitario, restaurante).</p>
 <p><b>MENSAJES Y MEDIOS</b></p>	<p>Qué tipo de información pueden ser proveída y cómo? (Ejemplo: Libros, revistas, televisión, radio, redes sociales).</p>
 <p><b>SERVICIOS</b></p>	<p>Qué servicios y sistemas de soporte pueden ser ofrecidos? (Ejemplos: Envíos, consultoría personalizada, capacitaciones, cursos).</p>

Previo a la realización de la técnica, es necesaria la aplicación del modelo de análisis llamado las 5W, cuyo origen, características y resultados se exponen a continuación:

**LAS 5W:** También llamado LAS 5W y 1H. Es un modelo de análisis del consumidor que permite conocer la estructura de sus hábitos, identificación de actitudes y comportamientos. Permite explorar la razón de las acciones del individuo, profundizar sobre sus impulsos y motivaciones, y establecer estrategias de comunicación bien definidas. Se enfoca en 6 aspectos clave del proceso de acercamiento del cliente a un producto los cuales permiten encausar de forma efectiva la estrategia de comunicación. Se compone por los aspectos WHO, WHAT, WHERE, WHEN, WHY, y HOW, cuyo significado en español es QUIÉN, QUÉ, DÓNDE, CUÁNDO, POR QUÉ y CÓMO.

<b>QUÉ / WHAT</b>	EL PROBLEMA. Lo que se busca solucionar, lo que se desea lograr.
<b>QUIÉN / WHO</b>	GRUPO OBJETIVO. Personas a las cuales va dirigida la comunicación.
<b>DÓNDE / WHERE</b>	CONTEXTO. Lugar o situación en la cual se implementará la estrategia de comunicación.
<b>CUÁNDO / WHEN</b>	CALENDARIZACIÓN. Momento en el cual se llevará a cabo la estrategia de comunicación. Definición de tiempos.
<b>POR QUÉ / WHY</b>	JUSTIFICACIÓN. Definición de la razón de ser de la estrategia elegida.
<b>CÓMO / HOW</b>	MEDIOS. Elementos a utilizar para hacer llegar el mensaje al grupo objetivo.

Al aplicar este modelo de análisis al grupo objetivo se obtiene la siguiente información:

**QUÉ:** Necesidad de material complementario acerca de la tipografía como forma y elemento primordial en el proceso de comunicación visual.

**QUIÉN:** Docentes y estudiantes del curso de Tipografía de la Licenciatura en diseño gráfico de la universidad de san Carlos de Guatemala.

**DÓNDE:** Dentro del programa del curso de Tipografía.

**CUÁNDO:** Primer semestre de estudio de la Licenciatura en Diseño Gráfico.

**POR QUÉ:** La finalidad del material es enriquecer la temática del curso y potenciar las habilidades de los estudiantes.

**CÓMO:** Manual enfocado al uso de la tipografía como forma y la correcta elección de la misma dentro del proceso de diseño gráfico.

# Perfil de Docentes **SPICE**

## **SOCIAL**

Le interesan las temáticas relacionadas con la educación y el aprendizaje. Busca ampliar sus conocimientos para sentirse seguro de la manera en que se desenvuelve. Se mantiene en constante interacción con estudiantes y con personas relacionadas a su ámbito profesional. Está al tanto del acontecer nacional y los sucesos relacionados con la tecnología.

## **FÍSICO**

Con un estilo de vida agitado, movilizándose constantemente y acostumbrado a estar de pie en períodos de tiempo prolongados. Disfruta del tiempo en familia. Se alimenta en casa o en su oficina, no está acostumbrado a comer fuera la mayoría del tiempo. Tiene horarios de descanso y sueño bien definidos. Busca alimentarse de forma saludable. No tiene vicios plenamente arraigados. Padece de estrés regular debido a su ritmo de trabajo. Pasa largas horas frente a grupos de personas y también frente a su ordenador.

## **IDENTIDAD**

Se visualiza como un profesional reconocido, confiable, con un amplio dominio de sus áreas de conocimiento, responsable, que desempeña su rol de manera exitosa, planificador, creativo, innovador, líder, abierto a la crítica, seguro de sí mismo, proactivo, investigador.

## **COMUNICACIÓN**

Está totalmente familiarizado con los dispositivos que le permiten la interacción con las personas y el manejo de datos. Utiliza teléfono celular, tabletas, computadora portátil y de escritorio. Utiliza el Internet con fines laborales, educacionales y de entretenimiento. Posee televisión por cable. Ve habitualmente programas enfocados en la cultura, historia y tecnología. Planifica sus actividades mediante agenda electrónica. Asisten al cine y obras de teatro. Utilizan las redes sociales como medio de comunicación primario.

## **EMOCIONAL**

Su rol laboral le brinda satisfacción personal. Busca la superación mediante el aumento de sus capacidades intelectuales. Encuentra satisfacción en impartir conocimiento. Siente seguridad al aportar a la estabilidad familiar por medio de su trabajo. Sus atribuciones laborales pueden causarle rachas de estrés y producirle cambios de humor. Le ilusiona el futuro y las metas que pueda alcanzar.



## Perfil de Docentes

# POEMS

### PERSONAS

Catedráticos universitarios con licenciaturas y algunos con maestrías y/o doctorados. Profesionales del diseño gráfico y ramas afines. Pueden ser profesionales independientes o laborar para empresas como desarrolladores de material gráfico.

### OBJETOS

Es posible presentarles información mediante libros, periódicos, revistas, foliares, otros tipos de medios impresos y digitales.

### AMBIENTES

La interacción con este tipo de personas puede realizarse en aulas universitarias, centros de reunión para profesionales, centros de capacitación tecnológica, simposios y bienales de arte y diseño.

### MENSAJES Y MEDIOS

El material les será presentado por medio de un documento impreso que se manejará como un manual, que a su vez tendrá una versión digital que podrán descargar y portar en sus ordenadores personales. También puede utilizarse como medio para ellos los materiales multimedia como videos.

### SERVICIOS

Pueden participar en cursos de actualización, charlas enfocadas al desarrollo de cátedras educacionales y charlas de orientación e inducción para los estudiantes.



# Perfil de Estudiantes **SPICE**

## SOCIAL

Le interesan los temas relacionados con la tecnología, el arte, cultura general de carácter internacional, ya que no se sienten identificados con el acontecer nacional. Buscan sentirse seguros y estables y utilizan el estudio como mecanismo para lograrlo. Se mantienen en constante interacción con personas de su edad y que frecuentan los mismos sitios de interés común. Se preocupa por la situación económica personal y familiar. Busca afianzar su autoestima y confianza en sí mismo mediante el aumento de sus habilidades creativas.

## IDENTIDAD

Se visualiza como un profesional de éxito, creativo, innovador, enfocado, actualizado, independiente, tenaz, con capacidades superiores, decidido, líder, amigable, luchador, con un alto concepto de sí mismo.

## FÍSICO

Estilo de vida activo, pero acostumbrado a pasar largas jornadas frente a su ordenador, sus períodos de sueño son irregulares al igual que su alimentación, ya que está acostumbrado a comer fuera de su casa, en la mayoría de las ocasiones se alimenta de comida rápida. Practica deportes con poca regularidad. Puede tener vicios como la bebida o el cigarro. No está acostumbrado a darle tratamiento a sus padecimientos físicos. En muchas ocasiones, debido a su largo tiempo de exposición a la luz de pantalla, es necesaria la utilización de anteojos. También es propenso a desarrollar estrés y problemas del nervio metacarpiano.

## COMUNICACIÓN

El uso de dispositivos móviles es habitual en este tipo de personas. Utilizan el teléfono celular, tabletas, computadoras portátiles, videojuegos portátiles y en casa. Dedicar bastante tiempo a ver televisión o utilizando el Internet para ver videos. Utiliza con frecuencia las redes sociales y algunas de ellas son su principal medio de comunicación. Tienen afición a la fotografía y muchas veces cuentan con equipo de gama alta para la práctica de la misma. Frecuentan el cine, y foros enfocados al diseño. Los canales internacionales de temáticas variadas son de su predilección. Utilizan reproductores de música.

## EMOCIONAL

Busca la superación mediante el aumento de sus capacidades y habilidades técnicas. Se siente satisfecho al lograr demostrar su calidad como futuro profesional. Es víctima del estrés y molestia debido a sus múltiples atribuciones y responsabilidades. El futuro y su estabilidad económica le causan ansiedad. Espera tener la fidelidad de sus íntimos círculos de amistad y de su pareja si la tiene. Quiere ser reconocido y ovacionado.



# Perfil de Estudiantes **POEMS**

## PERSONAS

Estudiantes universitarios, trabajadores de empresas de mediano tamaño o grandes compañías transnacionales. Viven con su familia, algunos de ellos solteros y otros casados. Algunos de ellos trabajan de forma independiente.

## OBJETOS

Es posible presentarles información mediante libros, documentos digitales y elementos multimedia como videos. Los documentos digitales son de su preferencia, ya que les permiten acceder a la información sin una gran inversión de tiempo y dinero.

## AMBIENTES

La interacción con este tipo de personas puede realizarse en aulas universitarias, centros de capacitación tecnológica, foros de diseño, bienales y concursos, exposiciones temáticas.

## MENSAJES Y MEDIOS

El material les será presentado por medio de un documento impreso que se manejará como un manual, que a su vez tendrá una versión digital que podrán descargar y portar en sus ordenadores personales. También podrá descargar los contenidos mediante Facebook y recibir retroalimentación.

## SERVICIOS

Pueden participar en charlas inductivas a cargo de sus catedráticos, talleres de aplicación práctica y mesas de discusión.



## Insights y generación de concepto creativo

### Insight

### Concepto creativo

Me gusta la tecnología	●	Tipografía actual
Aprecio el conocimiento	●	Conociendo al tipo
Me gusta el arte	●	El arte de usar tipografía
Soy un estudiante entusiasta	●	El estudio de la tipografía
Me veo como alguien creativo	●	Uso creativo de la tipografía
Soy efectivo	●	Tipografía efectiva
Busco desarrollo profesional	●	Busco desarrollo profesional
Soy el indicado	●	El tipo correcto

Concepto elegido:

## Tipografía efectiva

Este concepto tiene su fundamento en una de las aspiraciones de todo diseñador gráfico: Ser efectivo. No basta con tener creatividad; como profesionales debemos aprender a enfocarla para crear soluciones efectivas, capaces de lograr su objetivo primordial. Así mismo, la forma de los tipos de letra que tenemos a nuestro alcance nos permite jugar con nuestra creatividad, sin embargo, debemos aprender a utilizarlas de forma adecuada para que el mensaje que buscamos transmitir cause el impacto deseado.

### 3.2.2

#### Técnica número dos

#### THINK PO - LO CERCANO Y LO LEJANO

Think PO es un término inventado por Edwar de Bono. Significa OPERACIÓN ACTIVA, consiste en desafiar convenciones, saber construir provocaciones y generar ideas. Se basa en una alteración del sentido, invertir y cambiar palabras, lo cual puede finalizar en una idea muy creativa. Se refiere a pensar provocativamente. Se utiliza mucho en el diseño porque despierta y llama la atención a la gente. Una de las formas de aplicarla consiste en tomar un objeto y agregarle un adjetivo al azar. Con esas palabras se forman oraciones que serán la base de un concepto creativo.

# 1 CERCANO →

# 2 LEJANO →

# 3 THINK PO tema "Conociendo la tipografía"

Estilo	_____	Lazo	_____●	El lazo no aprieta
Caracter	_____	Ventana	_____●	La ventana es oscura
Signo	_____	Planta	_____●	La planta es de metal
Trazo	_____	Mesa	_____●	La mesa tiene 5 patas
Comunicar	_____	Libro	_____●	El libro no tiene palabras
Lenguaje	_____	Cortina	_____●	La cortina es de agua
Sonido	_____	Computadora	_____●	La computadora es de piedra
Grafismo	_____	Gato	_____●	El gato es de plástico
Forma	_____	Sofá	_____●	El sofá tiene espinas
Función	_____	Libreta	_____●	La libreta moja
Decir	_____	Cielo	_____●	El cielo es de tierra
Hablar	_____	Nubes	_____●	Las nubes bailan
Gusto	_____	Lluvia	_____●	La lluvia caliente
Figura	_____	Dormir	_____●	Dormir es doloroso



Concepto elegido:

**Este tipo  
es tu tipo**

El concepto creativo que se generó hace alusión al hecho de que se nos otorgue algo. Cuando nos dicen que algo es nuestro, nos apropiamos de eso y lo hacemos parte de nosotros. Asimismo, al conocer la forma de utilizar efectivamente la tipografía, se nos otorgan infinitas posibilidades para aplicarla en nuestros procesos personales de diseño. También hace referencia al hecho de apropiarnos del conocimiento acerca del buen uso de tipografía.

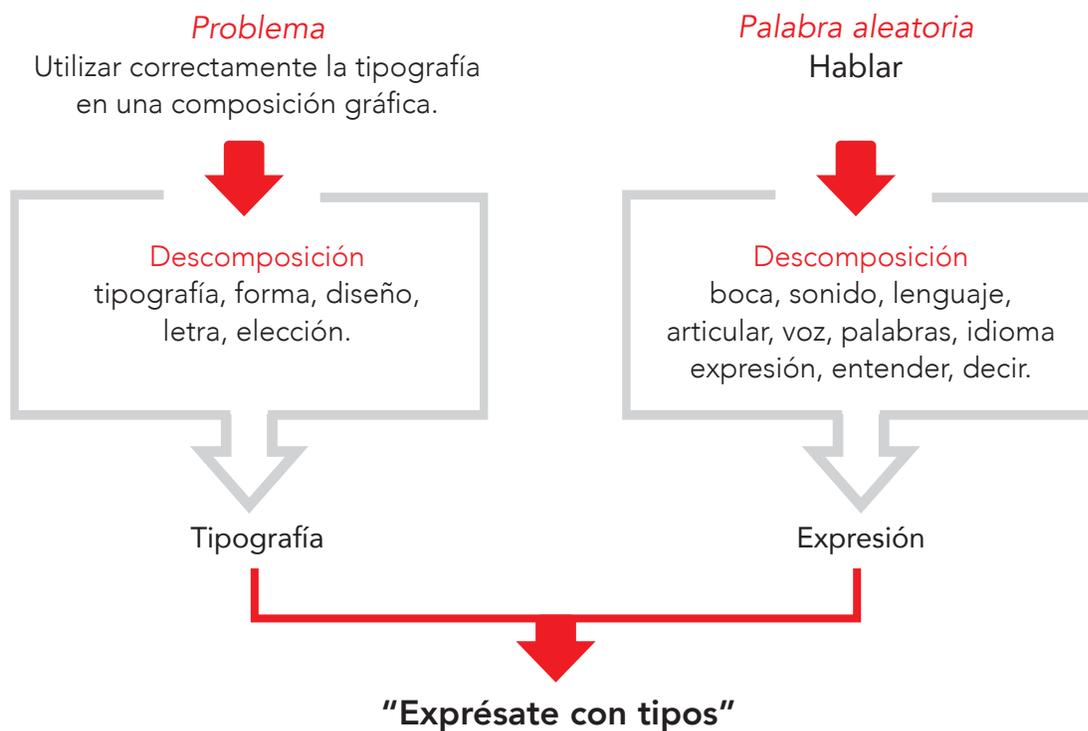
### 3.2.3

#### Técnica número tres

#### ASOCIACIONES FORZADAS POR DESCOMPOSICIÓN

Es un método creativo desarrollado por Charles Whiting en 1958. Nace del principio de que, al combinar lo conocido con lo desconocido, se fuerza una nueva situación y de ese punto pueden surgir ideas originales.

La modalidad de descomposición consiste en identificar el problema y descomponer los elementos que lo conforman. Posteriormente se selecciona una palabra aleatoria no relacionada con el problema y se descompone. Al realizar la conexión entre las características de los dos conceptos se genera una solución que da paso al concepto creativo buscado.



Concepto elegido:  
**Exprésate con tipos**

Este concepto parte de la relevancia que la tipografía tiene en el diseño gráfico. La forma de una letra es un mecanismo mediante el cual podemos expresar ideas, pensamientos y sentimientos, por lo cual es muy importante que sepamos cómo hacerlo de forma adecuada.

---

## Concepto **Creativo Final**

---

### **“ESTE TIPO ES TU TIPO”**

Este concepto, generado con la herramienta THINK PO, fue elegido porque acerca a la persona al tema.

El apropiarnos del tema de la tipografía nos permite profundizar en el conocimiento que tenemos de la misma y buscar el aumentar dicho conocimiento con nuevos materiales y recursos.

Ya que la finalidad del manual de tipografía es ser una guía para poder utilizar la letra como un canal de transmisión de ideas y conceptos, la expresión “ESTE TIPO ES TU TIPO” hace saber al usuario que, mediante la aplicación del contenido, tendrá las herramientas necesarias para hacer elecciones tipográficas creativas y efectivas.

# 3.3 Propuesta de Códigos visuales

Todo proceso de comunicación visual utiliza para la transmisión de ideas y mensajes, un lenguaje no verbal compuesto de elementos como color, tipografía, imagen, forma, etc.

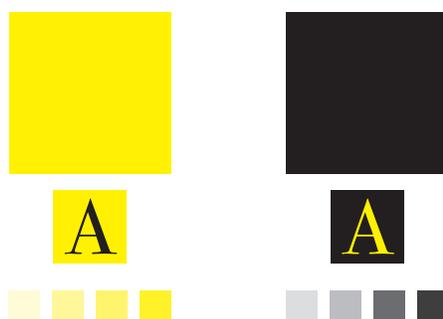
A continuación se expondrán los códigos cromáticos, tipográficos, icónicos, lingüísticos y de diagramación utilizados para el diseño del manual de tipografía.

## CÓDIGO CROMÁTICO

Acorde al concepto creativo elegido, se utiliza una paleta de color limitada, ya que se busca hacer extremo énfasis en el contenido. La combinación amarillo-negro es por excelencia sinónimo de importancia y atención, por lo cual la producción gráfica total gira en torno a esos dos colores. El amarillo funciona como foco de atención en partes clave de la diagramación y diseño de página, mientras el negro genera un alto contraste sobre el blanco y, en combinación con el amarillo, realzan los gráficos y la información.

Gracias a la naturaleza vibrante del color amarillo el material se inyecta de vitalidad y dinamismo, mientras el negro permite que el contenido pueda apreciarse con facilidad y ayuda a conservar la formalidad con la que debe contar una publicación educativa para un público universitario. Ambos colores serán utilizados en diferentes grados de tonalidad.

La combinación de ambos colores resulta atractiva e interesante para el público objetivo, con lo cual se despierta el interés por la exploración del material en su totalidad.



Debido a la naturaleza de algunos ejercicios del manual, se incluirán colores adicionales o muestras full color en secciones muy específicas.

## CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Los estilos tipográficos utilizados en el manual obedecen a 3 requerimientos básicos: Legibilidad, creatividad y contraste.

El requisito fundamental de una publicación educativa es que el contenido sea legible y fácil de entender. Para lograrlo se eligió un tipo palo seco humanista, el cual se usará en variaciones de peso dependiendo del énfasis que se necesite dar a la información. Este es el tipo primario y predominante en el manual.

Por ser un material destinado a diseñadores gráficos se buscó equilibrar la formalidad del contenido mediante el uso de una tipografía creativa, la elegida fue una miscelánea con estilo manuscrito contemporáneo. Este tipo se utilizó en la portada general y portadas interiores. Genera movimiento, es atractivo y actual, acorde al público objetivo.

Para tener un equilibrio tipográfico, generar contraste y aumentar la atracción visual se utilizó un tercer tipo. Un tipo con remates finos y cuadrados que juega como complemento para el tipo de uso primario y a la vez funciona como tipo secundario en el desarrollo del material. También se utiliza por medio del contraste junto al tipo manuscrito, aunque en un mínimo de ocasiones.

El uso alternado de estos 3 estilos tipográficos genera dinamismo, atrae y beneficia la comprensión del material.

### Tipografía principal

Cooper Hewitt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !" \$%&/()=?

### Tipografía secundaria

Dusseldorf

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !" \$%&/()=?

### Tipografía complementaria

Cheddar Jack

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !" \$%&/()=?

Parte fundamental del manual son los ejercicios prácticos. Dado que todos ellos giran en torno a la tipografía, se eligió para ellos una tipografía geométrica sin remates. Esta facilita la comprensión del texto y permite que cada uno de los ejemplos sea retenido y asimilado con rapidez. La familia de esta tipografía cuenta con múltiples variantes de peso e inclinación, por lo cual su uso es óptimo para cada uno de los ejercicios planteados.

### Tipografía aplicada en ejercicios

#### Avenir

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !" \$%&/()=?

### CÓDIGO ICÓNICO

Puesto que la naturaleza del material que se ha diseñado es el adiestramiento en el uso de la tipografía, las letras funcionan como íconos que ilustran cada uno de los temas planteados.

La letra se manejará en forma vectorial en gran parte de los ejercicios y estará presente en todas las representaciones gráficas del manual. La letra se presentará en distintas posiciones, grosores y grados de inclinación, además de ser sometida a distorsión y modificaciones ilustrando tópicos específicos. Se utilizará el color negro como base de las gráficas para generar contraste con el fondo y se facilite la comprensión. Se utilizarán imágenes en ejercicios que las requieran y siempre acompañando a la tipografía. También se utilizarán fotografías graficando el proceso de realización de los ejercicios, con la finalidad de aclarar las dudas del usuario y darle una visión del resultado final que pueda funcionar como guía al momento de proponer su solución al problema.

El formato propuesto para el material es tamaño carta, dado que esto facilitará la impresión y reproducción del mismo. La posición será vertical. La portada estará compuesta por un contraste tipográfico y un patrón hecho a base de la repetición de una letra en múltiples estilos con una anomalía marcada con color, dando a entender la idea principal del material, la cual gira en torno a la elección de tipografía.

## **CÓDIGO LINGÜÍSTICO**

El manual cuenta con un nivel de lenguaje acorde a una persona con estudios superiores, pero tomando en cuenta sus rangos de edad, el contenido fue simplificado y condensado para que el usuario no pierda el interés en la lectura y pueda comprenderlo con facilidad.

El vocabulario utilizado es técnico, tomando en cuenta el nivel de conocimiento del tema que el usuario debe tener. Se busca que las personas puedan familiarizarse con las palabras utilizadas y puedan asimilarlas para retenerlas en el transcurso de la publicación. Dentro del material se plantean preguntas a las cuales se podrá responder evaluando cada uno de los ejercicios y la forma en la cual se podrán aplicar en el entorno profesional.

## **CÓDIGO DE DIAGRAMACIÓN**

La diagramación se trabajará a dos columnas, generando así el espacio idóneo para el texto y la gráfica de cada ejercicio.

El uso de dos columnas únicas en cada página permite que los elementos se acoplen de mejor manera. El dinamismo de los ejemplos gráficos juega un papel importante en la estructura, ya que rompe con cualquier rigidez que pudiera generarse con el peso del texto. El color también juega un papel importante dentro del diseño de página, ya que define el espacio de las columnas y bloques de texto impidiendo que la secuencia de lectura sea monótona.





---

# *Capítulo 04*

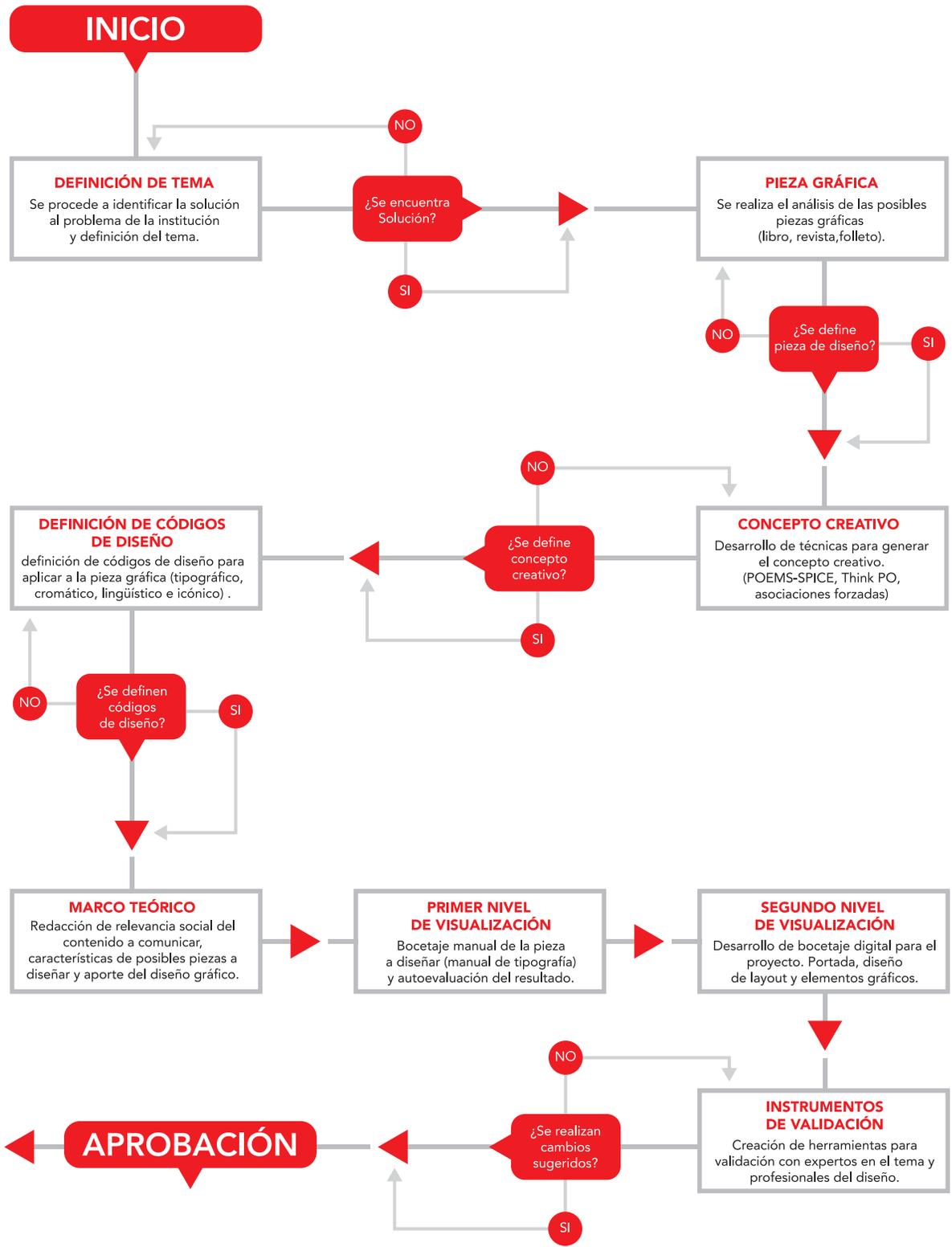
---

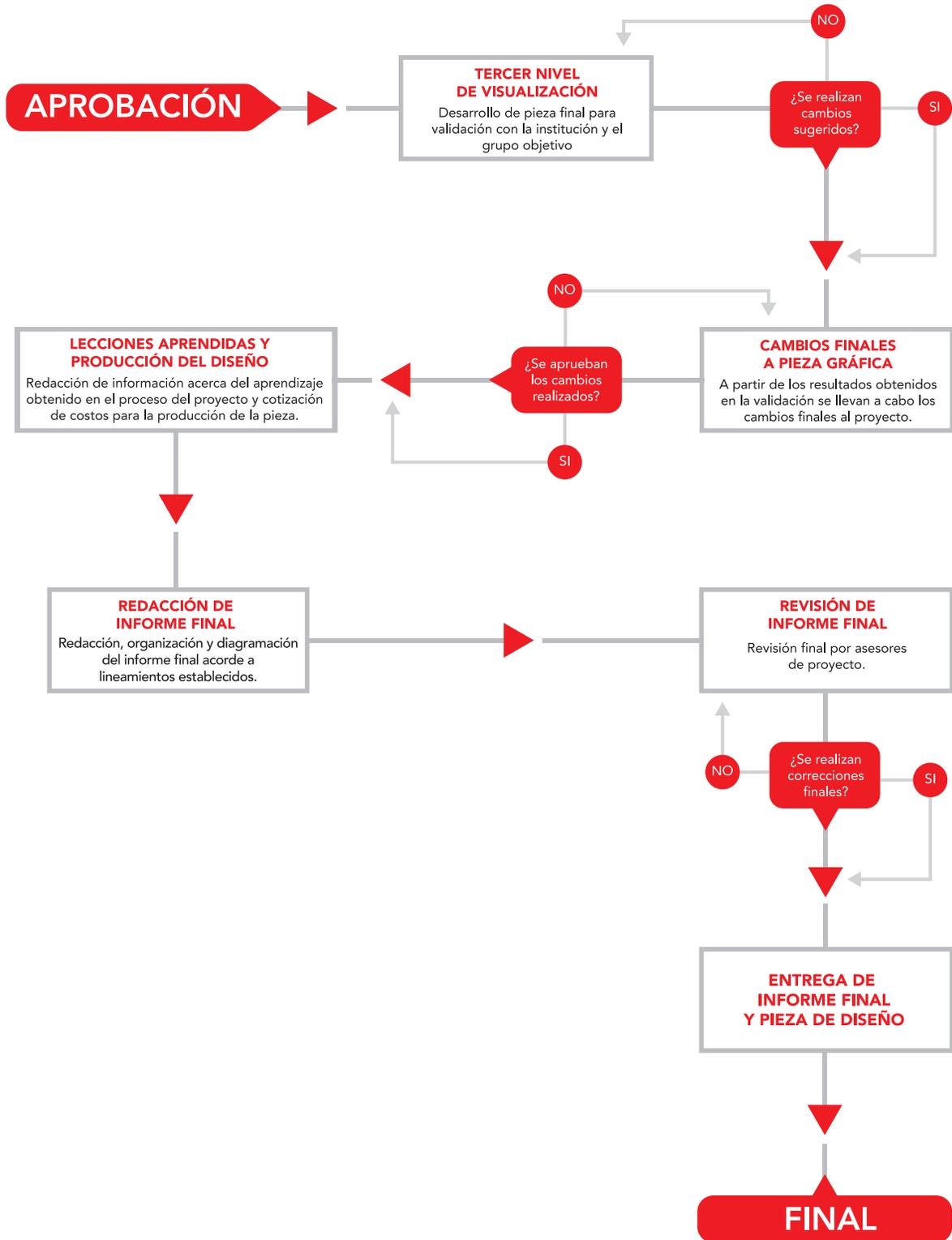
**Planeación operativa**



# 4.1 Flujograma del Proceso

Un flujograma es la representación gráfica de un proceso que permite que el desarrollo de un proyecto se realice de forma organizada. Esta herramienta ha sido utilizada para permitir una visualización completa del proyecto y los pasos que deben llevarse a cabo para poder resolverlo de una manera eficaz, basada en una estructura correctamente planificada.







A large, light gray circular graphic element is centered on the page, partially cut off by the top and bottom edges. It consists of two concentric arcs, creating a thick ring. Two horizontal red lines cross the page, one above and one below the center of the circle.

# *Capítulo 05*

**Marco teórico**



# 5.1 Relevancia del Contenido a comunicar

Los principios tipográficos  
proporcionan los cimientos  
para todo buen diseño.

Willi Kunz

## Diseño Gráfico

En el año 1922 William Addison Dwiggins, diseñador y tipógrafo, definió el diseño gráfico como la actividad encargada de darle forma a la comunicación visual. Él fue la primera persona que dio un nombre específico a los individuos dedicados a la transmisión de mensajes en medios gráficos. (Newark, 2002).

El diseño gráfico es un proceso o labor destinado a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. (Fotonostra, 2008, párr.1)

El diseñador gráfico, como solucionador de problemas de comunicación visual, es el encargado de resolverlos de una forma enriquecida y acorde a las situaciones humanas que su trabajo enfrenta. Es una disciplina teórica y práctica que parte de conceptos y los aplica dentro de un proceso de creación visual con el cual busca lograr un propósito. Una unidad de diseño gráfico debe transportar un mensaje prefijado. Todo diseño sigue modelos, códigos y formas. (Wong, 2002).

Utilizando texto y gráficos, el diseñador tiene como objetivo transmitir o comunicar mensajes a grupos determinados. La expresión básica del diseño gráfico es el lenguaje visual.

En el diseño gráfico desde sus fundamentos se han definido elementos básicos para la transmisión del mensaje visual. Tomando en cuenta esta serie de parámetros necesarios para una creación gráfica, en la actualidad el producto final del trabajo del diseñador puede resumirse en dos elementos: Imágenes y textos. La imagen representa una idea que es designada y relatada por medio del texto.

# El Proceso de Diseño

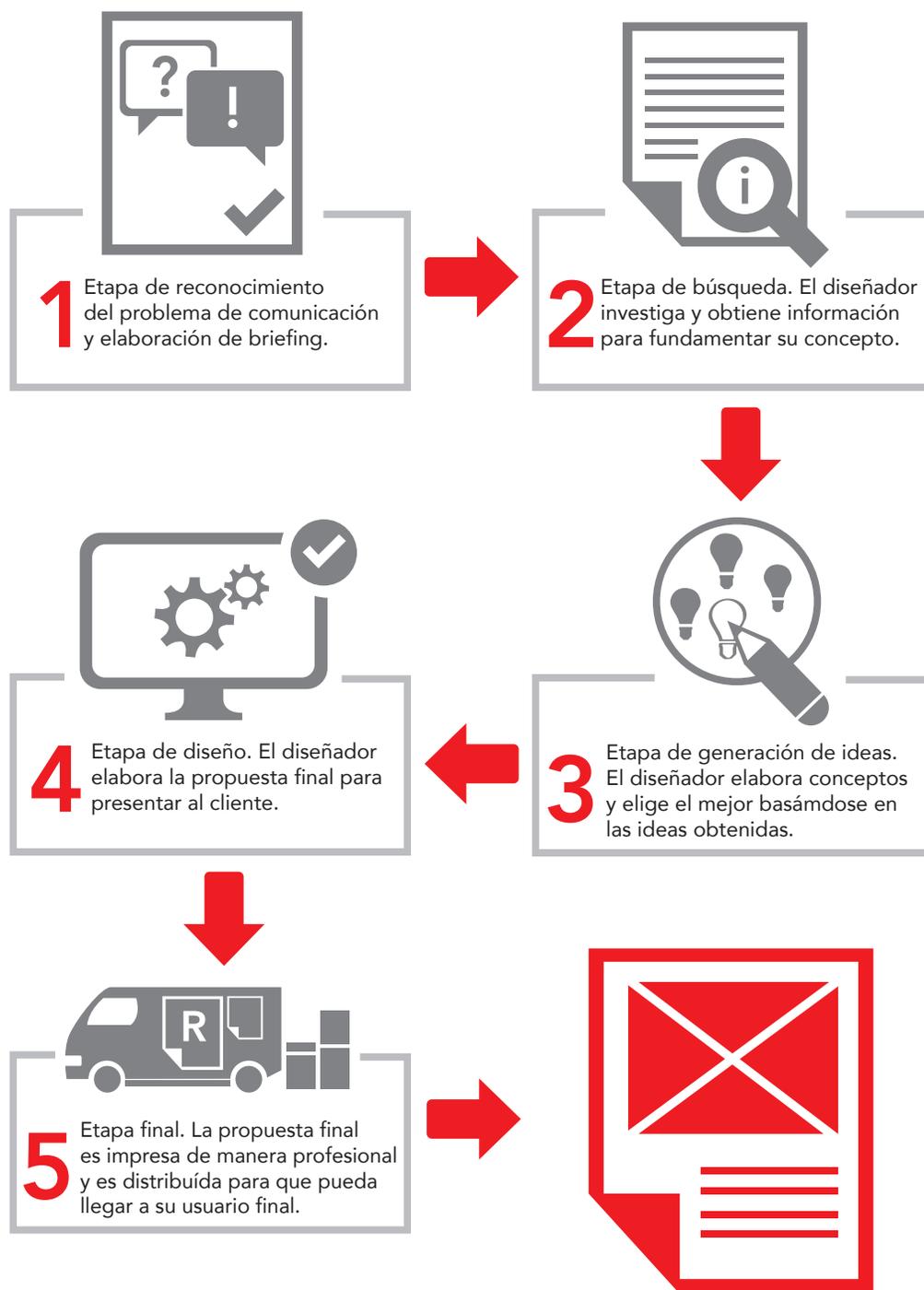


Figura 15. Infografía del proceso de producción gráfica, el cual da como resultado un producto compuesto por imágenes y textos. Quielj, M. 2015.

La tipografía profundiza y enriquece en direcciones múltiples los alcances del Diseño Gráfico.

### Tipografía:

Se denomina Tipografía a la disciplina que dentro del diseño gráfico estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales. La Tipografía tiene una dimensión técnica y funcional basada en el oficio de tipógrafos e impresores. Cuenta con sistemas de medición y cálculo que ayudan a organizar y racionalizar la comunicación visual. Pero tiene además una dimensión humanística que se basa en la escritura, representación abstracta de objetos e ideas que hizo posible el registro de la cultura, la organización del pensamiento y el desarrollo intelectual del hombre. Entendida como disciplina, la Tipografía profundiza y enriquece en direcciones múltiples los alcances del Diseño Gráfico. (Álvarez, s.f.).

El término tipografía se emplea para designar al estudio, diseño y clasificación de los tipos (letras) y las fuentes (familias de letras con características comunes), así como al diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes. (Ciberaula 2014, párr.7)

El tipo de letra se utiliza para plasmar una idea de manera visual. Muchos de los tipos de letra actuales ser crearon a partir de épocas históricas anteriores y el linaje de los caracteres se remonta a miles de años atrás, a las primeras marcas de los hombre primitivos para representar ideas o conceptos. Las letras, el lenguaje y la tipografía han cambia con el tiempo. (Aharonov, 2011).

Desde el primer sistema de escritura conocido que fue la escritura cuneiforme, los signos ideográficos que formaron los jeroglíficos egipcios, la creación del alfabeto griego hasta el surgimiento del alfabeto moderno el cual fue utilizado en los tipos móviles derivados de la imprenta, la letra a sufrido importantes transformaciones. Los avances tecnológicos, cambios sociales y culturales, y la influencia de los movimientos artísticos dieron paso a la creación de nuevas formas tipográficas y han dado la pauta a que los diseñadores contemporáneos puedan experimentar en la creación de tipos.



Figura 16. Caractéres pertenecientes a la escritura egipcia, fenicia, cuneiforme y griega. Quiej. M. 2015.

**Importancia de la tipografía en el diseño gráfico:** La finalidad de toda composición gráfica es transmitir un mensaje concreto. Para ello, el diseñador se vale de dos herramientas principales: las imágenes y los textos.

Las imágenes aportan un aspecto visual muy importante a toda composición. Estas son capaces de transmitir por sí solos un mensaje de forma adecuada. Sin embargo, el medio de transmisión de ideas por excelencia es la palabra escrita. La esencia del buen diseño gráfico consiste en comunicar ideas por medio de la palabra escrita, combinada a menudo con imágenes.

Además de su componente significativo, cada letra de una palabra es por sí misma un elemento gráfico, que aporta riqueza y belleza a la composición final. Es por esto, que el aspecto visual de cada una de las letras que forman los textos de una composición gráfica es muy importante.

De este planteamiento se deriva que el diseñador gráfico debe emplear las letras en una composición tanto para comunicar ideas como para configurar el aspecto visual de la misma, siendo necesario para ello conocer a fondo los diferentes tipos existentes y sus propiedades, conocimientos que se agrupan en la ciencia o arte de la tipografía. (Ciberaula 2014, párr.1).

La tipografía tomada como elemento identitario básico, es una herramienta de fundamental importancia del diseñador gráfico y de comunicación. La relación entre la forma y la función de una fuente tipográfica debe ser el resultado de un profundo trabajo de análisis y un serio planteo conceptual.



Figura 17. El aspecto visual del texto en una composición gráfica es de vital importancia para la transmisión del mensaje. Quiej. M. 2015.

## La tipografía como forma:

La tipografía, tomada como elemento identitario básico, es una herramienta de fundamental importancia en la tarea del diseñador gráfico. La relación entre la forma y la función de una fuente tipográfica debe ser el resultado de un profundo trabajo de análisis y un serio planteo conceptual. El tipo comunica por medio de su apariencia. (Pepe, 2011).

La morfología de cada tipo connota un mensaje definido y diferente al resto, y dicho mensaje debe concordar con el mensaje que se desea transmitir en un proyecto de comunicación visual. La tipografía no es sólo una herramienta de lectura comunicadora de mensajes, es figura y forma, con carácter y personalidad propia. Cada letra de una palabra es por sí misma un atractivo elemento gráfico. Existen familias tipográficas para cada necesidad. Podemos valernos de ellas para transmitir con belleza y efectividad, sin tener la necesidad de apelar a imágenes tradicionales. De este modo, los caracteres tipográficos, sean letra o imagen, podrán ser los protagonistas responsables del mensaje que deseamos comunicar al espectador.

La forma tipográfica y el contenido del mensaje están vinculados entre sí en una forma inextricable. La tipografía aspira a integrar y equilibrar la forma y la función, reconociendo la importancia de ambas por igual. (Kunz, 2003).



Figura 18. Personalidad tipográfica. La apariencia de la letra debe concordar con el mensaje que se quiere revelar al observador. Quiej. M. 2015.

## Material didáctico:

De acuerdo con la Unidad de Trabajo Social de la UNAM, el material didáctico es un instrumento que facilita la enseñanza aprendizaje. Se caracteriza por despertar el interés del estudiante adaptándose a sus necesidades, por facilitar la labor docente y, por ser sencillo, consistente y adecuado a los contenidos. Es todo apoyo, instrumento, herramienta, objeto o dispositivo que se constituye como recurso para facilitar la comunicación y transmisión de la información o contenidos de parte del instructor al estudiante.

En la enseñanza, el material didáctico es el nexo entre las palabras y la realidad. Dado que no es posible que todo aprendizaje se lleve a cabo en una situación real de la vida, el material didáctico debe representar a la realidad sustituyéndola de la mejor forma posible, de modo que su uso sea objetivo para el alumno. Así mismo, el material didáctico necesita del profesor para darle vida. El material didáctico reúne los medios y recursos necesarios para facilitar la enseñanza y el aprendizaje. Se utilizan en el medio educativo para facilitar la adquisición de conocimientos, aptitudes y destrezas. (Nassif)

### Finalidad del material didáctico:

- 
- Aproximar al alumno a la realidad de lo que se quiere enseñar.
  - Motivar la clase.
  - Facilitar la percepción y la comprensión de los hechos y los conceptos.
  - Concretar o ilustrar lo que se está exponiendo verbalmente.
  - Economizar esfuerzos para conducir a los alumnos a la comprensión de los hechos y conceptos.
  - Contribuir a la fijación del aprendizaje a través de la impresión más viva y sugestiva que puede provocar el material.
  - Dar oportunidad para que se manifiesten las aptitudes y el desarrollo de habilidades específicas.
  - Despertar y retener la atención.
  - Favorecer el aprendizaje y su retención.
  - Favorecer a la enseñanza basada en la observación y experimentación.
  - Facilitar la aprehensión sugestiva y activa de un tema o hecho de estudio.
  - Reducir el nivel de abstracción para la aprehensión de un mensaje.
  - Ayudar a la formación de conceptos exactos.
  - Hacer la enseñanza más activa y concreta.
  - Dar oportunidad a que se analice e interprete mejor el tema de estudio.

Una de las características primordiales del material didáctico es darle la posibilidad al estudiante de reconocer y evaluar su proceso y las evidencias de su aprendizaje, así como valorar la evolución de sus competencias iniciales y finales. Es un motivador del aprendizaje, ya que es portador de contenidos y da una estructura lógica al proceso de aprendizaje, considerando el lenguaje o código en el que se presenta (escrito, audiovisual, icónico o multimedia). Su función es especificar las estrategias con las cuales se transmitirán los conocimientos declarativos, procedimentales y actitudinales.

Según estudios realizados y utilizados por estudiosos del tema, el 83% de la retención de los aprendizajes se adquiere por medio de la vista, el 90% de los conocimientos que son escuchados y posteriormente realizados son retenidos por los estudiantes. El uso de recursos audiovisuales genera la mayor retención del aprendizaje a largo plazo con el 65% de durabilidad después de 3 días de recibido el conocimiento.

**Para ser un auxiliar eficaz el material didáctico debe:**

- Ser adecuado al asunto de la clase.
- Ser de fácil aprehensión y manejo.
- Estar en condiciones aptas para ser manipulado.

Según Bravo Ramos, la aplicación de los materiales a la enseñanza debe adecuarse a las siguientes actividades:

**Científica:** El profesor debe conocer el material que emplea y saber para qué sirve en cada momento.

**Técnica:** Debe saber utilizarlo y manejarlo.

**Práctica:** Debe saber aplicarlo a su materia y a las condiciones concretas del aprendizaje donde lo emplea. Esto quiere decir que debe existir un estrategia didáctica basada en un plan donde se integren los materiales que forman parte de la programación.

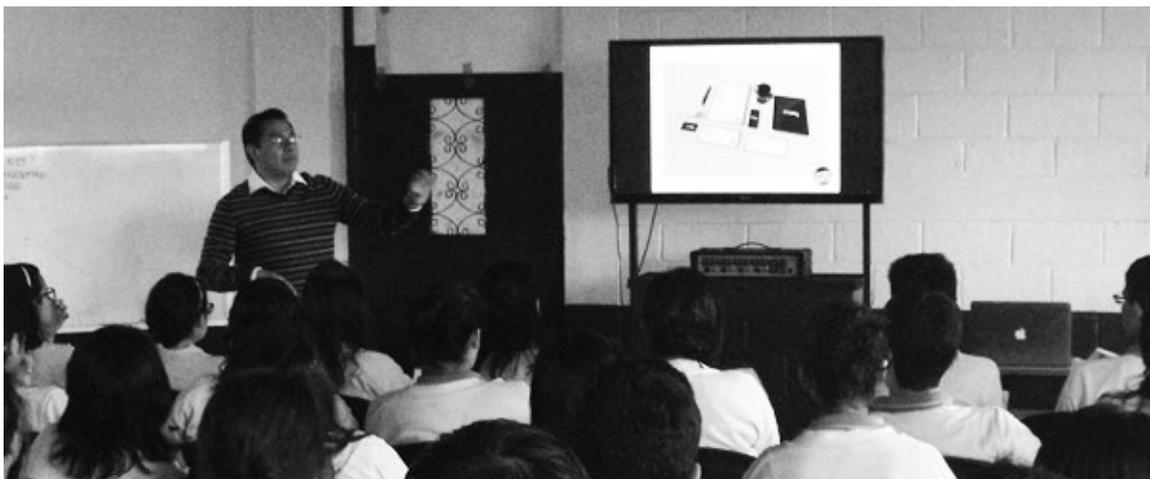


Figura 19. El docente debe conocer el material que emplea, saber utilizarlo y aplicarlo a las condiciones del aprendizaje donde lo emplea. Quiej. M. 2015.

El material didáctico puede clasificarse de manera general en escrito, audiovisual y digital o multimedia. Siendo estas divisiones medios de comunicación, se convierten en didácticos cuando se les agrega una intención educativa. (Aptitudes Sobresalientes, 2012, párr.4).

### **Material didáctico escrito:**

Son los materiales impresos, que se adaptan a las condiciones o circunstancias donde se utilizarán. En su diseño se pueden combinar textos e imágenes, lo que genera un impacto favorable en los intereses y la forma de aprendizaje del estudiante. Este tipo de material pueden ser libros, guías, folletos, manuales, fascículos, cuadernos de trabajo y periódicos.

**Beneficios de los materiales didácticos impresos:** El medio escrito fue el soporte de la educación hasta los años 40 y hoy en día sigue siendo un importante soporte básico de estudio para los estudiantes. Aún con las posibilidades de transmisión electrónica de documentos, lo habitual es su impresión para lecturas posteriores. (Rebollo, 2007).

El material didáctico escrito sigue siendo fundamental en la educación ya que es programado. No surge de actos impulsivos, sino de una reflexión y diseño cuidadosos. Debe contar con una adecuada redacción, estructura y composición para lograr un producto de calidad. Puede adaptarse al contexto sociocultural en el cual se utilizará, ya que es el más fácil de utilizar incluso en ambientes con recursos limitados, debido a sus costes de elaboración y uso. Sus características hacen que esté presente en todas las etapas del proceso educativo.

### **Material didáctico audiovisual:**

Es todo contenido realizado con la finalidad de promover la educación y que de prioridad al uso combinado de la imagen en movimiento con elementos sonoros. Son facilitadores de la enseñanza y acercan al estudiante a la tecnología. Dentro de este tipo de materiales se encuentran las presentaciones con diapositivas, películas, videos y programas de televisión.

**Beneficios de los materiales didácticos audiovisuales:** Facilitan la labor de enseñanza al llevar al estudiante a la tecnología. Es un medio que puede utilizarse todas las veces que sea necesario, y reducen el tiempo y esfuerzo de la enseñanza y el aprendizaje. También facilitan los procesos de retroalimentación grupal. Aumentan la retención de la información recibida a corto y mediano plazo, y permiten mantener la atención de los estudiantes por un período de tiempo mayor. (Wikipedia, 2015. Párr. 4)

## Material didáctico digital o multimedia:

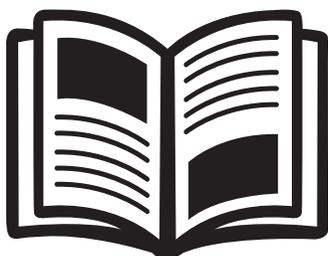
Integra en su desarrollo el uso de texto, gráficos, sonido, animación y video. Permite al estudiante desarrollar la memoria, sistematizar y organizar la información, cubriendo las 4 fases del aprendizaje (inducción, estructuración, consolidación y retroalimentación) que promueve el estudio independiente y el aprendizaje significativo. Promueve la interacción y la interactividad. En esta categoría se encuentran los programas informáticos educativos (CD o en línea) , videojuegos, presentaciones multimedia, enciclopedias, animaciones o simulaciones interactivas, sitios web, foros, tour virtuales y cursos en línea.

**Beneficios de los materiales didácticos multimedia:** Permiten que la información sea ramificada y presenta una respuesta individualizada para el usuario. Por el tipo de plataforma en la que se utiliza, permite que su uso sea flexible. Presenta mayor atracción debido al uso de imágenes animadas. Pueden adecuarse al ritmo de aprendizaje del usuario. (Salinas, s.f.)



Figura 20. Tipos de material didáctico. Quiej. M. 2015.

# Tipos de Material Didáctico y sus beneficios



## Escrito / Impreso

Es programado.  
Puede adaptarse al contexto sociocultural.  
Sus costos facilitan la utilización.



## Audiovisual

Facilitan los procesos de retroalimentación grupal.  
Permiten mantener la atención por un período de tiempo mayor.  
Puede reutilizarse en indefinidas ocasiones.



## Multimedia

Permite respuestas individualizadas.  
La información es ramificada.  
Su uso es flexible.  
Es más atractivo para el usuario.

Figura 21. Infografía de los beneficios de los tipos de material didáctico que pueden utilizarse en el proceso educativo. Quiej. M. 2015.

## El diseño gráfico en materiales didácticos:

El aprendizaje educativo se obtiene en una mayor proporción del conocimiento acumulado y difundido a través de materiales impresos, físicos o virtuales. En la medida en que dichos materiales se elaboran aplicando los principios del diseño gráfico se logran mejores aprendizajes. (Moreno, 2009).

El diseñador gráfico debe lograr compaginar los resultados que se pretenden lograr mediante el uso de un material didáctico, con los parámetros estéticos y conceptuales con los que toda pieza gráfica debe cumplir. Es importante el análisis del grupo objetivo, ya que sus patrones sociales y culturales generan pautas que al traducirse en colores, formas, textos e imágenes pueden propiciar la aceptación del material y por consiguiente, ser un óptimo canal en la transmisión de conocimientos y el proceso enseñanza-aprendizaje. Entre el equipo conformado por los docentes y asesores pedagógicos, el diseñador es una pieza clave. Su capacidad de diálogo es fundamental para traducir al lenguaje gráfico las necesidades de aprendizaje en las distintas áreas de conocimiento. (Foroalfa, 2013, párr.1)

Al trabajar el diseño de materiales educativos, es necesario profundizar en los procesos mentales y la forma en la que afectan la interacción entre los seres humanos, y como el ambiente puede promover los aprendizajes a partir del uso de colores, tipografía y fotografías. La conceptualización también es un factor determinante. El diseñador debe cuestionarse de qué forma su trabajo aportará al proceso enseñanza-aprendizaje y cual es el lugar ideal para que cada elemento será un apoyo en la comprensión de ideas y conceptos. El diseño gráfico puede fungir como facilitador para la comprensión de los aprendizajes en las personas.



Figura 22. Material didáctico para enseñar las características de los diferentes animales a los niños de 8 años. El uso de color, tipografía e imagen es determinante para facilitar el proceso de enseñanza aprendizaje. Quiej. M. 2015.

La Ciudad Universitaria cuenta con un aproximado de 25 edificios para las distintas unidades académicas.

## Universidad de San Carlos de Guatemala Ciudad Universitaria

La Ciudad Universitaria, conocida también como Campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), es el conjunto de edificios y espacios que lo conforman ubicado en una finca entre la Avenida Petapa y al final del Anillo Periférico.

El origen de la ciudad universitaria se remonta a su fundación cuando el obispo Francisco Marroquín pedía un centro de estudios superiores a la corona española.

Durante los más de trescientos años de historia de la universidad ha tenido tres sedes centrales la primera en la ciudad de Santiago de Guatemala hoy La Antigua Guatemala donde empezó a funcionar la Universidad en el colegio Santo Tomás de Aquino, después del terremoto de 1773 la Capital del Reino de Guatemala es trasladada al Valle de la Ermita hoy Ciudad de Guatemala y cuatro años después también en 1777 la sede de la Universidad es trasladada hacia la nueva capital, en lo que hoy se conoce como el Museo de la Universidad de San Carlos (MUSAC), ubicada frente al Congreso de la República de Guatemala. (Wikipedia, 2015).

El campus actual se debe gracias al ilustre rector Dr. Carlos Martínez Durán en una visión que muchos vieron como poco lógica dado que en esa época se veía muy grande el terreno para lo que era en ese momento la universidad. Cuenta con aproximadamente 25 edificios para el uso de las diferentes unidades académicas.



Figura 23. Fotografía campus central universitario. Quiej. M. 2015.

## Unidades académicas:

Dentro del campus central se encuentra ubicadas 9 de las 10 facultades y 9 de las 11 escuelas no facultativas estas últimas sin representación ante el Consejo Superior Universitario.

### FACULTADES

1. Facultad de Agronomía
2. Facultad de Arquitectura
3. Facultad de Ciencias Económicas
4. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
5. Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia
6. Facultad de Humanidades
7. Facultad de Ingeniería
8. Facultad de Odontología
9. Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia

### ESCUELAS NO FACULTATIVAS

1. Escuela de Ciencia y Tecnología de la Actividad Física y el Deporte
2. Escuela de Ciencia Política
3. Escuela de Ciencias de la Comunicación
4. Escuela de Ciencias Lingüísticas
5. Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media
6. Escuela de Historia
7. Escuela Superior de Arte
8. Escuela de Trabajo Social
9. Escuela de Diseño Gráfico



Figura 24. Facultad de Arquitectura y Escuela de Diseño Gráfico, edificio T2 en Ciudad Universitaria. Quijé, M. 2015.

## **Fundación de la Carrera Técnica de Diseño Gráfico en la Universidad de San Carlos de Guatemala USAC:**

Dado que las carreras técnicas en la Universidad de San Carlos eran una realidad desde 1975, instituidas por el Plan de Desarrollo Universitario, cuyo propósito principal consiste en ofrecer salidas laterales a estudiantes que por diversas razones no pudieran terminar una carrera a nivel de licenciatura, con lo cual podría descongestionarse la acumulación de recursos humanos pasivos existentes y alcanzar de esa manera, mayor desarrollo en las fuerzas productivas del país y ampliar las posibilidades de ingreso estudiantil a la Universidad de San Carlos de Guatemala. El Arquitecto Eduardo Aguirre Cantero, entonces decano, de la Facultad de Arquitectura nombró a un cuerpo calificado de docentes entre los que se encontraban los arquitectos: Luis Roberto Leal Paz, Gladys Mercedes Mendizábal Prem y con la asesoría de la Licenciada Zully Patricia Molina Visquera, además como estudiantes: Felipe Hidalgo Villatoro y René Salvador Gálvez Mora, quienes establecieron los objetivos, directrices y criterios que, con base en los fines de la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-, deberían regir la carrera.

El intento del equipo nombrado para elevar el Diseño Gráfico Nacional a los niveles de la educación superior se vio coronado con éxito, por lo que en el año 1986, el Consejo Superior Universitario, la aprobara en la calidad de Carrera Técnica a nivel de Programa.

Sin embargo, el entusiasmo por la hazaña de dotar a la Universidad de San Carlos de diseñadores gráficos de sólida formación técnica para coadyuvar en la respuesta visual a las distintas e inaplazables soluciones en el campo de la comunicación gráfica, aceleró la elaboración del pensum y la organización estructural y el Programa de Diseño Gráfico se echó a andar a inicios del primer semestre de 1987. (FARUSAC, 2012)

En el año 2003 luego de una readecuación del pensum, se elevó el nivel de estudios al de licenciatura en Diseño Gráfico y, en 2004, el programa fue elevado a la categoría de Escuela Facultativa.

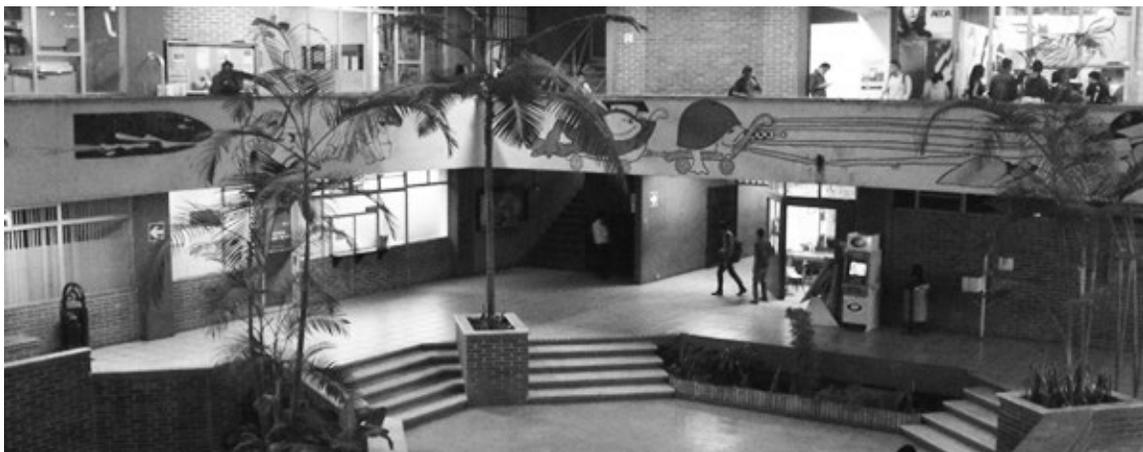


Figura 25. Fotografía facultad de Arquitectura. Quiej. M. 2015.

## **Pensum 2011 para licenciatura en Diseño Gráfico**

En el año 2009 se dio inicio a la readecuación curricular con el acompañamiento del Departamento de Asesoría y Orientación Curricular de la División de Desarrollo Académico de la USAC. Como resultado de esta readecuación, a partir del año 2011 se ha implementado un nuevo pensum en el marco de un currículum con enfoque por competencias.

La licenciatura en Diseño Gráfico, provee al estudiante una formación para dar respuesta al diseño y construcción de estrategias de comunicación visual, con valores y compromisos con el desarrollo social, tecnológico y productivo del país.

El plan de estudios está estructurado en 10 ciclos de un semestre cada uno. En el décimo semestre se realiza el ejercicio profesional supervisado y el proyecto de graduación.

Para formar al estudiante de forma integral, las asignaturas del pensum están organizadas en cuatro áreas de conocimiento complementarias: Tecnología y Expresión, Diseño, Teoría y Métodos y Proyectos.

Las Áreas en la red curricular, se leen en sentido horizontal y cuentan con una Coordinación por área, el Coordinador es el responsable de velar porque se cumpla con la implementación y coherencia de los contenidos de las asignaturas en forma secuencial.

El pensum es semi abierto, su estructura es por asignaturas con prerrequisitos. Cada una de las áreas tiene una línea secuencial y dosificada de asignaturas fundamentales que forman competencias. El eje central de la carrera lo constituye la línea de las asignaturas de Diseño Visual, mediante la cuales el estudiante aprende a resolver problemas de diseño mediante la aplicación de los conocimientos obtenidos en las otras asignaturas.

El estudiante de la licenciatura en Diseño gráfico, culmina sus estudios luego de haber aprobado 55 asignaturas que equivalen a 249.5 (doscientos cuarenta y nueve punto cinco) créditos conformados por 51 asignaturas fundamentales con un total de 235.5 créditos fundamentales y 14.0 créditos electivos de 4 asignaturas electivas. El estudiante también debe certificar el dominio de un segundo idioma y 10 créditos extracurriculares. Para graduarse debe desarrollar un proyecto de graduación o proyecto de fin de carrera, y sustentarlo ante una terna de examinadores. (FARUSAC)

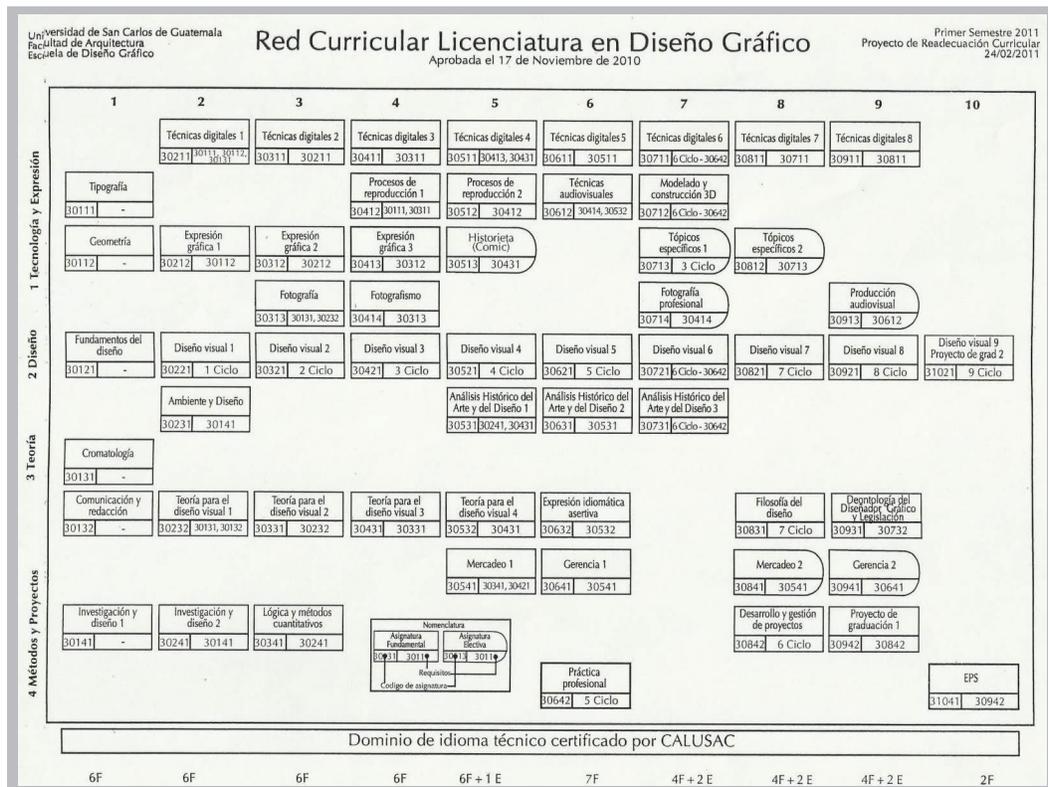


Figura 26. Organigrama de cursos Licenciatura en Diseño Gráfico Pensum 2011. Escuela de Diseño Gráfico USAC. 2011.

## Curso de Tipografía:

Es una de las asignaturas fundamentales. Es uno de los 6 cursos que deben ser aprobados en el primer semestre de estudio de la carrera. Estudia el origen, desarrollo, morfología y clasificación de la letra, diagramación y técnicas gráficas para la aplicación creativa de la letra y su aplicación junto al conocimiento adquirido en el proceso de diseño. Sus temas de estudio son : El origen histórico de la letra, morfología de la letra y clasificación tipográfica por familias, medidas y diagramación para edición de textos, técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra. (FARUSAC)

Es un curso que permite desarrollar en el estudiante la habilidad en el manejo de los criterios básicos del uso de la tipografía y de la diagramación en los procesos de comunicación gráfica. Es un curso de carácter instrumental, conceptual y gráfico que provee al estudiante las herramientas para elaborar de manera efectiva la composición de distintas piezas gráficas haciendo énfasis en la utilización de la tipografía. (Meléndez)

El curso cuenta con dos secciones en la jornada matutina y 2 en la vespertina, teniendo un aproximado de 140 alumnos. En la actualidad está a cargo de la licenciada Larisa Mendoza en la jornada matutina y la licenciada Isabel Meléndez en la jornada vespertina. Como preámbulo al estudio de la definición de tipografía, se coloca en contexto al estudiante llevándole a la historia y evolución de la escritura. En esta etapa se visualiza cada una de las culturas que contribuyeron a la creación del alfabeto que hoy conocemos, y cómo desde la escritura cuneiforme y los signos ideográficos y pictográficos surgieron los elementos icónicos que el día de hoy son los caracteres que conforman el alfabeto.

Al conocer la historia de la escritura, se le presenta al estudiante el concepto de tipografía como un canal para la trasmisión de mensajes. Es una representación gráfica del lenguaje hablado y es capaz de representar ideas por sí misma.

Habiendo abordado el concepto de tipografía se da paso a la Morfología de la letra, tema en el cual se estudia la forma y las propiedades de la misma. Este tema se centra en la definición de los estilos tipográficos divididos en familias y rasgos característicos de cada elemento tipográfico.

Posteriormente se toca el tema de tipometría, la cual consiste en el estudio de la medición de los elementos tipográficos. Dentro de esta temática se ven las unidades de medida aplicables a un carácter tipográfico, el renglón gráfico y los problemas comunes en la aplicación de medidas a tipos de letra específicos.

Terminada la fase teórica de la tipografía se da paso a la aplicación creativa de la letra. La representación de imágenes mediante palabras y palabras mediante imágenes es el tema principal, seguido de diferentes formas en las cuales la tipografía por sí misma cumple la función de transmisión de mensajes en forma creativa. Posteriormente se trabajar ejercicios de diseño gráfico en los cuales la tipografía sea el elemento principal y determinante en la pieza generada.

Cada uno de los temas es acompañado de documentos de apoyo digitales o impresos, presentaciones multimedia como soporte de la clase y ejemplos gráficos para que el estudiante pueda tener claro el objetivo de los ejercicios a realizar. Dichos ejercicios se incluyen en los documentos de apoyo y son expuestos en clase.

Al finalizar el curso, el estudiante debe poseer conocimientos claros acerca de la letra y cómo utilizarla como un vehículo para la transmisión efectiva de mensajes.

Oración de los tipos de letra

### Romanas Antiguas

La familia de letras Romanas Antiguas, se caracterizan por los siguientes detalles

Caracter

Se caracterizan además por los siguientes detalles:

- Son letras que tienen serif.
- Los trazos son variables y ascendentes finos y descendentes gruesos.
- La dirección del eje de engrosamiento es oblicua.
- El espaciado de las letras es esencialmente amplio.
- Un peso y color intenso en su apariencia general.

Se incluirían dentro de este grupo de romanas antiguas: Garamond, Caslon y Trajan.

### Romanas de Transición

Muestran la transición entre los tipos romanos antiguos y los modernos.

Criterios de selección tipográfica

### Ejercicio en Clase

A continuación se le presentan varias propuestas gráficas a las que les hace falta una palabra, se han colocado varias opciones con diferente tipo de letra para que usted elija el tipo de letra que usaría para cada una. Dibújela lo más parecido posible y en el espacio en blanco de su hoja deberá fundamentar por qué eligió esa tipografía para esa propuesta, de acuerdo a los criterios de: Familia tipográfica a la que pertenece según su morfología, connotación de acuerdo a los criterios vistos en la clase.

Tipografía utilizada y su fundamentación  
1 pt.c/propuesta.

Calidad gráfica 1 pt.

Total 5 pts.

Se restarán 1/2 punto neto por cada falta de ortografía.

• La palabra a colocar es **Velocidad**.

• Puede elegir entre mayúsculas o minúsculas.

- ① ~~VELOCIDAD~~ - *Velocidad* (AkaDora)
- ② **VELOCIDAD** - *Velocidad* (BlaPew)
- ③ **VELOCIDAD** - **VELOCIDAD**

Figura 27. Material didáctico utilizado en el desarrollo de la clase de tipografía. Mendóza L. 2015.

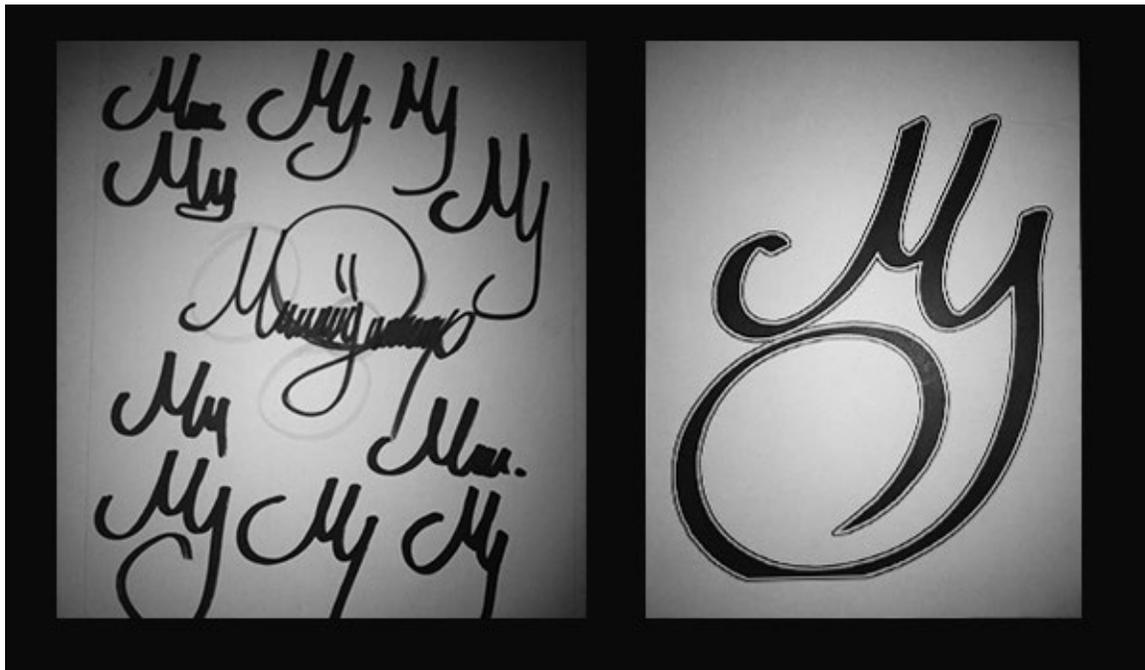


Figura 28. Ejercicio basado en la firma del alumno. Se utilizan los rasgos más característicos de la misma para la creación de un logotipo personal de tipo manuscrito. Mateo. M. 2015.



Figura 29. Ejercicio correspondiente al tema PALABRA-IMAGEN. El alumno elige un animal y utiliza la primera letra del nombre del mismo para representarlo gráficamente sin utilizar elementos adicionales. Culajay. L. 2015.

# Áreas temáticas del Curso de Tipografía

- 1 Origen, desarrollo y evolución de la escritura. La letra como símbolo de comunicación. Morfología de la clasificación de tipos de letra.
- 2 Anatomía de la letra. La medida tipográfica. Intervención de grandes tipógrafos en la creación de alfabetos. Diseño y análisis de la imagen- palabra, palabra-imagen. Asociaciones tipográficas. El color en el manejo de la tipografía. La tipografía en logotipos. Criterios para la selección de tipografía.
- 3 Legibilidad tipográfica y lecturabilidad.
- 4 Diagramación: Formatos y medios, uso de retícula y layout. Tipos de retícula y su aplicación desde el concepto de diseño. El estilo en la diagramación.
- 5 Elementos de diagramación: imagen, letra, espacios blancos, elementos gráficos de apoyo, color y textura. Jerarquía en la aplicación de texto (titulares, subtulares, cuerpo de texto).
- 6 Características del párrafo de diagramación: alineación de textos, interlineado, interletrado, espacio entre palabras. Inicios de párrafo, capitulares, llamadas.
- 7 Principios y fundamentos de diagramación
  - Orden y jerarquía
  - Simetría y asimetría
  - Proporción y armonía
  - Contraste y punto focal
- 8 Aspectos prácticos de la diagramación y la composición tipográfica.
- 9 Los errores más comunes en diagramación, cómo evitarlos.

## 5.2 Características, funcionalidad, **Ventajas y desventajas** de la pieza a diseñar

### **CUADRO COMPARATIVO DE LAS OPCIONES A ELEGIR PARA EL MATERIAL GRÁFICO A DISEÑAR**

Un cuadro comparativo es un organizador de información que nos permite analizar las semejanzas y diferencias de dos o más elementos, que en este proyecto serán las posibles piezas a diseñar para resolver el problema.

A continuación se presenta el análisis comparativo de 4 tipos de material gráfico. Mediante el uso del cuadro comparativo es posible seleccionar de manera eficaz el material a implementar, permitiendo la elección del más adecuado y apto para la resolución de las necesidades de comunicación y del mercado objetivo.

	<b>Libro</b>	<b>E-book</b>	<b>Folleto</b>	<b>Revista</b>
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Es una obra (que puede ser manuscrita, impresa o pintada) dispuesta en hojas de papel encuadradas y protegidas por una cubierta. Debe tener más de 50 páginas. Puede tratar sobre cualquier tema.	Es un libro en formato electrónico o digital. Está confeccionado para ser leído en cualquier tipo de soporte o dispositivo. Pueden contener elementos multimedia e interactivos.	Obra impresa de más de cuatro páginas y menos de cuarenta y seis que no constituye un libro. Un folleto es un pequeño documento diseñado para ser entregado a mano o por correo.	Una revista es una publicación impresa que es editada de manera periódica a intervalos mayores a un día (Ej. semanal o mensual). Puede contener información de interés general o de temas especializados.
<b>VENTAJAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son portátiles.</li> <li>• Su tiempo de duración puede ser muy amplio.</li> <li>• Generalmente sus costos son accesibles.</li> <li>• Nos permite marcar y hacer apuntes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su reproducción es más rápida y económica.</li> <li>• Pueden editarse con gran rapidez.</li> <li>• Tienen menor impacto en el medio ambiente.</li> <li>• No se deterioran.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son materiales flexibles en el aspecto de diseño.</li> <li>• Su distribución puede realizarse en múltiples canales.</li> <li>• Su reproducción es rápida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constituyen un medio de comunicación permanente para las masas.</li> <li>• Son impresas en materiales de alta calidad lo que permite una excelente calidad de reproducción de color e imagen.</li> </ul>
<b>DESVENTAJAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se pueden compartir con facilidad.</li> <li>• Se debe contar con espacio para su almacenamiento.</li> <li>• Las ediciones pueden agotarse o dejar de imprimirse.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No son independientes, necesitan de un lector electrónico.</li> <li>• Su lectura genera más cansancio que los libros impresos.</li> <li>• No tienen un formato estandarizado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su espacio es limitado ya que son compactos.</li> <li>• Los costos de impresión pueden ser elevados.</li> <li>• No es un material ecológico y tiene impacto ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su costo es muy elevado comparado con otros medios impresos.</li> <li>• El material a imprimir debe entregarse con mucha anticipación, por lo menos 4 semanas antes de su reproducción.</li> </ul>

Basado en el resultado de la comparación de posibles materiales gráficos a utilizar se selecciona el LIBRO. Se creará un manual extendido con un compendio de recursos para la correcta aplicación de tipografía. El trabajar un libro permitirá una mayor extensión de espacio para desarrollar el contenido textual y gráfico. El libro puede estar al alcance del estudiante en cualquier momento y puede almacenarse para su uso posterior y así aumentar las posibilidades de obtener retroalimentación de su contenido.

# 5.3 Aportes del Diseño Gráfico

## en el contexto del Proyecto

El libro es  
antorcha del pensamiento.

Rubén Darío

Diseñar gráficamente la elaboración de materiales didácticos facilita la consolidación de los aprendizajes significativos en el proceso de enseñanza aprendizaje. En la medida en que los materiales didácticos impresos se elaboren aplicando los principios del diseño gráfico se lograrán mejores aprendizajes. Es por ello que para la elaboración de un libro de carácter didáctico se deben tomar en cuenta numerosos aspectos en relación al diseño editorial, al público objetivo y al mensaje a comunicar, para que este conjunto único refleje como resultado un todo armonioso que sea capaz de motivar al lector a profundizar en el contenido, y con ello, lograr la trascendencia del mensaje. El desarrollo eficaz del diseño editorial es determinante para el éxito de un libro didáctico.

Staff Creativa en su sitio web, define al diseño editorial como la rama del diseño gráfico que se enfoca de manera especializada en la estética y diseño tanto en el interior como el exterior de los textos. Se dice especializada porque cada tipo de publicación tiene necesidades de comunicación particulares. Hay un tipo de diseño único para cada tipo de publicación, por lo cual se requiere de profesionales capaces de alcanzar un equilibrio simétrico entre el texto y la parte gráfica. El diseño editorial es la estructura y composición que forma a libros, revistas, periódicos, catálogos, entre otros. Desde un folleto hasta un libro de arte, el diseño editorial es una de las ramas más grandes del diseño.

Al llevar a cabo un proyecto de diseño editorial tal como un libro didáctico, el diseñador gráfico debe ser capaz de analizar de forma independiente todos los elementos que forman parte del proceso: Contenido a comunicar, público objetivo, elección de gama cromática y tipográfica, ilustraciones, textos, retícula de diagramación y mecanismos de reproducción. La correcta interpretación de estos elementos sumada a las adiciones creativas y conceptuales del diseñador deben tener como resultado una comunicación efectiva.

Para entender la función y naturaleza de un libro didáctico es necesario tener un concepto claro acerca de qué es un libro y cuáles son sus características. La Fábrica de Libros en su sitio web, define el libro como una herramienta que ha permitido la conservación y difusión de los avances de la humanidad, su historia, sus creencias, etc. Ha facilitado el intercambio de información a todos los niveles y permitido desarrollar la comunicación entre las personas.

La palabra libro deriva del latín liber o libri (membrana, corteza secundaria de los árboles). Según la definición del Diccionario de la Real Academia Española se define como un "Conjunto de muchas hojas de papel u otro material semejante que, encuadernadas, forman un volumen. Se conoce como libro toda obra literaria, científica o de otro tipo, que cuenta con la extensión necesaria para formar un volumen. De acuerdo con la UNESCO, un libro debe contar con 50 hojas o más.

La forma material de un libro a evolucionado a través del tiempo adaptándose a las necesidades de información y materiales disponibles. Al principio se utilizó la piedra y la arcilla, luego se generalizó el uso del papiro. En la Edad Media el material más utilizado fue el pergamino. Un conjunto de hojas de pergamino se cosía y encuadernaba formando códices, los cuales fueron evolucionando hasta convertirse en los libros que conocemos hoy en día. Un acontecimiento importante en este proceso evolutivo fue la generalización del uso del papel y la creación de la imprenta hasta llegar a los soportes digitales, que dan paso a la aparición del libro digital o electrónico.

El diseño de un libro didáctico es una gran responsabilidad para el diseñador gráfico. De la eficacia con la que lleve a cabo el proceso de desarrollo artístico dependerán las posibilidades para la trascendencia del contenido del mismo.

Al emprender el proyecto de diseño de un libro debe conocerse el contenido o tener una idea exacta del objetivo de la publicación, y tener en cuenta la comodidad del usuario al decidir el formato. Todas las partes de un libro deben estar diseñadas en función de una concepción estética única. Todos los elementos: Tipo o familia tipográfica, ilustración, color, encuadernación y forro, deben armonizar entre sí.

Existen dos puntos de partida que pueden adoptarse cuando se quiere diseñar un libro. Se puede partir desde adentro, del texto del libro, y se puede también partir desde afuera, o sea, de la sobrecubierta y la cubierta. Con el fin de destacar sobre todo la función del libro, tanto en la lectura como en su utilización, las siguientes reglas parten del texto como tal. El libro es, ante todo, expresión y resultado de la labor cultural, un medio para la difusión de ideas y conocimientos. Sólo surte efecto cuando, gracias a un aspecto exterior agradable, o sea, una cubierta o sobrecubierta atractiva e interesante, se vende mejor. (Kapr, 2013 p.2).

Según el Programa Regional de Educación en Población de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, en la publicación realizada en 1989 para su curso de Especialización en Educación en Población "Material Didáctico: Un apoyo indispensable", los materiales didácticos son considerados un elemento fundamental en el planteamiento curricular de cualquier programa educativo, y su producción se orienta a seguir un proceso ordenado que implica el estudio cuidadoso de los factores que están involucrados en la acción educativa y la aplicación de una serie de criterios para la elaboración de un material de alta calidad.

Los materiales didácticos pueden definirse como instrumentos tangibles que utilizan medios impresos, orales o visuales para servir de apoyo al logro de los objetivos educativos y al desarrollo de los contenidos curriculares. Además de exponer y demostrar un contenido, interactúan con quienes los utilizan para apoyar el aprendizaje de nuevos conceptos, el ejercicio del desarrollo de habilidades y la comprobación de elementos. Estos materiales despiertan el interés de quien lo utiliza: Mantienen su atención, hacen el aprendizaje más activo. Los materiales didácticos son componentes de un proceso educativo que facilitan la enseñanza y el aprendizaje y por tanto el desarrollo de conocimientos y habilidades que se pretendan alcanzar.

La tipificación de los materiales didácticos puede ser planteada desde diferentes puntos de vista: Contenido, población a la que van dirigidos, propósitos, responsables de la elaboración, medios que se utilizan para su elaboración, entre otros.

Los responsables de la elaboración de materiales educativos deben conocer, además de los diversos tipos existentes, la función que cada material tiene en el proceso de enseñanza – aprendizaje.

Entre los tipos de materiales didácticos se encuentran los materiales escritos. Son aquellos que utilizan esencialmente la palabra escrita para cumplir sus funciones en el proceso enseñanza – aprendizaje, y los más utilizados en los programas educativos por sus características de movilidad y difusión. Los materiales escritos pueden dividirse en:

**Materiales encuadernados:** Libros de texto, periódicos educativos, guías didácticas, manuales, cartillas, folletos, fascículos y revistas.

**Materiales no encuadernados:** Hojas, volantes, desplegados, carteles.

En este grupo existen materiales didácticos que además de utilizar la palabra escrita complementan los contenidos con el apoyo de ilustraciones que refuerzan, esclarecen o ejemplifican el contenido escrito.

Unas de las características comunes con las que deben cumplir los materiales didácticos son: Claridad, sencillez, aplicabilidad y objetividad. El tipo de ilustración y diagramación debe ser adecuado a las características de los educandos. Los aspectos relativos a la creatividad demandan que el encargado de la realización del material sienta la necesidad de poner su ingenio e imaginación en función del trabajo educativo y de la comunicación con el grupo beneficiado del uso de los materiales.

Un libro didáctico es un material de suma importancia en el proceso de enseñanza y aprendizaje, es por ello que hay muchos factores a tomar en cuenta al momento de elaborar ese tipo de publicación.

Los contenidos a presentar en un libro didáctico deberán cumplir con los siguientes parámetros:

- **Ser interesantes para los lectores.** Deben tener relación directa con los intereses y necesidades de las personas a quienes están destinados.
- **Contener elementos novedosos.** Deben contener elementos nuevos que inviten al lector a leerlos.
- **Tener aplicabilidad.** Proporcionar conocimientos que sean funcionales y significativos, favoreciendo el aprendizaje y motivando la lectura. Los materiales deben presentar contenidos que puedan ser aplicados o adaptados a la realidad.
- **Contener un mensaje definido.** Se debe procurar que el material deje ideas claras y concretas al lector.
- **Fomentar el autoaprendizaje.** El contenido de lectura debe constituir una vivencia para el lector. Los contenidos deben propiciar la adquisición de técnicas y hábitos que permitan hacer de la lectura una experiencia de aprendizaje.
- **Adecuarse al contexto cultural del individuo y a su madurez.** El lector posee una experiencia que debe ser tomada en cuenta para la elaboración de materiales de lectura.
- **Promover el análisis y la crítica.** Es fundamental que los contenidos del material escrito promuevan el juicio crítico, que apoyen al lector a analizar reflexivamente su realidad.

Así mismo, para la organización de los contenidos a presentar, debe considerarse lo siguiente:

- **Organización del contenido.** Esto depende del formato del material o la extensión del propio contenido.
- **El título debe ser llamativo.** Debe captar la atención del lector y ser sugerente, de manera que proporcione una idea general del contenido del material.
- **Grado de profundidad con que se trate el contenido.** Este factor depende del grado de conocimiento que el lector ya posee acerca del tema, de sus habilidades y necesidades, y del objetivo que persiga el material.
- **Ilustraciones y textos.** Son diversas las funciones que cumplen las ilustraciones dentro de los materiales: Apoyar y reforzar las ideas que contiene el texto, complementar el texto, hacer más atractivo el texto, entre otras. Una cualidad indispensable de las ilustraciones es que representen fielmente la realidad a la que se refiere el texto.

El estilo y formato es también de gran relevancia para la presentación de los contenidos.

El tipo de letra es un factor que condiciona el ejercicio de la lectura. Por eso debe ser conocido por el lector, ser simple y de tamaño adecuado.

La forma de distribuir las ilustraciones y el texto en el espacio contribuye a hacer más atractiva y fácil la lectura del texto.

Los materiales en los que se imprimirá el libro deben ser elegidos en virtud de su función y del uso que se le dará. Se debe considerar para la portada un material duradero y resistente. Para las páginas interiores debe utilizarse un papel que permita la impresión en ambos lados, que no tenga brillo y que sea resistente. La tinta debe contrastar con el color del papel y ser sólida.

Al haber concretado la apariencia del libro, debe definirse el método de impresión del mismo. Existen varios sistemas de impresión y reproducción de los materiales; unos presentan más ventajas que otros, pero la utilización de cualquiera de ellos estará de acuerdo con las posibilidades institucionales. La selección es un problema exclusivo de la capacidad económica de la institución responsable de la producción de los materiales de lectura, del tipo de material a reproducir y de la cantidad de ejemplares, entre otros. (UNESCO, s.f.)

Es importante que el diseñador gráfico que enfrenta el reto de elaborar un libro didáctico tome en cuenta todos los aspectos involucrados en el desarrollo de un material de este tipo. Siendo el libro didáctico un eslabón dentro del proceso de enseñanza aprendizaje, este debe presentarse de una forma agradable y comprensible para el educando, ya que esto motivará su participación activa. Al lograr una conexión entre el usuario y el material se genera un vínculo entre el contenido y la realidad, lo cual aumenta el grado de aplicabilidad de los conocimientos adquiridos en el diario vivir del estudiante. El diseño editorial aplicado al desarrollo de libros didácticos es una labor de suma importancia ya que aporta infinitas posibilidades de comunicación de contenidos y áreas de conocimiento.



A large, light gray circular graphic element is centered on the page, partially cut off by the top and bottom edges. It consists of two concentric arcs, creating a thick ring. Two horizontal red lines cross the page, one above and one below the main text area.

# *Capítulo 06*

**Proceso de producción gráfica y validación**



# 6.1 Nivel Uno de Visualización

## Descripción de la propuesta

A continuación se presenta el proceso de producción de la pieza gráfica y la validación de la misma. Dicho proceso se llevó a cabo mediante una serie de pasos y diferentes etapas de visualización, con el objetivo de perfeccionar el material generado. La validación del proyecto en cada fase de visualización así como la afirmación de su fundamento fueron elementos indispensables para lograr un material óptimo y con la calidad requerida.

En la primera fase de visualización se genera una serie de bocetos preliminares con los cuales se busca definir el layout general, la estructura de la diagramación, la distribución de las imágenes y elementos gráficos dentro de la pieza, y demás criterios de diseño gráfico involucrados en el proceso de producción de la misma.

### 6.1.1

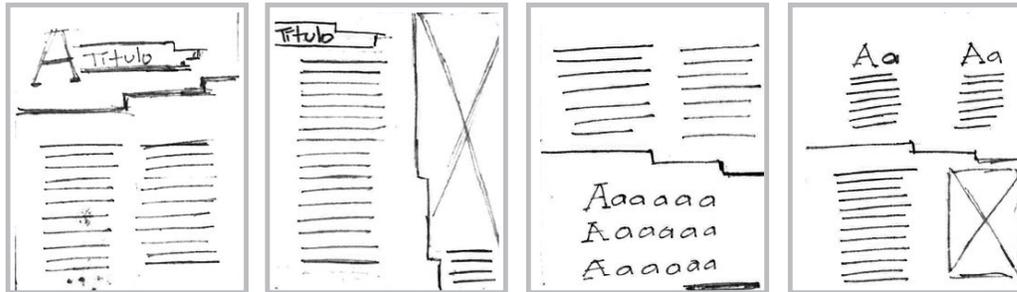
#### Primera parte

#### Layout

Se presentan 3 propuestas de layout mediante bocetos a lápiz. Cada propuesta incluye portada, portada interior y páginas interiores. Estas propuestas permiten definir el sentido de la diagramación y la distribución de los elementos en el formato. Debido a que el contenido del material es estrictamente didáctico es necesario que cada propuesta permita la fluidez del texto y genere armonía en todos los elementos.

### Propuesta No.1

Se presenta un layout combinando el fondo blanco con sólidos de bordes irregulares para generar dinamismo y evitar que la estructura sea rígida. Se utilizan la diagramación a una sola columna y a dos columnas, se incorporan imágenes y ejemplos gráficos siempre sobre fondo de color para crear contraste y jerarquización de contenido.



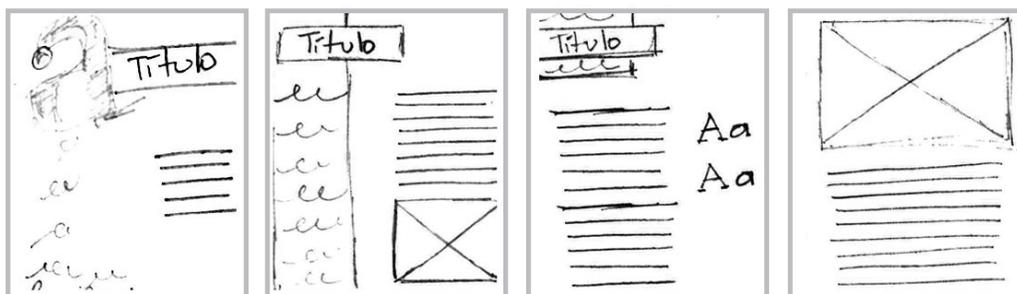
### Propuesta No.2

Se presenta un layout con fondo predominantemente blanco. Se añaden áreas en un color contrastante, las cuales permiten dividir claramente los espacios destinados a imágenes y ejemplos gráficos. Se utiliza una diagramación a 2 columnas, la misma que permite generar espacios de descanso visual entre páginas cuando es conveniente, además de permitir la organización de los contenidos y aplicación de jerarquía visual.



### Propuesta No.3

En esta propuesta se presenta un layout con más espacios activos dentro de la página. Se propone una diagramación a una columna y un fondo blanco en donde los ejemplos gráficos flotarán en el mismo al igual que las imágenes. La estructura en su totalidad presenta mayor rigidez, por lo cual el uso de color será importante para que el peso visual sea equilibrado.



## Aspectos para la autoevaluación

Al haber realizado las propuestas para el layout del material gráfico, el paso siguiente es la realización de una autoevaluación para la selección del formato más adecuado para el tono del material y el grupo objetivo al cual se dirige. Para este procedimiento se utiliza como herramienta el cuadro comparativo. Mediante el uso del mismo se pretende evaluar las propuestas de forma objetiva y en base al análisis de los resultados se determinará cual de ellas cuenta con las características necesarias para ser implementada en el proyecto.

La ponderación de cada criterio será de 0 a 50 puntos, evaluando los siguientes aspectos:

**Pertinencia:** Se refiere a la forma en que la propuesta guarda relación con el contenido a tratar. La pertinencia del diseño también permite establecer si el mensaje contenido en el diseño es adecuado para el grupo objetivo.

**Memorabilidad:** Capacidad de ser recordado por el receptor, que el contenido sea memorable y adquiera relevancia con el tiempo .

**Fijación:** Es la capacidad que tiene un mensaje para posicionarse en la mente del receptor. El uso de los elementos gráficos adecuados y la correcta construcción del mensaje facilita la fijación del mismo.

**Legibilidad:** Es la capacidad del texto para ser reconocible y comprensible. Aptitud del texto para ser leído fácil y cómodamente, lo cual hace referencia al uso de elementos tipográficos, presentación de la página y estilo.

**Composición visual:** Se refiere al ordenamiento de los elementos visuales básicos de la pieza gráfica. Cuando los elementos compositivos se configuran de manera ordenada y armoniosa el resultado es agradable y placentero para el receptor.

**Abstracción:** Si existieran elementos contruidos a partir del principio de la abstracción, debe evaluarse si la misma es comprensible, si se adecua a la realidad y si comunica en mensaje para el cual fue creada.

**Estilización:** El tratamiento que se le da a las imágenes y textos debe resultar estética, agradable, armónica y debe contribuir a despertar el interes y a generar una vinculación emocional con el grupo objetivo.

**vinculación con el concepto creativo:** Es la capacidad con la que la propuesta comunica el concepto en cualquiera de sus soportes. La determinación de sus identificadores visuales constituye un elemento muy valioso para potenciar la idea, evitando que el mensaje pueda interpretarse de formas no deseadas.

**Diseño tipográfico:** Es la forma en la que la tipografía se incorpora a la pieza, la pertinencia del estilo seleccionado hacia el tema, la legibilidad y lecturabilidad. Todos estos elementos deben evaluarse para establecer cuanto aporta al contenido.

**Uso de color:** La selección de la paleta de colores debe evaluarse en función del tema a tratar y de cuan adecuada resulta para el grupo objetivo. Esta debe ser evaluada desde el punto de vista técnico, estético y psicológico.

A continuación se presenta el cuadro de ponderación que se utilizó para la autoevaluación de las 3 propuestas para el layout del material:

NO. DE PROPUESTA	Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición visual	Abstracción	Estilización	Vinculación	Diseño tipográfico	Uso de color	PUNTEO TOTAL
1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	37
2	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	41

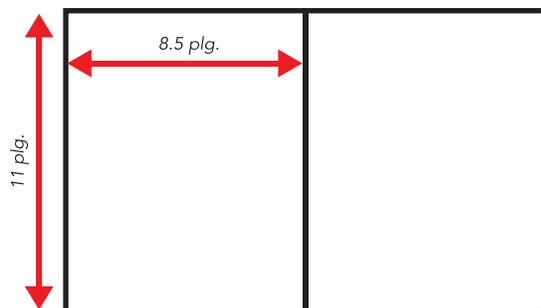
### Resultados

Al analizar los resultados de la auto evaluación se llega a la conclusión de que el uso de la propuesta No. 2 es el más adecuado y pertinente, ya que es la que reúne la mayor cantidad de los requisitos necesarios para su aplicación y desarrollo. Esta propuesta se utilizará de manera íntegra, obedeciendo sus lineamientos en uso de color, tipografía, imágenes y diagramación.

#### 6.1.2

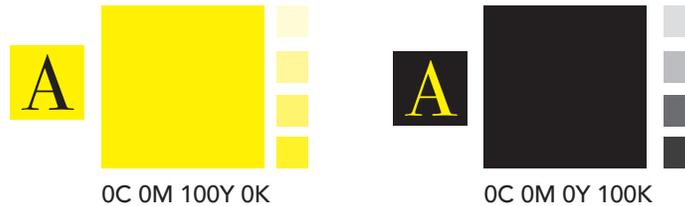
#### Segunda parte Formato

Al haber definido el diseño de layout para el material, se prosigue a evaluar las opciones aplicables al formato del documento. Dado que este es un material que debe ser de fácil uso, impresión y reproducción por diferentes medios, se opta por el formato tradicional de documentos impresos que es tamaño 8.5 pulgadas de ancho por 11 pulgadas de alto. El uso de este formato permitirá que el usuario pueda tener un manejo cómodo del mismo, facilidad de lectura y de movilidad.



## Paleta de colores

Se utiliza la paleta de color descrita en los códigos cromáticos. Una combinación que hace énfasis al contenido y que genera impacto visual, llama la atención y posee un contraste muy alto, lo cual permite una excelente división de los contenidos.



## Tipografía

Basado en el código tipográfico, debido a la naturaleza del material, se utiliza un tipo sen remates contemporáneo. Este permite un buen flujo de lectura y alto nivel de comprensión.

Cooper Hewitt  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !" \$%&/()=?

Para los títulos se utilizó un tipo miscelaneo siempre de carácter contemporáneo. Este genera contraste con el tipo utilizado para los textos, lo que hace que el resultado final sea más atractivo.

Dusseldorf  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !" \$%&/()=?

Y para aportar dinamismo y creatividad al diseño de página se utilizó un tipo de estilo manuscrito. Este se aplicó en portadas de capítulo y como introducción a cada tema.

*Cheddar Jack*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*1234567890 !" \$%&/()=?*

### 6.1.3

## Tercera parte Proceso de bocetaje

Definido el layout, formato, tipografía y la paleta de color que se aplicará a la propuesta en el proceso de producción gráfica, Se lleva a cabo el bocetaje digital para portada, contraportada y páginas interiores. Este proceso se basa en los códigos visuales, en las ideas generadas en la previsualización y en los resultados de la autoevaluación. Las propuestas de páginas interiores presentan diferentes organizaciones, diagramación y distribución del espacio.

### Propuestas para portada



Propuesta No.1

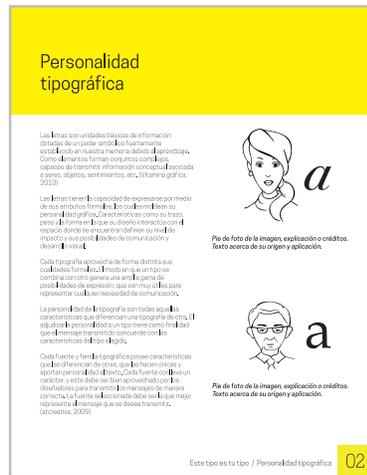


Propuesta No.2



Propuesta No.3

### Propuestas para páginas interiores



Propuesta No.1



Propuesta No.2



Propuesta No.3

### 6.1.4

#### Cuarta parte

### Autoevaluación y fundamentación de los bocetos

A continuación se presenta el resultado de la autoevaluación aplicada a las propuestas para páginas interiores. La portada fue sometida a la aprobación de la licenciada que brindó la asesoría en materia gráfica, quien dio su punto de vista al respecto de la propuesta que resultó más efectiva, al igual que la contraportada.

NO. DE PROPUESTA	Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición visual	Abstracción	Estilización	Vinculación	Diseño tipográfico	Uso de color	PUNTEO TOTAL
1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	40
2	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	5	39

### Resultados

Después de haber llevado a cabo la autoevaluación de las propuestas digitales para páginas interiores, se elige la que cumple con los requisitos establecidos en los códigos de diseño y que es capaz de adaptarse a las necesidades de la temática del proyecto, y a su vez transmitir el concepto primordial en el que dicho proyecto está basado. La elección de portada y contraportada se realiza mediante asesoría de profesionales del área.

Para la portada se eligió la propuesta número 1. Esta opción sintetiza de una manera muy simple el contenido del material. El uso de color, el patrón creado para el fondo y la anomalía aplicada al diseño de esta portada permiten que sea atractiva, que esté acorde al grupo objetivo y que pueda transmitir el concepto del proyecto.

Para el diseño final de las páginas interiores se eligió la propuesta número 2. Se aplicó diagramación a 2 columnas, y se utilizaron sólidos de color amarillo para definir la jerarquía visual de los elementos de la composición y para generar zonas de alto contraste dentro de la página, lo cual hará que el contenido sea más llamativo. El utilizar sólidos de color en posiciones no definidas por un patrón, sino adecuados al contenido que se quiere realzar, permitirá que la diagramación sea mucho más versátil y dará mayor énfasis a las partes más relevantes del contenido. También se utiliza el recurso del color como diferenciador y complemento en gráficas y ejemplos. La numeración de la página se colocó en la parte inferior de la página, al centro de la misma, ya que refuerza la simetría y funciona como un punto de equilibrio al tener un fondo de color. A sus costados se colocaron el nombre del manual y el nombre del tema respectivamente.

## 6.2 Nivel Dos de Visualización

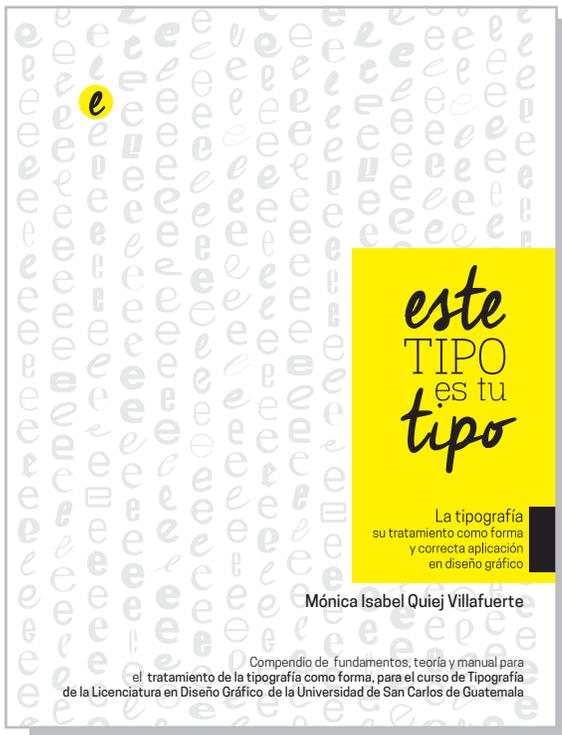
### Descripción de la propuesta

Al haber obtenido los resultados de la autoevaluación se procede a ejecutar la segunda fase de visualización, en la cual se realiza la serie de bocetos para layout basados en la propuesta elegida y la cual cumple con los requisitos necesarios para ser aplicada en el proyecto. Esta parte es realizada bajo la asesoría de profesionales quienes aportaron de sus conocimientos para implementar mejoras en el contenido y en la propuesta gráfica.

#### 6.2.1

#### Descripción de bocetos

A continuación se presentan la portada y contraportada, portadas interiores y parte de las páginas interiores del manual. Las muestras aquí presentadas fueron presentadas a profesionales del diseño y expertos en el tema, quienes después de revisarlo completaron una encuesta con la cual se evaluó la pertinencia de los elementos gráficos, uso de color, diseño, diagramación y contenido.



## Portada

Los conceptos en los que se basa el diseño de la portada son la repetición y el contraste de color. El fondo blanco funciona como base para una serie de repeticiones de la misma letra en diferentes estilos. Dichas repeticiones se trabajan en color gris tenue, para que el patrón sea visible pero que no sea pesado a la vista. Dentro del patrón, en la parte superior izquierda, se coloca una letra en color negro con fondo amarillo, esto con la finalidad de crear una anomalía y que funcione como foco de atención, haciendo alusión al hecho de elegir un tipo. En la parte inferior derecha se coloca el título del manual utilizando una combinación de 2 tipos de letra en color negro con fondo amarillo. Este bloque genera equilibrio en la composición final y la hace más atractiva.



## Portada interior

Se aplica la línea de diseño desarrollada en la portada con una variación en su estructura. La página se divide en 2 partes, la superior con un bloque de color amarillo y la inferior con un bloque blanco. Dentro del bloque amarillo se coloca una repetición, esta vez corresponde al número del capítulo a desarrollar. Como anomalía se coloca el número del capítulo en color negro, nuevamente como foco de atención. El número del capítulo se repite sobre un recuadro negro que se encuentra entre el bloque amarillo y blanco, realizándolo y dando énfasis nuevamente al mismo. Al costado derecho de este se coloca el nombre del capítulo y en la parte inferior derecha el listado de temas. La composición y uso de color en los elementos de la página hacen que el diseño final sea sencillo y agradable a la vista.

## Página interior / introducción del tema

Como primera página de cada tema se aplica nuevamente el principio de la repetición, en este caso utilizando el título del tema. En cuanto al uso de color, se utiliza a manera inversa a la portada interior, con una banda superior en color negro y la repetición de letras en una escala de gris. El titular se coloca en color Amarillo dentro de la banda. El texto se diagrama a una sola columna orientada al lado derecho de la página, buscando que el espacio en blanco genere equilibrio y de énfasis al texto. El número de capítulo se coloca al centro de la página en la parte inferior. En algunas de las páginas principales de cada tema se colocarán gráficos ejemplificando el contenido cuando el espacio lo permita o el desarrollo del tema lo amerite.



## Páginas Interiores

Acorde a los resultados de la autoevaluación se trabajó con la propuesta elegida con anterioridad, realizando las mejoras pertinentes y creando variaciones en el layout para evitar que la estructura sea repetitiva, y además, para resaltar en cada tema los elementos más relevantes en la página mediante el uso de color y adecuación de texto.

Se mantiene la diagramación a dos columnas, el fondo blanco sigue siendo predominante y el color amarillo es utilizado para volcar la atención hacia puntos bien definidos en cada página. La proporción en la cual los bloques de color amarillo serán utilizados dependerá del contenido de cada página, habiendo también páginas de fondo totalmente blanco para crear equilibrio y evitar la saturación visual.

El número y pies de página se mantienen al centro en la parte inferior de la página, siendo un rectángulo amarillo la base del número de página. Tal como se planteó en la propuesta original, esta pieza servirá como punto de equilibrio para la composición.

Los gráficos e imágenes se colocan en la página obedeciendo a la estructura de 2 columnas en la mayoría de los casos, y llenando el ancho de la página en las ocasiones en las cuales la dimensión de la gráfica lo amerite. Las gráficas se trabajan siempre en color negro y las fotografías e imágenes en escala de grises, exceptuando las páginas que corresponden al tema de "Color en la tipografía", ya que en este apartado es absolutamente necesario el trabajo con color.

-	EFHILT	fijlt
/	MNK	k
/	VWX	vwxy
/-	ZA	z
)	BDGJPRU	abdghmnpqr
)-	COQS	ceos

La estructura de cada letra está compuesta por la combinación de una serie de trazos verticales, horizontales, inclinados y curvilineos.

#### Variaciones en la forma de las letras:

Aunque el alfabeto se utiliza en innumerables estilos distintos, todos ellos son variaciones de las formas básicas de las letras. Las variaciones más comunes son de **caja, estilo, inclinación, peso y anchura**.

**Caja:** Existen dos versiones, la caja alta (mayúsculas) y caja baja (minúsculas). Tienen formas diferentes pero su significado es idéntico. Las mayúsculas mantienen la misma altura, mientras que las minúsculas tienen rasgos ascendentes y descendentes.

**Estilo:** En cuanto estilo, los tipos se dividen en dos categorías generales. Con remates (serif) y sin remates (sans serif). Estos elementos aportan carácter visual y pueden potenciar la legibilidad de un texto corrido.

**Inclinación:** La inclinación se refiere al ángulo del trazo del tipo.

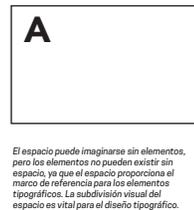
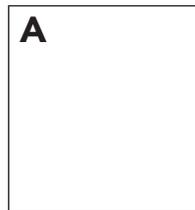
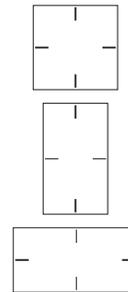
**Peso:** Se refiere al grosor de los trazos en relación a su altura.

**Anchura:** la anchura describe la proporción de la letra en relación a su altura.

Este tipo es tu tipo **11** La forma de las letras

El espacio tiene dos características fundamentales: Tamaño y proporción. El espacio rectangular y el espacio cuadrado están formados por dos líneas horizontales y dos verticales que determinan su tamaño y proporción. Un cuadrado, debido a que las líneas que lo delimitan son iguales, es visualmente neutral. Un espacio rectangular tiene fuerzas visuales específicas. El espacio horizontal es pasivo, y el espacio vertical activo. En la mayoría de los casos, el tamaño y la proporción del espacio se determinan al principio del proyecto y no se cambian a partir de ese momento, a diferencia de las cualidades de los elementos que interactuarán dentro de él.

Los espacios cuadrados, horizontales y verticales tienen cualidades visuales especiales que pueden utilizarse para reforzar el significado de una composición tipográfica. Un cuadrado es visualmente estable, el espacio vertical y el horizontal sugieren expansión.



El espacio puede imaginarse sin elementos, pero los elementos no pueden existir sin espacio, ya que el espacio proporciona el marco de referencia para los elementos tipográficos. La subdivisión visual del espacio es vital para el diseño tipográfico.

Este tipo es tu tipo **14** El espacio

Los espacios entre letras, palabras y líneas son vitales para el diseño tipográfico. Mediante la manipulación del espacio que queda entre los elementos tipográficos el diseñador determina la calidad visual de una composición. El espacio entre letras, palabras y líneas contribuyen a la claridad y legibilidad de un texto. Pequeñas diferencias en el espacio pueden volver un texto fácil o difícil de leer.

A O  
V N  
VANO  
N  
VA O

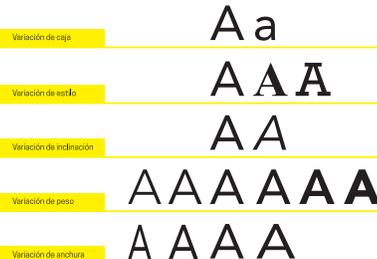
El espacio entre letras puede potenciar o destruir la calidad estética o la legibilidad de un texto. Cuando los espacios entre letras son demasiado estrechos la tipografía parece desigual, cuando el espacio es demasiado abierto las letras parecen espaciadas y el texto fragmentado. En ambos casos el texto resulta incómodo y cansado de leer. El correcto espaciado entre letras es cuestión de equilibrio. Depende del tipo y el cuerpo escogidos, y del resultado visual al que el diseñador pretende llegar.

Tanto para los tipos con remates como para los palo seco, el espacio óptimo entre letras viene determinado por las contraformas de las letras de caja baja. Las tipografías con contraformas pequeñas necesitan menos espacio entre letras que las tipografías con contraformas grandes.

Jugando con el espaciado, el tamaño y la colocación de las letras sobre el papel se puede expresar el significado de una palabra o idea. Algunas elecciones sencillas en cuanto al tipo, cuerpo, grosor y posición en el espacio pueden reforzar la representación de los conceptos, los objetos y las acciones que las palabras describen (Kunz, 2003, pag.26).

Espacio entre letras  
Espacio entre letras  
Espacio entre letras  
Espacio entre letras  
Espacio entre letras

Este tipo es tu tipo **15** El espacio



Las variaciones en la forma de una letra están subordinadas a su estructura básica.

#### Ejercicio: La forma de las letras

Utilice periódico o revistas para realizar la búsqueda de juegos de letras que le permitan ejemplificar las variaciones de forma anteriormente expuestas.

Utilice un formato blanco tamaño carta para organizarlos e identificarlos.

¿Qué tipos de variación en la forma de las letras son los que más utiliza en los textos que incorpora a sus composiciones gráficas?



Este tipo es tu tipo **12** La forma de las letras

### Contraste de forma

La forma de las letras varía en su estructura, anchura, inclinación y estilo. Todas estas variaciones son fundamentales para el diseño tipográfico. Cada palabra cuenta con una serie de letras y cada una de ellas tiene una estructura diferente. Los contrastes entre las estructuras vuelven única cada palabra.

**Estructura:** El contraste entre las letras mayúsculas (caja alta) minúsculas (caja baja) es importante para la legibilidad de un texto. El contraste entre los trazos ascendentes y descendentes de las letras minúsculas hacen que los textos sean visualmente más atractivos que los textos en mayúsculas.

**Anchura:** Debido a la limitación de anchura, son muy pocos tipos los que permiten un contraste de anchura efectivo.

**Inclinación:** El contraste entre un tipo redondo formado por trazos verticales y un tipo cursivo con sus trazos en ángulo suele ser muy efectivo. Este suele utilizarse para dar énfasis.

**Estilo:** Las características de un tipo se remarcan cuando se unen a un tipo con el que contrasta. Cuando se utilizan dos tipos para hacer contraste, sus formas deben ser claramente distintas.

LA ON SV  
ax ez wb  
lo ye si

Ax Mj Tp  
Dz yf Rq

AA AA AA

AA aa AA

EE E& EE

### Contraste de peso

La efectividad de la tipografía depende del contraste entre sus colores visuales, que van desde lo claro a lo oscuro, y que se crean mediante el peso de la tipografía sobre un fondo determinado. Si el contraste se unifica con la finalidad de hacer énfasis, las diferencias de peso deben ser claras. Si los valores de peso son demasiado parecidos la aplicación carece de efectividad. La textura visual de la página se logra gracias al contraste entre valores diferentes.

AA AA AA

AA AA AA

Este tipo es tu tipo **23** El contraste

El negro, entonces, crea para el ojo toda la gama de grises. El negro consume el blanco, existen tantos grados de relieve en profundidad como tonalidades de gris posibles.

De esta manera, valor de gris y profundidad son dos resultados ópticos y formales inevitables en cualquier mancha textual, y deben tenerse en cuenta en todo trabajo tipográfico. Aun si trabajamos con una única familia, son numerosas las variables que se deben controlar y que, con un mínimo cambio en alguna de ellas, el color tipográfico evidentemente será modificado.

Tanto el peso visual de la fuente, como su cuerpo, el espacio entre letras y entre líneas producen estas alteraciones.

Una acertada decisión de grises, dependiendo de las jerarquías textuales con las que deseamos trabajar, nos asegurará fuerza formal y dinamismo en nuestra propuesta tipográfica (Kern, 2012, pag 80)

N30%

El color tipográfico es una ilusión óptica creada por las proporciones y las formas de las letras y que nos da la sensación de distintas tonalidades aunque sean de un mismo color.

N50%

El color tipográfico es una ilusión óptica creada por las proporciones y las formas de las letras que nos da la sensación de distintas tonalidades aunque sean de un mismo color. Aun si tenemos palabras del mismo color, pueden poseer un tono distinto.

N75%

El color tipográfico es una ilusión óptica creada por las proporciones y las formas de las letras y que nos da la sensación de distintas tonalidades aunque sean de un mismo color. Aun si tenemos palabras del mismo color, pueden poseer un tono distinto.

N100%

El color tipográfico es una ilusión óptica creada por las proporciones y las formas de las letras y que nos da la sensación de distintas tonalidades aunque sean de un mismo color. Aun si tenemos palabras del mismo color, pueden poseer un tono distinto.

Las variables en la apariencia de una misma familia tipográfica modifican el color tipográfico.

### Mancha

Una mancha tipográfica es un párrafo o bloque de texto con un color o tonalidad de gris definido. Debe tener un mínimo de ruido y un máximo de claridad y estabilidad para poder comunicar el contenido. La mancha tipográfica a distancia es captada como bloques de diversas formas, los cuales presentan distintos valores de grises y negros. Al definir las características del texto que trabajamos le damos una tonalidad (color) la cual hará que la composición se coherencia o aclare. El ver el texto como una mancha gris nos permite tener una idea más firme de los espacios.



La mancha tipográfica  
**LA MANCHA**  
La mancha tipográfica

Este tipo es tu tipo **30** Color, mancha y textura tipográfica

Las jerarquías en una composición tipográfica pueden llevarse a cabo mediante la toma de decisiones de diseño respecto a los siguientes aspectos:

- Elección tipográfica
- Variables tipográficas
- Tamaños tipográficos
- Alineación
- Color
- Contraste

El orden de lectura secuencial en una pieza de diseño es definitivo al momento de definir la jerarquía tipográfica. El trabajo concierne sobre la secuencia de lectura debe tener como finalidad lograr un mayor compromiso del receptor con la pieza gráfica.

La jerarquía tipográfica crea contraste entre los elementos. Esto se logra a través de la utilización de los tipos de letra, tamaño, peso, letras mayúsculas y minúsculas, negrita o cursiva, orientación y color. Las combinaciones de estas herramientas de diseño se utilizan para crear tipografías en capas distintas.

### Niveles de jerarquización de textos

#### El fallido Y2K

Hace varios años, tanto las empresas como el Estado recurrieron medidas preventivas para evitar un error informático por un detalle técnico que nunca pudo causar problemas de equipos, nada de esto sucedió.

Después de años pacíficos, en febrero de 2000 se dio a conocer que el sistema de computación de los Estados Unidos no podía manejar los números de seis dígitos, los problemas técnicos se solucionaron con un costo de 100 millones de dólares el 31 de diciembre de 1999 o simplemente el 31 de diciembre de 1999 o simplemente el 31 de diciembre de 1999 o simplemente el 31 de enero de 2000.

Este error se solucionó mediante el uso de sistemas de respaldo, tanto las personas y empresas como los sistemas de computación de emergencia y sistemas para restaurar los datos del año 2000.

- 1. NIVEL PRIMARIO
- 2. NIVEL SECUNDARIO
- 3. NIVEL TERCIARIO

Este tipo es tu tipo **45** Jerarquías Tipográficas

Los contenidos complejos necesitan una jerarquía de muchos niveles. Podemos verlo en las revistas y ediciones periódicas, en las cuales se aplicó un formato tipográfico. Si existe una jerarquía bien definida, hay más probabilidades de que el usuario la respete de forma coherente. En los sitios web, la jerarquía contribuye a que estos sean accesibles para los usuarios.

Para el diseñador gráfico es habitual trabajar con grandes cantidades de texto. Los principios de jerarquía permiten que el texto sea fácil de asimilar y fácil de leer. Aplicadas efectivamente, las técnicas para aplicar jerarquía a los textos no solo harán que el diseño sea atractivo, sino también que sea más fácil de interpretar (Staff Digital, 2014).



Diseño de jerarquía tipográfica por Bright Pink para Smashing Magazine. Año 2013.



Diseño de periódico para Vigilant Media por Naorem. Año 2011.



Diseño de publicación por Jennifer DienFuegos, estudiante del Fashion Institute Design & Merchandising. Año 2014.



Diseño de portada agencia de publicidad SOUP. Año 2015.

1. El orden de lectura secuencial en una pieza de diseño es definitivo al momento de definir la jerarquía tipográfica. 2. Los principios de jerarquía permiten la organización efectiva de grandes cantidades de texto. 3. Las revistas y publicaciones periódicas reflejan la aplicación de un formato tipográfico basado en la jerarquización de contenidos. 4. En los sitios web, la jerarquía contribuye a que estos sean accesibles para los usuarios.

Este tipo es tu tipo **47** Jerarquías Tipográficas

La personalidad tiene diferentes sentidos.

**Sentido estético:** La tipografía como elemento de diseño. El estilo, tamaño, alineación, peso, etc. Todos estos elementos causan un impacto psicológico, transmitiendo al receptor la personalidad detrás del texto.

**Sentido funcional:** Si es clara y fácil de leer, o si buscando mayor impacto y atención del receptor, es un tipo de mayor grado de complejidad.

### Cómo nos afectan las tipografías

Cada tipografía provoca una emoción, comparte historias e influencia en el comportamiento del ser humano. Todas las fuentes tienen unos rasgos morfológicos y un diseño identificativo que permite clasificarlas en diferentes familias, por eso cada una de ellas transmite unas sensaciones y unos conceptos e ideas determinados.

**Romanas:** Generan sensación de clasicismo, formalidad, tradición, religiosidad, delicadeza y refinamiento.

**Egipcias:** Transmiten fuerza, hacen referencia a industria, contundencia y precisión.

**Sin serif:** Transmiten modernidad, fuerza, dinamismo, potencia y actualidad.

**Misceláneas:** Son fuentes muy variadas y con mucha personalidad. Por ejemplo, las caligráficas denotan elegancia, refinamiento, fragilidad y delicadeza. Las script reflejan espontaneidad, juventud y rebeldía. Las góticas hacen referencia a antigüedad, crueldad y oscuridad.

### LEGADO DE SIGLOS

Tostadería de Familia

Bodoni Sixty Two ITC TT

-Estilo moderno-

### GRAN TORO

Variedad en Asados

Rockwell Extra Bold

-Egipcia-

### EL OJO URBANO

Noticias cerca de ti

Kepp Calm Medium

-Sans Serif Humanística-

### ¡DÍAS DE LUZ!

Educación Pre escolar

Chalkboard

-Decorativa-

*Espléndida*

Darleston

-Caligráfica-

Este tipo es tu tipo

58

Personalidad tipográfica

Veamos lo anterior explicado de una manera más comprensiva. A continuación realizaremos un análisis tipográfico tomando en cuenta la personalidad de varias tipografías. Eso nos ayudará a saber qué tipografía podemos utilizar según sea la necesidad de comunicación.



Con este tipo imaginamos a un hombre maduro, profesional retirado quizás, muy culto y con un gran gusto por la lectura.

Book Antique - Romano de transición



Con este tipo de letra imaginamos a una niña de 10 años. Alegre, activa, muy espontánea y juguetona.

Mandingo - Decorativa



Este tipo nos refiere a un hombre regordete, joven adulto que aún no es del todo maduro. Simpático, siempre rodeado de amigos.

Cooper Black - Egipcia



Este tipo nos hace imaginar a una mujer adulta, elegante, formal, delicada y muy refinada.

Bodoni Sixty Two - Romano Moderno



Con este tipo imaginamos a una joven estudiosa, a la que le gusta estar actualizada. Muy seria, pero gentil y accesible.

Avenir - Sans Serif Geométrica

Este tipo es tu tipo

59

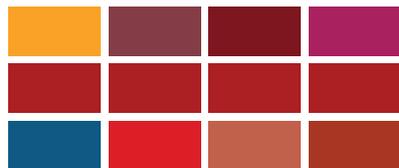
Personalidad tipográfica

El diseñador enfrenta un reto al diseñar con tipografía y color, ya que al unir las fuerzas de esos dos elementos, las probabilidades de error suelen aumentar, aunque también los atributos expresivos del tipo pueden potenciarse en gran medida. Alcanzar el equilibrio entre color y tipografía es esencial para el diseño.

### Aspectos formales del color:

Cada color es definido por 4 cualidades esenciales: Tono, saturación, valor y temperatura. Tono se refiere a la identidad esencial del color: rojo, amarillo, naranja. La saturación se refiere a la intensidad del color. Un color saturado es muy intenso y vibrante. Los colores opacos son desaturados. El valor del color es el aspecto que se relaciona de manera más cercana al color tipográfico - Es claridad u oscuridad. El amarillo se percibe como un color claro y mientras el violeta se percibe como uno oscuro.

La percepción de estas características del color es relativa, cambia cuando diferentes colores entran en contacto. La percepción de la saturación es la más absoluta. Un color es visto ya sea como azul o verde. Sin embargo, si dos azules similares son colocados uno a la par del otro, uno puede ser percibido con mayor carga de rojo en él y otro con mayor carga de verde. Este cambio de percepción solo sucede cuando 2 colores se colocan lo suficientemente cerca como para ser comparados. El valor del color, la temperatura y saturación también parecen cambiar cuando se traen a contexto con otro color. Un azul puede parecer más oscuro contra un elemento de color blanco pero puede parecer más claro contra un elemento de color negro. Un rojo puede parecer más cálido contra un violeta pero más frío contra un amarillo naranja. Colores que son similares en su valor mejoran su intensidad entre sí, pero su diferencia óptica se vuelve menos distintiva.



Tono	Saturación	Valor	Temperatura
La identidad de un color	Intensidad de un color	Oscuridad o claridad de un color	Cálidez o frialdad de un color
Amarillo	Menos saturado	Valor más oscuro	Más frío (fucsia al azul)
ROJO - Color en comparación	Rojo	Rojo	Rojo
Azul	Más saturado	Valor más claro	Más cálido (fucsia al amarillo)

Este tipo es tu tipo

65

Color en la tipografía

### Lettering

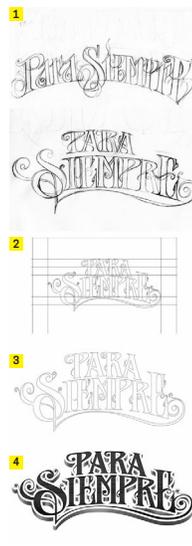
Cuando la caligrafía va más allá, y en vez de escribir, se quiere dibujar, pasamos a lo que sería el lettering. El lettering es el arte de dibujar palabras. Por lo que el texto pasa a segundo plano y se busca crear una imagen, y en este caso no se escribe, sino se dibuja.

El lettering consiste en la creación de tipos originales basados en los trazos a mano. La creación de letras a mano permite a los artistas gráficos integrar imagen y texto, es decir, mezclar el diseño gráfico y la ilustración de forma natural. El lettering puede imitar tipos ya existentes o desarrollarse a partir del estilo de dibujo y escritura del propio artista. El diseñador puede crearlo a mano o de forma digital, aunque frecuentemente combinan ambas técnicas. (Lupton, 2014, pág.64)

El lettering tiene menos restricciones que la caligrafía, es libre de la herramienta y el estilo. Además, este funciona como una composición independiente de un alfabeto completo.

1. Dibujos a mano alzados de ideas preliminares para la frase a elaborar. El bocetaje a lápiz permite definir estructura, detalles y proporción de las letras previo a su digitalización.
2. Después de haber definido la frase final, esta se digitaliza para ser llevada a un programa de edición vectorial, donde esta se dibuja utilizando herramientas como el lápiz y la pluma. El uso de guías permite guardar la proporción deseada.
3. Frase finalizada y perfeccionada.
4. Edición del lettering para aplicación de color, textura y efectos para obtener el resultado final.

Trabajo de lettering para promoción del lanzamiento del nuevo disco de Bacteria Soundsystem Crew. Diseño por Wopet Garcia para Colectivo Guategraf, año 2016.



Este tipo es tu tipo

84

Caligrafía y lettering

### 6.2.2

## Validación de la propuesta

Para poder llevar a cabo la validación de esta fase se utilizó como instrumento una encuesta\*; la misma fue respondida por expertos en el tema y diseñadores gráficos, quienes después de haber sido expuestos al material dieron sus impresiones en relación a aspectos como diseño, diagramación, calidad de la información contenida, entre otros. La encuesta consta de 9 preguntas de opción múltiple y un apartado final en el cual es posible dejar una opinión a nivel personal en relación al material. Por medio de los resultados\* se tendrá la oportunidad de realizar las mejoras requeridas para que tanto el diseño como la función del material cumplan con los objetivos propuestos.

### 6.2.3

## Resultados de la validación

### **USO DE COLOR**

El 100% de los expertos y diseñadores encuestados concuerdan en que el color aplicado al diseño de página es agradable y atractivo, por lo cual el mismo se mantiene para el desarrollo del material.

### **TIPO DE LETRA**

El 100% considera que la tipografía utilizada es ideal para el material, ya que es apropiada para el tema que se expone y completamente legible, lo cual es definitorio por la extensión del contenido que se maneja.

### **TAMAÑO DE TIPO**

El 100% cree que el tamaño de tipo utilizado es ideal para el contenido.

### **GRAFICOS DE APOYO**

El 100% de los encuestados considera que las gráficas que acompañan al contenido textual son claras y fáciles de comprender y asociar con el texto.

### **DESARROLLO DE TEMAS**

El 100% concuerda en que la forma en que los temas se desarrollan es clara y comprensible.

\* Ver anexo 1

\* Ver anexo 2

## **CONTENIDO POR TEMA**

El 90% considera que la cantidad de información manejada por tema es adecuada, ya que tiene la extensión necesaria para ser comprendido y retenido. 10% piensa que el contenido es muy extenso, lo cual se toma en cuenta para evaluar los temas que presentan mayor cantidad de texto.

## **CALIDAD DEL CONTENIDO**

El 100% de los encuestados cree que el contenido es útil e interesante, lo cual es clave para el uso que se le dará al material.

## **LAYOUT**

El 100% considera que hay un equilibrio entre los elementos de la página, y que tanto el diseño, diagramación y organización de elementos funcionan en conjunto creando un layout agradable y ordenado.

## **EJERCICIOS PRÁCTICOS**

El 100% de los encuestados cree que los ejercicios propuestos para cada tema son útiles y provechosos.

Entre los comentarios realizados se pueden mencionar los siguientes:

“Me pareció un tema muy útil, la implementación una diagramación ordenada y la aplicación de color hace que su lectura sea agradable. Excelente trabajo”.

“Me parece que es un documento muy interesante y útil para las artes gráficas, con información clara y presentación atractiva”.

“Me parece un material muy bien ejecutado, desde el diseño hasta el contenido son ideales. Considero que es atractivo y fácil de entender. La lectura es agradable”.

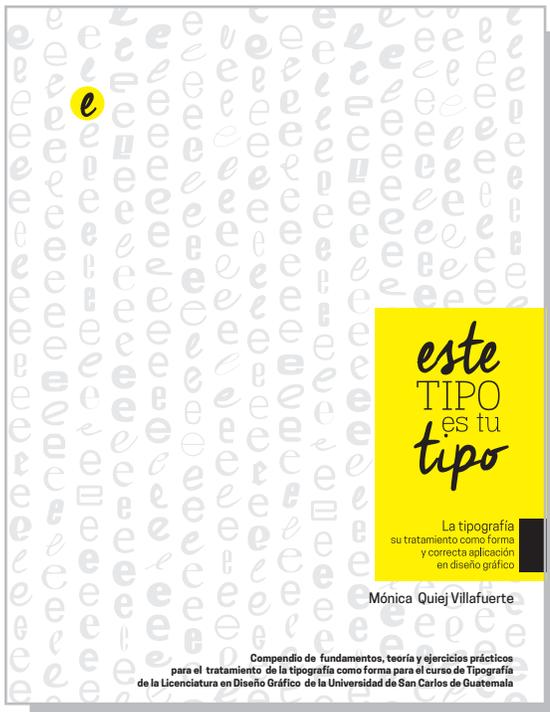
Los resultados de esta primera validación se toman en consideración para la implementación de mejoras al material, las cuales se efectúan previo al siguiente nivel de visualización que es la validación con el grupo objetivo.

## 6.3 Nivel Tres de Visualización

### Descripción de la propuesta

A continuación se presenta el tercer de visualización, en el cual la propuesta final impresa es sometida a validación por parte del grupo objetivo. La propuesta a validar ha pasado por el filtro de la validación de expertos y diseñadores, cuyos resultados son tomados en cuenta para la implementación de mejoras en el material. En este nivel se busca que la propuesta sea evaluada de una manera profunda y completa por parte del grupo objetivo, con la finalidad de verificar si este es aceptado y si el contenido es asimilado de forma positiva por ellos.

Se procede a evaluar el diseño y diagramación de la propuesta final en base a la opinión de los expertos encuestados. La apreciación del material en el proceso de validación al que fue sometido con anterioridad fue muy positiva, por lo cual los cambios que se realizan son mínimos, todos con el fin de perfeccionar la propuesta en el mayor grado posible y con ello potenciar aún más el impacto que esta tendrá en el grupo objetivo.



### Portada

Se reduce la dimensión del titular y del fondo del mismo, con el fin de dar más respiro a los elementos y dar mucho más énfasis a la anomalía creada con el uso de color en el patrón de fondo.



### Contra portada

Se utiliza nuevamente la repetición de elementos aplicada a la portada, cambiando la ubicación del titular hacia el centro de la página e incorporando la anomalía de color dentro de la composición tipográfica. Se colocan los logotipos institucionales en la parte inferior sobre un recuadro blanco para no alterar su visibilidad.



## Hoja de créditos

Siendo el material un libro didáctico, se decidió trabajar la hoja de créditos con un fondo totalmente blanco y diagramación hacia el lado izquierdo de la página. Se añaden los logotipos institucionales de las entidades involucradas.



## Hoja de contenido

Para el índice del documento se utilizó un layout con fondo predominantemente blanco. Se crea una anomalía en la esquina superior izquierda por medio de un bloque de color amarillo, sobre el cual se coloca el titular de la página. Para crear equilibrio, se coloca el listado de temas con su número de página en el costado derecho. El número de cada capítulo se presenta por medio de un contraste tipográfico, creando énfasis en el mismo. El color amarillo se utiliza como fondo del número de cada capítulo, con la finalidad de realzarlo y así sea más fácil ubicarlo.

## Índice

<b>Introducción y objetivos</b>	<b>07</b>
<b>Capítulo</b>	
<i>uno</i> LA TIPOGRAFÍA Y SU FORMA	<b>09</b>
La forma de las letras	10
El espacio	13
La estructura	17
La secuencia	20
El contraste	22
Forma y contraforma	26
Color, mancha y textura	29
Psicología de la Gestalt	34
<b>Capítulo</b>	
<i>dos</i> LA TIPOGRAFÍA Y SU FUNCIÓN	<b>41</b>
Realce del texto	42
Jerarquías tipográficas	44
Refuerzos semánticos	49



La validación con el grupo objetivo es fundamental para conocer el grado de aceptación y comprensión del material.

## Instrumento de validación para el grupo objetivo

Para la realización de esta evaluación se utilizó como instrumento una encuesta\* con una serie de preguntas de opción múltiple. La encuesta se dirigió a estudiantes del curso de Tipografía de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, jornadas matutina y vespertina. La actividad se llevó a cabo con 40 estudiantes entre los 17 y 24 años de edad.

La finalidad de la encuesta fue obtener información en relación al grado de aceptación del material, el interés que genera en el estudiante y la comprensión del mismo.

Para que los resultados sean más objetivos, la validación fue dividida en dos fases: La primera, destinada a que el estudiante conociera el material y lo evaluara en función del atractivo visual, el fácil acceso a la lectura y el interés que le genera el contenido. La segunda parte se destinó a la realización de los ejercicios contenidos en el manual; los temas se trabajaron por grupos y después de que cada uno leyera el contenido se puso a prueba la comprensión del mismo mediante la realización del ejercicio. El resultado de esta parte fue definitivo para probar la utilidad del material.

La observación también fue clave en el proceso, ya que tanto la reacción ante el material impreso como ante la realización de los ejercicios permitió deducir el interés del estudiante y el grado de disposición hacia la asimilación de nuevos conocimientos.

### Resultados de la evaluación

A continuación se presentan los resultados\* obtenidos por medio de la encuesta realizada por el grupo objetivo y de la observación del proceso. Con esta información es posible definir si el material debe ser sometido a cambios previo a la realización de la propuesta final.

\* Ver anexo 3

\* Ver anexo 4

## **DIAGRAMACIÓN**

El 100% de los estudiantes encuestados ven agradable la diagramación y diseño de páginas aplicado al material. Creen que la diagramación es sencilla y que permite abordar la lectura con facilidad.

## **USO DE COLOR**

El 95% está de acuerdo con el color aplicado al diseño de página, pues lo creen atractivo y agradable. Esto permite confirmar que la elección de color es adecuada, ya que llama la atención del grupo objetivo y con ello permite que este se sienta motivado a explorar el material.

## **CALIDAD DEL CONTENIDO**

El 50% de los estudiantes cree que el material es interesante, y el otro 50% lo considera útil para su carrera, por lo cual se ve logrado el objetivo de la selección de tópicos abordados en el manual. Los estudiantes manifestaron gran interés en la lectura del contenido y lo creen relevante para el área en la cual se desarrollan.

## **COMPLEJIDAD DE LOS EJERCICIOS**

El 92% piensa que el nivel de complejidad de los ejercicios es intermedio. Esto pudo confirmarse mediante la actividad en la cual dichos ejercicios fueron llevados a la práctica, pues las dudas al respecto de los mismos fueron muy pocas y las soluciones que se generaron a través de ellos fueron interesantes y realizadas de forma correcta según lo que se solicitaba.

## **COMPRENSIÓN DEL CONTENIDO**

En relación al nivel de dificultad para comprender el contenido, la gran mayoría de los estudiantes consideran que la forma en la cual la información se expuso es ideal, comprendieron la temática y su aplicación. El 87% cree que los temas están expuestos de forma ideal, mientras el 10% cree que es muy sencillo de entender. Esto revela que la mayor parte del grupo encuestado está preparado para el tipo de lectura que se le presentó y pudo comprenderla de manera eficaz. .

## **INTERÉS GENERAL**

Dado que el material generado es extenso y requiere de tiempo para ser leído y aplicado, se preguntó a los estudiantes si estarían dispuestos a continuar con la lectura del mismo, a lo que el 100% respondió que sí. Con esto se ve logrado el objetivo primordial de la validación.

## OBSERVACIÓN

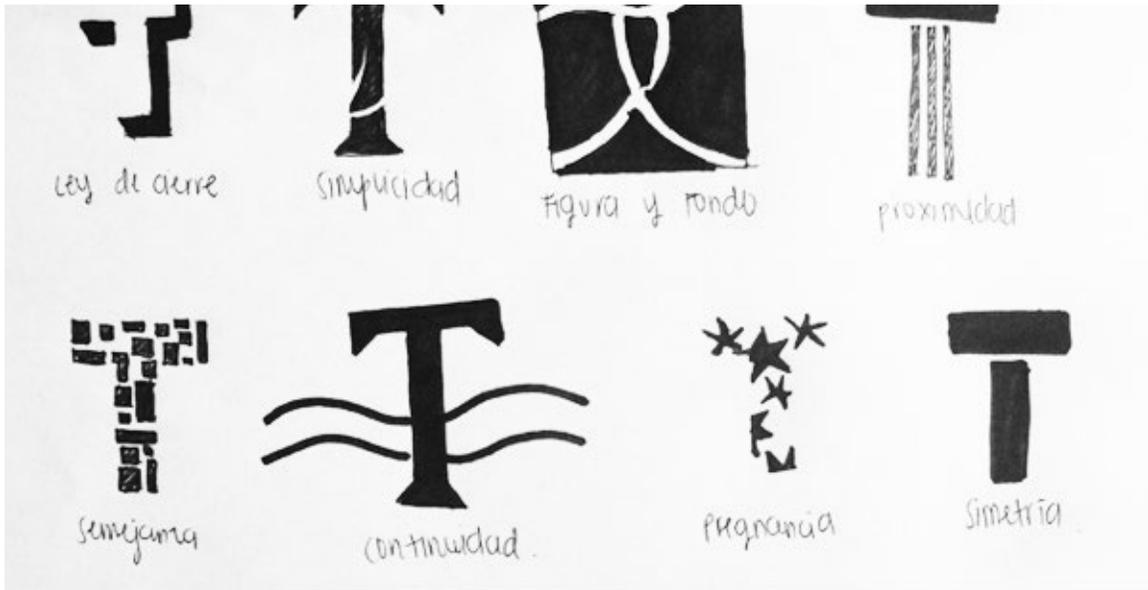
Se pudo constatar que el material generado tiene los elementos necesarios para llamar la atención del estudiante y para que se sienta atraído hacia la lectura. Después de leer el contenido al que fueron expuestos fueron capaces de aplicarlo de forma gráfica, lo cual quedó evidenciado mediante la realización de los ejercicios, que fueron correctamente implementados en su mayoría. Entre los comentarios de los estudiantes cabe resaltar que se sintieron a gusto con el contenido y con los ejemplos, ya que creen que será muy provechoso aplicarlo en sus procesos de creación gráfica.





*“Creo que todo es muy completo y que los ejercicios ayudarán bastante a los estudiantes a comprender la aplicación de la tipografía. El manual está perfecto y es una herramienta muy útil”.*

*Alumno participante en validación*



Muestra de ejercicios realizados durante el proceso de validación. Quijé, M. 2016.

## 6.4 Descripción y fundamentación de la Propuesta Gráfica

### Propuesta final

Al haber llevado a cabo el tercer nivel de visualización y siendo este evaluado con el grupo objetivo se procede a la realización de los cambios y mejoras pertinentes. A continuación se presenta la descripción del material y la fundamentación de la pieza gráfica. Acto seguido se muestra la propuesta final.

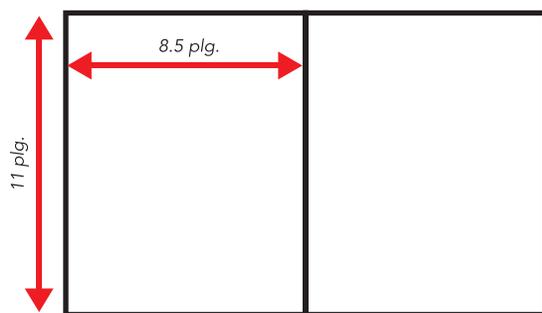
#### 6.4.1

##### Aspectos técnicos de la propuesta final

La pieza gráfica es un libro didáctico que contiene un compendio de temas relacionados al tratamiento de la tipografía, dirigido a los estudiantes del curso de Tipografía de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala. El libro fue elaborado bajo el concepto creativo "Este tipo es tu tipo", concepto que se refleja en la implementación de diseño y diagramación de material, y que se refuerza a medida que el grupo objetivo explora el contenido.

## **FORMATO**

Se mantiene el formato propuesto inicialmente, que corresponde a 8.5 pulgadas de ancho por 11 pulgadas de altura, ya que se confirma es el indicado al momento de la validación con el grupo objetivo. El formato favorece la lectura, presenta muchas facilidades para su reproducción y uso, permite la implementación de una diagramación simple y atractiva, además de prestarse a múltiples variaciones compositivas en relación al diseño aplicado al layout.



## **DISEÑO**

Para el diseño de página se aplican los principios de balance de simetría horizontal y balance de simetría vertical, en donde los elementos dentro de cada página logran reforzar la sensación de equilibrio. Texto, gráficos y color funcionan en conjunto generando un diseño de página armonioso y estable.

## **DIAGRAMACIÓN**

Se opta por utilizar una retícula regida por columnas ya que permite una mejor organización del contenido y facilita la lectura. La diagramación en columnas se verá apoyada por el uso de color para la división visual de los contenidos y para la creación de énfasis en sectores determinados. La organización del contenido en las páginas varía dependiendo de factores como la cantidad de texto por tema y las gráficas de apoyo, por lo cual se realizaron varias versiones de diseño de página, siempre obedeciendo a una retícula base de 2 columnas.

## **IMPRESIÓN**

Impresión Offset, a 2 tintas con insertos full color, tiraje de 500 ejemplares.

## **PAPEL Y GRAMAJE**

Pasta en opalina de 225 gramos con barniz UV mate. Páginas interiores en papel couché de 90 gramos.

## **COLOR**

Los colores utilizados obedecen a la propuesta de códigos cromáticos original. Se utiliza un contraste entre negro y amarillo, combinación que genera atención por excelencia, es atractiva y contemporánea, lo cual es clave para lograr el interés del grupo objetivo. Se decide utilizarlos completamente saturados en las páginas interiores y utilizando matices en portada general y portadas interiores. El uso de ambos colores contribuye a reforzar el equilibrio visual en el layout, por lo cual la producción gráfica gira en torno a ellos.



## **TIPOGRAFÍA PARA TÍTULOS**

Se mantuvo la propuesta original en relación a las tipografías a utilizar, siendo la elegida para los titulares la tipografía Dusseldorf. Es un tipo contemporáneo con remates, que crea un contraste atractivo en relación al tipo utilizado en el contenido general.

Dusseldorf  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !" \$%&/( )=?

## TIPOGRAFÍA PARA TEXTOS

Se utilizó la tipografía Cooper Hewitt, un estilo sin remates, contemporáneo de tipo neo gótico. Es un tipo adecuado para la lectura, moderno y aporta mucha estética al contenido. Su estilo es formal pero no anticuado, lo cual es un factor favorable para el contenido del material.

Cooper Hewitt  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !" \$%&'/( )=?

## TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

La tipografía Cheddar Jack fue elegida para utilizar en portada y portadas interiores ya que crea un contraste agradable con la tipografía de los titulares, aporta movimiento y es parte de la anomalía utilizada para contrarrestar la formalidad de la diagramación.

*Cheddar Jack*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*1234567890 !" \$%&'/( )=?*

## CONTENIDO

La cantidad de contenido por tema se mantuvo acorde a la propuesta original. Dado que el material es netamente didáctico, es necesario que cada tema cuente con la extensión necesaria para que pueda quedar claro al momento de leerlo y para su posterior aplicación. El contenido fue sintetizado al máximo posible, por lo cual la mayor parte de los temas abarcan 2 a 3 páginas incluyendo gráficos. Esto hace que la lectura no abarque mucho tiempo y no se pierda el interés en el contenido.

## **GRÁFICOS DE APOYO**

Los gráficos utilizados para ejemplificar los temas no sufrieron ningún cambio. Por medio de la validación se comprobó que fueron efectivos para reforzar los temas y complementar la información expuesta.

Los ejemplos gráficos están basados totalmente en los colores amarillo y negro para no romper con la estructura cromática del diseño de página y mantener la simplicidad en el layout. Esto permite que cada página sea un todo agradable a la vista.

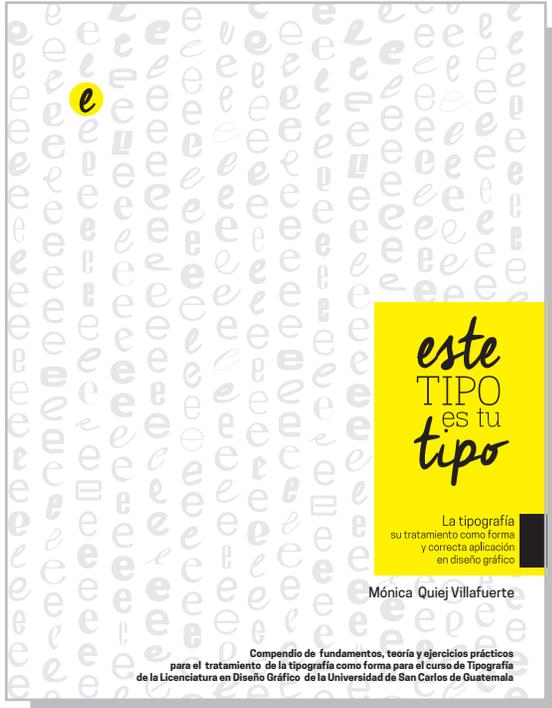
## **EJERCICIOS**

Los ejercicios fueron recibidos de manera muy positiva por los estudiantes. El nivel de dificultad en su planteamiento fue el ideal para las capacidades con las que cuenta el grupo objetivo, y también les permite explotar sus facultades creadoras en el proceso de desarrollo de cada uno de ellos. Los ejercicios son parte clave del material desarrollado, ya que afirma la comprensión del contenido y permite al estudiante ubicar el tema en un contexto real.

Los ejercicios permiten además que el grupo objetivo ponga en práctica las destrezas adquiridas en su período actual de estudios y entienda cómo dichas destrezas pueden ligarse con los temas tratados en el manual, convirtiendo el resultado en una práctica integral.

## 6.4.2

### Fundamentación de la propuesta final



#### Portada

Se mantuvo el diseño original en su totalidad, manteniendo íntegros todos sus elementos, los cuales fueron del agrado tanto de expertos como del grupo objetivo.

#### Contraportada

Esta tampoco es sujeta a cambios por lo cual se presenta el diseño original con los logotipos institucionales.





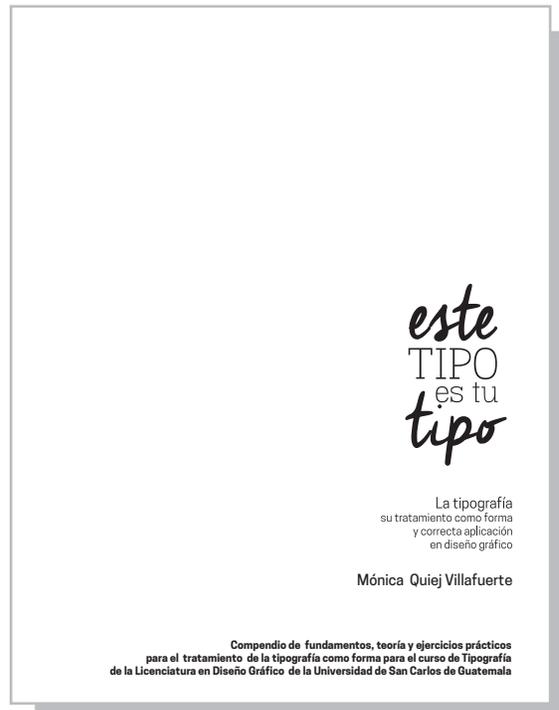
## Hoja de créditos

Se manejó de una manera simple y neutral. La página blanca con texto negro alineado a la izquierda permite que el paso de la portada al primer capítulo sea un descanso visual. Se utiliza la misma tipografía aplicada a los textos generales del material y se incorporan los logotipos institucionales.



## Portadilla principal

Se utiliza el arreglo tipográfico principal de la portada en color negro sobre fondo blanco. Al igual que este elemento, los textos de la portada se incorporan en la misma posición y escala que la portada. El objetivo de abstraer los textos y colocarlos sobre un fondo blanco es que la legibilidad de los mismos sea absoluta y que tanto el nombre del material como del autor puedan ser presentados de forma directa.



## Introducción y objetivos

El buen uso de la tipografía tiene un gran impacto en el diseño gráfico.

La tipografía es la forma visual del lenguaje hablado, pero para un diseñador gráfico, el uso de la misma no se limita a esa función, sino que hemos aprendido a ver la tipografía como un elemento clave en el desarrollo del diseño, capaz de agregar valor, de ser un mecanismo para la correcta transmisión de mensajes gráficos y elemento primordial para despertar emociones y reacciones en el receptor de dichos mensajes.

**Los objetivos de la realización del presente material son los siguientes:**

Que el estudiante sea capaz de ver y tratar la tipografía como elemento unitario.

Que el estudiante conozca como la tipografía, sus características y su relación con el espacio pueden generar infinidad de modelos para la transmisión de mensajes gráficos.

Que el estudiante comprenda la importancia que tiene el uso adecuado de la tipografía dentro de un texto.

Que el estudiante, después de conocer las posibilidades de expresión basadas en tratamientos tipográficos, se sienta inspirado a crear utilizando su imaginación enfocada al trabajo con tipografía.

Este tipo es tu tipo

7

Introducción y objetivos

## Página introductoria

Para la introducción del material se aplicó el diseño propuesto para el índice. Un fondo blanco con un bloque de color amarillo al costado superior izquierdo, conteniendo el titular en color negro. Este bloque funciona como punto focal en la página, llevando la vista hacia el titular. El contraposición, se sitúa el texto en el costado derecho, siempre sobre fondo blanco. El bloque de texto se equilibra con el bloque de color creando un todo armonioso mediante los elementos que conforman la página.

## Portada de capítulo

Los capítulos del material se encuentran divididos por portadas interiores. Cada una de ellas involucra los elementos gráficos utilizados en la portada general. Se coloca en el fondo una repetición de palabras -en este caso el número de cada capítulo- sobre un bloque de color amarillo que abarca la mitad de la página, y dentro del mismo en la parte superior derecha una anomalía que consiste en una de la repeticiones en color negro. En la parte central de la página en el costado derecho se coloca el número de capítulo sobre un bloque de color negro. En la parte inferior derecha se coloca el listado de los temas contenidos en el capítulo citado. Con el uso de color y la organización de los elementos se logra un equilibrio visual que a su vez es atractivo.

LA TIPOGRAFIA Y SU FORMA

uno

La forma de las letras  
El espacio  
La estructura  
La secuencia  
El contraste  
Forma y contraforma  
Color, mancha y textura  
Psicología de la Gestalt



## Página interior/ Introducción de tema

Se utiliza un cintillo de color negro sobre el cual se incorporan repeticiones del nombre del tema en escala de grises. Las repeticiones tienen aplicada una tipografía de tipo manuscrito, esto para aportar dinamismo. Sobre el cintillo, en la parte izquierda, se coloca el nombre del tema en color amarillo, creando alto contraste y convirtiendo el texto en el centro de atención de la página. El resto de la página se utiliza con fondo blanco, con el texto dentro de un bloque en la parte derecha para lograr equilibrio. La disposición de los elementos permite que se marque la relevancia de la página inicial de cada tema.

## Páginas interiores

Se utiliza el color amarillo por medio de bloques de distintas dimensiones, dependiendo de la zona en la que se requiera dar énfasis y la extensión del texto o gráficos. Esto para lograr que la vista se fije en puntos específicos de la página. Se aplica diagramación a dos columnas para una adecuada organización del contenido y equilibrio en la ubicación de los textos. Se utiliza la tipografía Cooper Hewitt para los textos generales. Esta tipografía es clara, contemporánea y el tipo es idóneo para el grupo objetivo. La numeración de página se coloca en la parte central inferior de la página funcionando como punto de equilibrio. Se coloca un bloque de color amarillo y sobre este el número de página, y a los costados el nombre del material y el nombre del tema respectivamente. La posición del número de capítulo permite agrupar visualmente los elementos que conforman cada página.



Diagram illustrating variations of the letter 'A' in different styles and weights:

- Variación de caja: Aa
- Variación de estilo: AAÀ
- Variación de inclinación: AA
- Variación de peso: AAAAÀ
- Variación de anchura: A AAA

Las variaciones en la forma de una letra están subordinadas a su estructura básica.

**Ejercicio:**  
La forma de las letras

Utilice periódico o revistas para realizar la búsqueda de juegos de letras que le permitan ejemplificar las variaciones de forma anteriormente expuestas.

Utilice un formato blanco tamaño carta para organizarlos e identificarlos.

¿Qué tipos de variación en la forma de las letras son los que más utiliza en los textos que incorpora a sus composiciones gráficas?

Este tipo es tu tipo **12** La forma de las letras



## Página de ejercicios

Se divide el espacio por medio de un bloque de color amarillo que abarca toda la anchura de la página, y cuya altura depende de la extensión del contenido de la página en particular o la cantidad de texto descriptivo de cada ejercicio. Se coloca la instrucción en un bloque de texto al lado izquierdo de la página y al lado derecho una imagen ejemplificando el trabajo a realizar. Al finalizar la explicación se incluye una pregunta para que el estudiante pueda reflexionar en la utilidad práctica del contenido.

**Fuentes consultadas**

El diseño aplicado a esta parte corresponde al utilizado en el índice e introducción. Un bloque de color amarillo conteniendo el nombre de este apartado y el texto general en contraposición al mismo.

**Fuentes consultadas**

Aharonov, Jessica (2011). *Psyco Typo*. Ebook.

AtCreative (2009) En *Personalidad y tipografías*. Recuperado de <http://www.atcreativa.com/blog/personalidad-y-tipografias/>

Bosler, Denise (2012). *Mastering Type*. How Books

Creativosonline.org (2014). En *Sensibilidad tipográfica: Aprende a escuchar al narrador detrás de las letras*. Recuperado de <http://www.creativosonline.org/blog/sensibilidad-tipografica-aprende-escuchar-al-narrador-detras-de-las-letras.html>

De Gregorio, Juan Pablo (2008). En *Sensibilidad tipográfica*. Recuperado de <http://letritas.info/sensibilidad-tipografica/>

Johnson, Josh (2014). En *Avoid These 5 Mistakes When Mixing Fonts*. Recuperado de <https://creativemarket.com/blog/2014/06/26/avoid-these-5-mistakes-when-mixing-fonts>

Kane, Jhon (2012). *Manual de tipografía*. Editorial Gustavo Gili

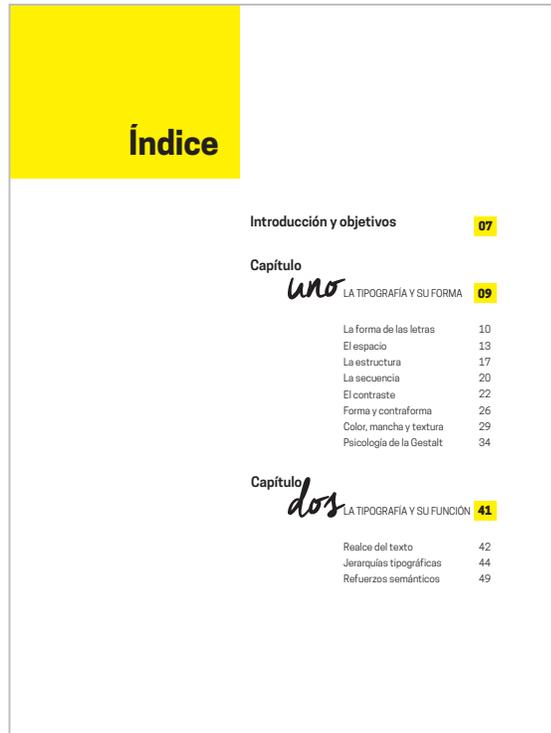
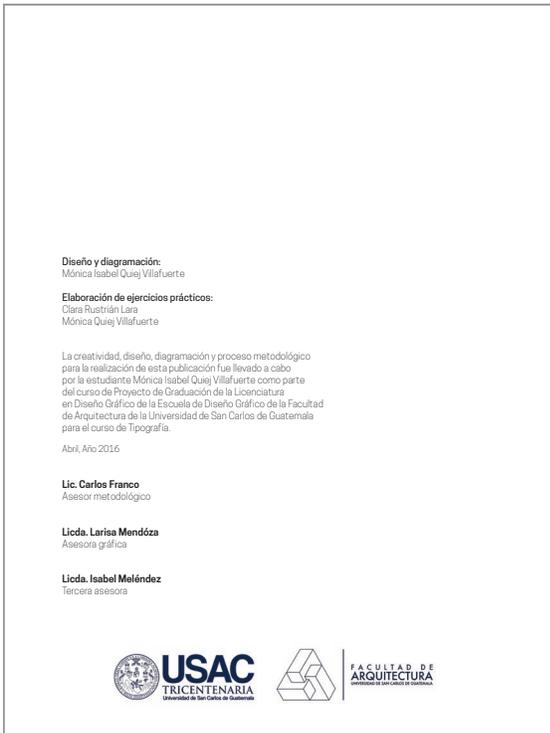
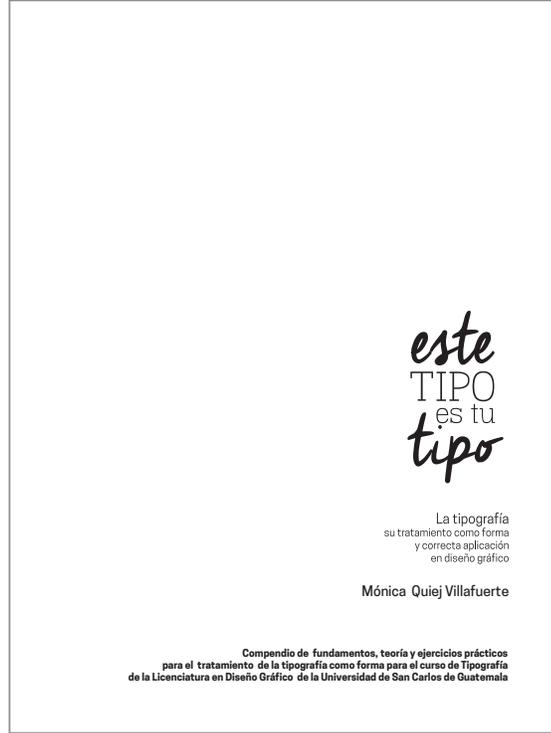
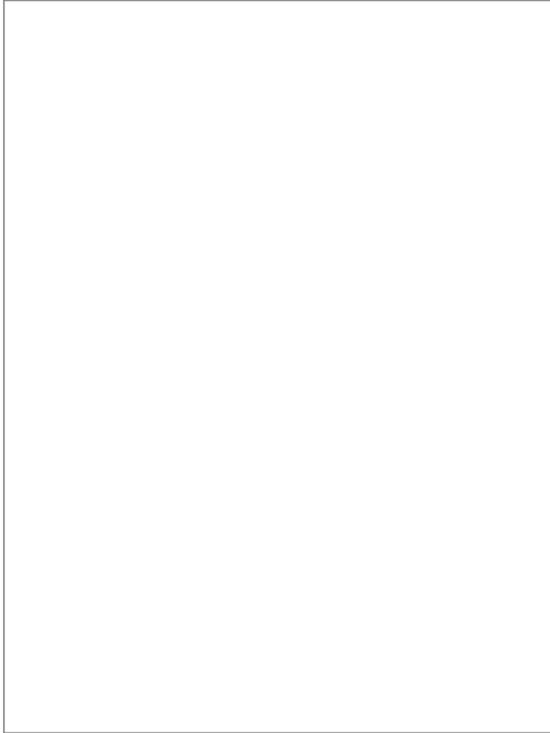
Kunz, Willi (2003). *Tipografía: Macro y Micro estética*. Editorial Gustavo Gili

Letteringtime.com (2013). En *Diferencia entre tipografía, lettering y caligrafía*. Recuperado de <http://www.letteringtime.org/2013/05/1/diferencia-entre-tipografia-lettering-y.html>

Este tipo es tu tipo **102** Fuentes consultadas

# Propuesta gráfica final





Capítulo *tres* CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE TIPOS **53**

Criterios compositivos	54
Personalidad tipográfica	57
Sensibilidad tipográfica	61
Color en la tipografía	64

Capítulo *cuatro* DISEÑANDO CON TIPOS **73**

Combinación de tipos	74
Creación de tipografía	79
Caligrafía y lettering	82
Tipografía como recurso expresivo	86

Recursos gráficos y tipográficos **91**

Familias tipográficas	92
Personalidad tipográfica	100
Sensibilidad tipográfica	101

Fuentes consultadas **102**

## Introducción y objetivos

El buen uso de la tipografía tiene un gran impacto en el diseño gráfico.

La tipografía es la forma visual del lenguaje hablado, pero para un diseñador gráfico, el uso de la misma no se limita a esa función, sino que hemos aprendido a ver la tipografía como un elemento clave en el desarrollo del diseño, capaz de agregar valor, de ser un mecanismo para la correcta transmisión de mensajes gráficos y elemento primordial para despertar emociones y reacciones en el receptor de dichos mensajes.

**Los objetivos de la realización del presente material son los siguientes:**

Que el estudiante sea capaz de ver y tratar la tipografía como elemento unitario.

Que el estudiante conozca como la tipografía, sus características y su relación con el espacio pueden generar infinidad de modelos para la transmisión de mensajes gráficos.

Que el estudiante comprenda la importancia que tiene el uso adecuado de la tipografía dentro de un texto.

Que el estudiante, después de conocer las posibilidades de expresión basadas en tratamientos tipográficos, se sienta inspirado a crear utilizando su imaginación enfocada al trabajo con tipografía.



### LA TIPOGRAFIA Y SU FORMA

*uno*

- La forma de las letras
- El espacio
- La estructura
- La secuencia
- El contraste
- Forma y contraforma
- Color, mancha y textura
- Psicología de la Gestalt

Las letras La forma de las letras

## La forma de las letras

Según Willi Kunz (2003) en el libro **Tipografía: Macro y Micro estética**, cada una de las letras de caja alta y caja baja es única, debido a su distinta estructura. La comunicación tipográfica se fundamenta, en primer lugar, en la estructura de las letras. La forma de las letras, por tanto, debería ser clara y concisa, y no estar recargada de detalles.

Para la comunicación, la forma de las letras es tan importante como la relación entre ellas, ya que la calidad visual de una letra cambia cuando se le coloca junto a otras letras. Los cambios drásticos en la forma y estructura de las letras dificultan la capacidad del lector para diferenciar entre unas y otras. El reto del diseñador es realizar modificaciones sin destruir la identidad de cada letra.

Cada letra es un código que deriva su significado de una combinación específica de trazos verticales, horizontales, inclinados y curvilineos. El carácter de cada una de las letras viene determinado por su estructura.



Este tipo es tu tipo **10** La forma de las letras

La estructura de cada letra está compuesta por la combinación de una serie de trazos verticales, horizontales, inclinados y curvilineos.

	EFHILT	fijlt
/	MNK	k
/	VWX	vwxy
/-	ZA	z
)	BDGJPRU	abdg h m n p q r u
)	COQS	ceos

### Variaciones en la forma de las letras:

Aunque el alfabeto se utiliza en innumerables estilos distintos, todos ellos son variaciones de las formas básicas de las letras. Las variaciones más comunes son de **caja, estilo, inclinación, peso y anchura**.

**Caja:** Existen dos versiones, la caja alta (mayúsculas) y caja baja (minúsculas). Tienen formas diferentes pero su significado es idéntico. Las mayúsculas mantienen la misma altura, mientras que las minúsculas tienen rasgos ascendentes y descendentes.

**Inclinación:** La inclinación se refiere al ángulo del trazo del tipo.

**Peso:** Se refiere al grosor de los trazos en relación a su altura.

**Anchura:** La anchura describe la proporción de la letra en relación a su altura.

**Estilo:** En cuanto estilo, los tipos se dividen en dos categorías generales. Con remates (serif) y sin remates (sans serif). Estos elementos aportan carácter visual y pueden potenciar la legibilidad de un texto corrido.

Este tipo es tu tipo **11** La forma de las letras

El espacio El espacio El espacio

## El espacio

En el diseño tipográfico, las letras y el espacio bidimensional interactúan en una relación de figura/fondo. Esta relación entre la forma tipográfica y su fondo es fundamental para el diseño, así como la relación mutua y cambiante que existe entre cada uno de ellos.

El espacio es la base común para todos los elementos, proporciona un marco de referencia y afecta de forma significativa a las cualidades expresivas de los elementos que se sitúan en él. Dependiendo de su ubicación en un espacio dado, unos mismos elementos asumirán aspectos visuales de peso y movimiento diferentes. La expresión visual del espacio viene determinada igualmente por las características de los elementos y su ubicación en él.

Visualmente, el espacio se divide por la tensión que se desarrolla entre un elemento y los márgenes de dicho espacio. En cada texto existe una forma básica que no puede separarse de él que es determinada por el cuerpo, el espacio y la organización de los elementos (Kunz, 2003, pág. E0).



Este tipo es tu tipo **12** La forma de las letras

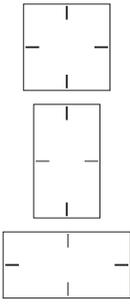
El espacio El espacio El espacio

## El espacio

Este tipo es tu tipo **13** El espacio

El espacio tiene dos características fundamentales: tamaño y proporción. El espacio rectangular y el espacio cuadrado están formados por dos líneas horizontales y dos verticales que determinan su tamaño y proporción. Un cuadrado, debido a que las líneas que lo delimitan son iguales, es visualmente neutral. Un espacio rectangular tiene fuerzas visuales específicas. El espacio horizontal es pasivo y el espacio vertical activo. En la mayoría de los casos, el tamaño y la proporción del espacio se determinan al principio del proyecto y no se cambian a partir de ese momento, a diferencia de las cualidades de los elementos que interactuarán dentro de él.

Los espacios cuadrados, horizontales y verticales tienen cualidades visuales especiales que pueden utilizarse para reforzar el significado de una composición tipográfica. Un cuadrado es visualmente estable, el espacio vertical y el horizontal sugieren expansión.



Este tipo es tu tipo **14** El espacio

El carácter de las letras individuales es muy marcado cuando están separadas por espacios visibles. El énfasis en su carácter individual se pierde una vez las letras se combinan para formar una palabra. En tipografía, el espacio es el medio más común para organizar los elementos.

Las letras, si se les sitúa aleatoriamente sobre un fondo, parecen formas individuales, si se disponen en una secuencia para formar una palabra dicha identidad desaparece. Las relaciones espaciales entre las letras son importantes para la legibilidad. El espacio vacío entre letras, palabras y líneas es vital para el diseño tipográfico. Mediante la manipulación del espacio que queda entre los elementos tipográficos el diseñador determina la calidad visual de una composición. El espacio entre letras, palabras y líneas contribuyen a la claridad y legibilidad de un texto. Pequeñas diferencias en el espacio pueden volver un texto fácil o difícil de leer.

El espacio entre letras es fundamental en toda tipografía. Un espacio determinado entre letras puede potenciar o destruir la calidad estética o la legibilidad de un texto. Cuando los espacios entre letras son demasiado estrechos la tipografía parece desigual, cuando el espacio es demasiado abierto las letras parecen separadas y el texto fragmentado. En ambos casos el texto resulta incómodo y cansado de leer. El correcto espaciado entre letras es cuestión de equilibrio. Depende del tipo y el cuerpo escogidos, y del resultado visual al que el diseñador pretende llegar.

Tanto para los tipos con remates como para los palo seco, el espacio óptimo entre letras viene determinado por las contraformas de las letras de caja baja. Las tipografías con contraformas pequeñas necesitan menos espacio entre letras que las tipografías con contraformas grandes.

Jugando con el espaciado, el tamaño y la colocación de las letras sobre el papel se puede expresar el significado de una palabra o idea. Algunas elecciones sencillas en cuanto al tipo, cuerpo, grosor y posición en el espacio pueden reforzar la representación de los conceptos, los objetos y las acciones que las palabras describen (Kunz, 2003, pág.28).

Este tipo es tu tipo **15** El espacio

**exp** **os** **ión** **elevación**  
**separación** **disminución**

Jugando con el espaciado, el tamaño y la colocación de las letras sobre el espacio es posible expresar el significado de una palabra o idea.

**Ejercicio:**  
El espacio

Utilizando el programa Word, escribe 3 palabras cuyo significado pueda expresar mediante el uso creativo del espacio y la definición de cada una de ellas. La palabra en tamaño de 48 pt. y la definición de 24 pt.

En 3 formatos tamaño media carta, realizar el montaje manual de cada palabra y su definición utilizando la técnica de corte y pegado. Debe poner en práctica el uso creativo del espacio en su formato, la posición de los elementos y del espacio entre letras. Cada uno de los 3 formatos debe presentar usos del espacio totalmente diferentes.

¿Es posible jugar con las letras sobre un espacio para lograr soluciones gráficas interesantes sin perder la legibilidad de una palabra o frase?

¿Qué tanto puede aportar el uso del espacio en la transmisión de un mensaje?



Este tipo es tu tipo **16** El espacio

**La Estructura**

Una estructura fundamental es inherente a toda tipografía. Cualquier palabra sobre un espacio lo subdivide y crea una estructura visual simple. La estructura actúa como un poderoso elemento de diseño.

El diseño tipográfico puede proceder de dos tipos de estructura: La estructura visual ópticamente improvisada o una estructura predeterminada (retícula). La estructura visual ópticamente improvisada resulta de disponer los elementos tipográficos de acuerdo a criterios estéticos. El cuerpo y la forma de las letras y las palabras determinan el espacio. Los elementos utilizados dependen unos de otros, ya que al modificar uno es necesario ajustar el tamaño y ubicación del resto para equilibrar la composición. Prácticamente no existen limitaciones para la disposición de los elementos en este tipo de estructura. Este tipo de estructura como base para un diseño tipográfico constituye una expresión personal del diseñador y exige creatividad, sensibilidad, intuición y buen criterio, y puede generar soluciones muy interesantes, pero para conseguir un resultado efectivo, el diseñador debe centrarse en los aspectos visuales y comunicativos del diseño.

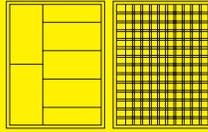
Para trabajos complejos o muy amplios es necesario el uso de una estructura predeterminada: el sistema de retículas. En contraste a la estructura improvisada, la retícula es un sistema cerrado y se aplica de manera consistente.

La retícula modular consiste en una serie de módulos organizados en filas y columnas. Los módulos determinan la ubicación y dimensión de los elementos gráficos y tipográficos, actuando como un instrumento invisible que es muy importante para la organización (Kunz, 2003, pág.58).

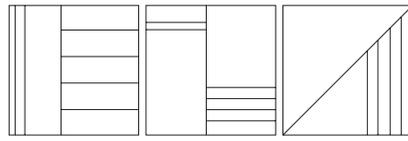
Este tipo es tu tipo **17** La estructura

Una estructura visual improvisada se deriva de los elementos de la información, no puede crearse de antemano. Desarrollar una estructura visual puede ser difícil, ya que aun con una cantidad reducida de elementos se pueden generar gran cantidad de soluciones, y con ello la decisión sobre cual es la más acertada se dificulta.

Es muy importante tomar en cuenta el aspecto visual y el de comunicación. Se debe lograr a un resultado agradable que a su vez comunique con claridad. La estructura visual es una forma excelente de generar ideas en las fases iniciales del diseño.

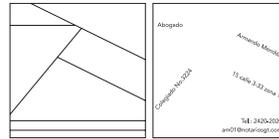


Estructura visual ópticamente improvisada y estructura predeterminada por un sistema de retículo modular.



Organizaciones visuales improvisadas de un conjunto sencillo de elementos informativos.

Este tipo es tu tipo **18** La estructura



Es muy importante tener en cuenta que el hecho de trabajar con pocas limitaciones no necesariamente derivará en mejores soluciones. El resultado del uso de la estructura visual improvisada debe ser agradable y a la vez comunicar con claridad el mensaje. En este ejemplo, la estructura dificulta la comprensión del texto y resta coherencia al mensaje.

### Ejercicio: La estructura

Con la ayuda del programa Word, escriba la siguiente información de su persona:

- Nombre
- Profesión
- Dirección
- Número telefónico
- Correo electrónico

Todos sus textos deberán a un tamaño de 36 pt. Realice 6 copias de la información e imprímalas.

Utilice 6 formatos cuadrados de 15x15 centímetros en blanco, realice en cada uno de ellos una estructura visual improvisada con la información personal generada. Procure que las 6 soluciones finales sean tan diferentes como sea posible.

¿Considera que el uso de una estructura visualmente improvisada puede generar soluciones creativas y con la capacidad de comunicar claramente el mensaje?



Este tipo es tu tipo **19** La estructura

### La secuencia

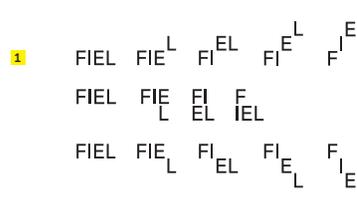
Kurtz (2003) expone que la comunicación tipográfica depende de la secuencia de las letras, las palabras y las frases. Muchas palabras constan de las mismas letras, pero es la secuencia en que se ordenan las letras la que determina el significado de la palabra. En tipografía, la secuencia básica de elementos viene determinada por la estructura en la cual se relacionan las palabras en el lenguaje y por la gramática.

Al aumentar el espacio entre las letras y las palabras, la expresividad visual de la tipografía puede verse afectada de forma significativa. El espacio entre elementos se convierte en un vehículo para manipular y reforzar la sintaxis tipográfica. La secuencia de letras determina las cualidades visuales de una palabra.

AMAR  
ARMA  
RAMA

Diferentes palabras se crean al cambiar el orden de las letras.

Este tipo es tu tipo **20** La secuencia



AMORTIZAR AMORTIZAR  
AMORTIZAR

1. Los cambios en la secuencia y en el espacio entre las letras afecta la legibilidad y la expresión visual de las palabras 2. Una secuencia de letras puede ser común a varias palabras distintas.

### Ejercicio: La secuencia

Utilizando papel negro y un formato tamaño carta, aplique la técnica de corte y pegado para trabajar de forma creativa su primer nombre en 5 secuencias diferentes.

¿Puede una palabra aumentar su expresividad mediante el cambio de secuencia de las letras?



Este tipo es tu tipo **21** La secuencia

## El contraste

El diseño tipográfico depende del contraste entre distintos elementos. El contraste más elemental es el que se da entre el tipo y el fondo. Cada letra es una composición de trazos verticales, horizontales, diagonales y curvos en contraste. Su contraforma se define mediante el contraste entre la letra y el espacio que la rodea.

Los contrastes más significativos en el diseño tipográfico son los contrastes de forma, peso, cuerpo, textura y dirección. Los contrastes de forma, peso y cuerpo pueden establecerse con la unidad tipográfica más pequeña: La letra. El contraste de textura y dirección engloba varios elementos: Las palabras, las líneas de tipografía, las líneas o los elementos geométricos. Las cualidades formales de un elemento se acentúan más cuando se unen a una forma con la que contrasta, con lo cual se vuelven más intensos los rasgos visuales de ambos elementos.

La tipografía sin contraste carece de vida y es monótona. El contraste es expresivo. Puede atraer, estimular o desafiar al lector, o bien intensificar o estructurar una relación visual. Los elementos contrastantes ayudan a establecer una jerarquía visual y clarificar la información. Para ser efectivos, los contrastes deben ser siempre claros y decisivos. Dependen de que se omita el uso de elementos que distraigan de lo esencial (Kurz, 2003, pag.50).

Este tipo es tu tipo **22** El contraste

## Contraste de forma

La forma de las letras varía en su estructura, anchura, inclinación y estilo. Todas estas variaciones son fundamentales para el diseño tipográfico. Cada palabra cuenta con una serie de letras y cada una de ellas tiene una estructura diferente. Los contrastes entre las estructuras vuelven única cada palabra.

**Estructura:** El contraste entre las letras mayúsculas (caja alta) minúsculas (caja baja) es importante para la legibilidad de un texto. El contraste entre los trazos ascendentes y descendentes de las letras minúsculas hacen que los textos sean visualmente más atractivos que los textos en mayúsculas.

**Anchura:** Debido a la limitación de anchura, son muy pocos tipos los que permiten un contraste de anchura efectivo.

**Inclinación:** El contraste entre un tipo redondo formado por trazos verticales y un tipo cursivo con sus trazos en ángulo suele ser muy efectivo. Este suele utilizarse para dar énfasis.

**Estilo:** Las características de un tipo se remarcan cuando se unen a un tipo con el que contrasta. Cuando se utilizan dos tipos para hacer contraste, sus formas deben ser claramente distintas.

LA	ON	SV
ax	ez	wb
lo	ye	si
Ax	Mj	Tp
Dz	yf	Rq
AA	AA	AA
AA	aa	AA
E!	E°	EE

## Contraste de peso

La efectividad de la tipografía depende del contraste entre sus colores visuales, que van desde lo claro a lo oscuro, y que se crean mediante el peso de la tipografía sobre un fondo determinado. Si el contraste se utiliza con la finalidad de hacer énfasis, las diferencias de peso deben ser claras. Si los valores de peso son demasiado parecidos la aplicación carece de efectividad. La textura visual de la página se logra gracias al contraste entre valores diferentes.

AA	AA	AA
AA	AA	AA

Este tipo es tu tipo **23** El contraste

## Contraste de cuerpo

El contraste de cuerpo se refiere al tamaño visual de un tipo en relación a otro. Este puede radicar en una decisión meramente visual. El trabajo con contrastes en el tamaño de las tipografías permite jerarquizar el texto, creando focos de interés visual que posibilitan la orientación del receptor en el recorrido de la pieza gráfica o generan un sentido de diferenciación e identidad.

## Contraste de textura

Cualquier composición tipográfica puede verse como una textura, como un patrón logrado por la repetición de elementos. La forma, el cuerpo y el peso contribuyen al carácter de esa textura, mientras que el espacio entre los elementos determina la densidad visual. Las texturas se componen de gradación de valores en escala, desde el gris más claro hasta el negro. Una textura gris parece más integrada con el fondo que una textura oscura, esta parece separarse del fondo. Todo tipo de letras tiene su propia textura, su valor de gris.

## Contraste de dirección

Este es el más explotado de todos los contrastes. Se refiere a la composición completa de los elementos, incluyendo el espacio que los rodea, y puede alterar mucho la expresión visual de una palabra o una línea de tipografía. El movimiento horizontal de las palabras o las líneas tipográficas individuales contrasta con la alineación vertical. Una palabra compuesta en vertical se convierte en un elemento que subdivide el espacio. La tipografía, por convenciones de lectura, se compone sobre todo en horizontal y vertical. Este es un esquema que se refuerza con los márgenes paralelos del formato. Al introducir en ese esquema un elemento en diagonal se crea una tensión visual muy marcada.

comunicación  
**en acción**  
comunicación  
**en acción**

**ACCIÓN** Palabra que indica que una persona, animal o cosa (material o inmaterial) está haciendo algo, está actuando de manera voluntaria o involuntaria, de pensamiento, palabra u obra), lo que normalmente implica movimiento o cambio de estado o situación y afecta o influye en una persona, animal o cosa.

luces  
cámara  
**¡acción!**

Este tipo es tu tipo **24** El contraste

La diversidad de variables que presenta una familia tipográfica puede resultar suficiente para la jerarquización del texto en ciertos trabajos de diseño, pero el combinar dos o más familias, aumenta la expresividad de su forma y permite un juego de contrastes mucho más amplio.

Para el diseño de piezas gráficas con contrastes tipográficos con combinaciones tipográficas con contrastes, es necesario un grado muy importante de pruebas y ensayos, pues no existen reglas que puedan guiar fehacientemente el trabajo del diseñador.

**Ejercicio:**  
El contraste

Seleccione una frase célebre de algún autor de su elección. La frase no debe ser muy breve, o de lo contrario no será suficiente para la ejecución del ejercicio.

Sobre un formato blanco tamaño carta, trabaje dicha frase, incluyendo el nombre del autor, aplicando todos los tipos de contraste vistos. Trabaje con tinta negra (pluma o rapidógrafo). Utilice el área de RECURSOS del manual para tomar referencia de los tipos de letra a implementar en su ejercicio.

¿Es el contraste una forma efectiva de romper con los esquemas monótonos en las composiciones basadas en tipografía?

50-5 PM Bebidas  
Pastas & Postres  
delicioso!

TU SOL

Este tipo es tu tipo **25** El contraste

Forma y contraforma

Según Kunz (2003) es posible afirmar que desde una perspectiva física, una composición tipográfica clásica se encuentra conformada por secciones homogéneas blancas y negras, colocados en forma continua y en un mismo plano. Nuestra percepción nos permite distinguir algunas zonas como figura o forma, dadas algunas condiciones sobre el tamaño relativo y sus clases de márgenes. En general tiende a visualizarse como forma las zonas pequeñas que aparecen rodeadas por áreas mayores, que toman en estos casos, el papel de contraforma. Visualmente, la forma y contraforma de una letra son reconocidas en una relación de figura y fondo. Un juego entre la forma de la letra y el fondo donde aparece.

Jhon Kane (2012) en su libro *Manual de Tipografía* remarca que tan importante como reconocer las letras específicas es desarrollar una observación en la contraforma, que es el espacio blanco descrito o contenido por los trazos de la forma, cuando las letras se unen para formar palabras, la contraforma incluye los espacios entre ellas. Al componer un texto, el grado de destreza con el que se manejen las contraformas determinará la armonía con la que las palabras forman un conjunto, es decir, la facilidad con la que se leerá el texto que se ha compuesto.

Este tipo es tu tipo **26** Forma y contraforma

El aspecto más fundamental en el diseño tipográfico es el juego entre la forma de la letra y el fondo donde aparece. En relación al fondo, todas las letras definen una contraforma determinada. La forma y la contraforma son elementos interdependientes, que funcionan mutuamente, y ambos son parte integral del diseño de la letra. La contraforma no es solamente la forma invertida. Es un elemento nuevo, una parte del fondo que sobresale al interactuar con la forma. Al combinarse las letras forman nuevas contraformas entre sí. Si el espacio es pequeño las contraformas se intensifican, mientras que un espacio grande intensifica la contraforma individual de cada letra. El diseño tipográfico depende de la concordancia entre la forma y la contraforma. Los elementos deben disponerse de manera que las contraformas se definan claramente. Las cualidades del fondo son vitales para cualquier diseño. Al momento de valorar un diseño se debe tener en cuenta tanto la forma como la contraforma (Kunz, 2003, pág.90).

1. En contraste con su fondo, cada forma de letra define una contraforma determinada. Esta contraforma es una parte específica e importante de la composición.
2. Cuando las letras se unen para formar palabras la contraforma incluye los espacios entre cada una de ellas. La destreza con la que se manejen las contraformas determinará la armonía con la que las palabras forman un conjunto.
3. La combinación de letras genera nuevas contraformas convirtiendo el fondo en forma. La experimentación con las formas y contraformas puede generar interesantes soluciones gráficas.
4. La complejidad de la construcción de una letra se realiza al centrarse directamente en las contraformas que genera.

Este tipo es tu tipo **27** Forma y contraforma

Ejercicio:  
Forma y contraforma

Utilizando como referencia sus nombres y apellidos, realice las siguientes composiciones gráficas para la creación de versiones de su marca personal, basándose en la manipulación de forma y contraforma.

1. Combinación de la forma de la letra inicial de uno de sus nombres y la contraforma de la letra inicial de uno de sus apellidos.
2. Contraste de fondo utilizando las contraformas de la letra inicial de uno de sus nombres y la letra inicial de uno de sus apellidos.
3. Contraste de fondo utilizando las contraformas de las letras de uno de sus nombres.
4. Combinación de la letra inicial de su nombre y la letra inicial de su apellido convirtiendo el fondo en forma.
5. Realice de un segmento de la contraforma de la letra inicial de su nombre.

Cada composición deberá trabajarse en corte y pegado con papel negro y pegarse en formatos tamaño media carta, los cuales se presentarán con fondo negro a manera de desplegable. Cada una deberá acompañarse del nombre y apellido utilizados para su creación. Utilice el área de RECURSOS del manual para tomar referencia de los tipos de letra a implementar en su ejercicio.

¿Considera que el resultado del uso creativo de la forma y contraforma de las letras, aportan variedad a las soluciones gráficas de sus proyectos?

Este tipo es tu tipo **28** Forma y contraforma

Color, mancha y textura tipográfica

Cuando se trabaja con textos extensos, ya sea bloques de texto múltiples o párrafos, es muy importante tomar en cuenta el efecto visual que estos pueden generar al lector y aprender el uso de formas positivas para lograr un diseño armónico y sobre todo, con un alto nivel de comprensión y legibilidad. Por ello es indispensable el estudio del color tipográfico, la mancha tipográfica y la textura tipográfica.

**Color**

Un concepto importante que debemos conocer al trabajar con textos es el "color tipográfico". En el artículo **El color en la tipografía** (Fotografía, 2015), se expone que el color tipográfico es una ilusión óptica creada por las proporciones y las formas de las letras y que nos da la sensación de distintas tonalidades aunque sean de un mismo color. Aún si tenemos palabras del mismo color, pueden poseer un tono distinto debido a las características propias de su estilo y forma. Todos los signos de una mancha textual pueden estar impresos en un mismo tono de negro absoluto y sin embargo crear una superficie gris. Así, un mismo cuerpo puede producir un efecto visual muy diferente según el espaciado elegido entre los signos y entre líneas.

**COLOR TIPOGRÁFICO**  
**COLOR TIPOGRÁFICO**

Este tipo es tu tipo **29** Color, mancha y textura tipográfica

El negro, entonces, crea para el ojo toda la gama de grises. El negro consume el blanco, existen tantos grados de relieve en profundidad como tonalidades de gris posibles.

De esta manera, valor de gris y profundidad son dos resultados ópticos y formales inevitables en cualquier mancha textual, y deben tenerse en cuenta en todo trabajo tipográfico. Así si trabajamos con una única familia, son numerosas las variables que se deben controlar y que, con un mínimo cambio en alguna de ellas, el color tipográfico evidentemente será modificado.

Tanto el peso visual de la fuente, como su cuerpo, el espacio entre letras y entre líneas producen estas atracciones.

Una acertada decisión de grises, dependiendo de las jerarquías textuales con las que deseemos trabajar, nos asegurará fuerza formal y dinamismo en nuestra propuesta tipográfica (Kane, 2012, pág.80).

**N30%**

El color tipográfico es una ilusión óptica creada por las proporciones y las formas de las letras y que nos da la sensación de distintas tonalidades aunque sean de un mismo color.

**N50%**

El color tipográfico es una ilusión óptica creada por las proporciones y las formas de las letras y que nos da la sensación de distintas tonalidades aunque sean de un mismo color. Así si tenemos palabras del mismo color, pueden poseer un tono distinto.

**N75%**

El color tipográfico es una ilusión óptica creada por las proporciones y las formas de las letras y que nos da la sensación de distintas tonalidades aunque sean de un mismo color. Así si tenemos palabras del mismo color, pueden poseer un tono distinto.

**N100%**

El color tipográfico es una ilusión óptica creada por las proporciones y las formas de las letras y que nos da la sensación de distintas tonalidades aunque sean de un mismo color. Así si tenemos palabras del mismo color, pueden poseer un tono distinto.

**Mancha**

Una mancha tipográfica es un párrafo o bloque de texto con un color o tonalidad de gris definido. Debe tener un mínimo de ruido y un máximo de claridad y estabilidad para poder comunicar el contenido. La mancha tipográfica a distancia es captada como bloques de diversas formas, los cuales presentan distintos valores de grises y negros. Al definir las características del texto que trabajamos le damos una tonalidad (color) la cual hará que la composición se oscurezca o aclare. El ver el texto como una mancha gris nos permite tener una idea más firme de los espacios.



La mancha tipográfica  
**LA MANCHA**  
La mancha tipográfica

Este tipo es tu tipo **30** Color, mancha y textura tipográfica

**EL TIPO Y SU COLOR**  
LA IMPORTANCIA DEL COLOR TIPOGRÁFICO

El color tipográfico es una ilusión óptica creada por las proporciones y las formas de las letras y que nos da la sensación de distintas tonalidades aunque sean de un mismo color. Así si tenemos palabras del mismo color, pueden poseer un tono distinto.

Definir el tono del texto que se utilizará y la mancha tipográfica permite tener un mejor sentido del espacio y la organización de los elementos.

**Textura**

La repetición de elementos tipográficos que producen una sensación visual forman una textura.

El juego entre texturas es una herramienta útil en tipografía. Las texturas las proporcionan las formas del tipo, sea fina o negra, vertical o inclinada, y todas estas características se pueden explotar de forma positiva. La posición de las repeticiones de letras en el espacio contribuye al ritmo y creatividad de la textura generada.

Pueden producirse infinitas variaciones efectivas a través de repeticiones y ampliaciones para obtener un patrón o textura, que puede ser intenso o suave, oscuro o claro, etc. El espaciado entre letras, palabras y el interlineado también contribuyen a la apariencia de la textura.

Este tipo es tu tipo **31** Color, mancha y textura tipográfica

Tomar consideraciones estéticas en el manejo del color, la mancha y la textura tipográfica permite, además de ampliar las posibilidades creativas en la organización de los textos, mejorar los criterios compositivos mediante los cuales se manejan los textos en el espacio.

La atracción visual aportada por la textura tipográfica, sumada a la jerarquización que aportan al texto el buen uso del color y la mancha tipográfica, son principios sumamente importantes y definitivos en la búsqueda de la armonía en el trabajo con textos.

Es muy importante tomar en cuenta que al incorporar a nuestra composición los conceptos de color, mancha y textura es primordial mantener la legibilidad y lecturabilidad del texto, por lo cual la elección del tipo de letra a utilizar siempre debe ser analizada.

*Las letras...*

**"LAS LETRAS SON COSAS  
no dibujos de cosas"**  
Eric Gill - Tipografía y arte

*...SON COSAS*

**Eric Gill Eric Gill**  
*Eric Gill Eric Gill Eric Gill*

**LAS LETRAS SON COSAS**  
*no dibujos de cosas*

**Eric Gill Eric Gill**  
*Eric Gill Eric Gill Eric Gill*

**Las letras SON COSAS**  
*no dibujos de cosas*

**ERIC GILL**  
*Tipografía y arte*

Definir una buena estructura y mancha tipográfica aporta armonía a los textos. Existen muchas posibilidades para la generación de estructuras visuales aplicando los principios de color, mancha y textura tipográfica.

Este tipo es tu tipo **32** Color, mancha y textura tipográfica

**Ejercicio:**  
Color, mancha y textura tipográfica

Seleccione un poema de algún autor a su elección.

Utilizando el programa Word, deberá trabajar el nombre del poema, el del autor, una estrofa o extracto del mismo y una breve reseña biográfica del autor. Realice 6 copias del texto resultante. Seleccione 2 tipos de letra que tenga por lo menos 3 variantes (light, medium, bold), y aplique a cada copia del texto una de ellas. Dichas copias del texto le servirán como base para el ejercicio.

A continuación debe crear una estructura visual utilizando para ello los conceptos de color, mancha y textura tipográfica. Aplíquese en las variantes del texto realizadas con anterioridad, y los contrastes de tamaño e inclinación para dar énfasis a las áreas que considere pertinente. Defina la estructura de la mancha y posteriormente lleve a cabo su composición final. Trabaje únicamente con el color negro.

Presente el registro de las variantes creadas para el texto, el bocetaje de su mancha tipográfica y la composición final en formato tamaño carta.

¿Qué tan relevante es en una composición tipográfica la evaluación del color y la mancha para la organización y jerarquización de textos?

**LA NIÑA DE GUATEMALA**  
José Martí

Alrededor de 1875, en un año muy frío, en un pueblo de España, un niño llamado José Martí nació. Su madre era guatemalteca y su padre español. Desde muy pequeño José Martí se interesó por la cultura guatemalteca y por la libertad de su país. Fue un gran poeta y escritor. Su obra más conocida es el poema "La niña de Guatemala", que habla de una niña que murió de amor.

Este tipo es tu tipo **33** Color, mancha y textura tipográfica

# Psicología de la Forma

## Teoría de la Gestalt o Teoría de la Forma en la tipografía

Como parte del proceso del tratamiento de la tipografía como forma es necesario entender cómo los seres humanos percibimos las formas y el impacto que estas causan en nuestro cerebro.

Guillermo Leone ("Gestalt Blog", 1998) se refiere a la psicología de la Gestalt o psicología de la forma como una forma de la psicología que se centra en los comportamientos cognitivos. Los diseñadores están influenciados por el aspecto visual y perceptual de las cosas, en particular por la teoría de que el todo es mayor que la suma de sus partes. La mente hace frente a la confusión visual de nuestro mundo cotidiano mediante la consolidación de objetos en grupos con el fin de simplificar la entrada. Por ejemplo, cuando nuestros ojos ven una cola, patas, piernas, un cuerpo, piel, cuello, las orejas y la nariz, nuestra mente trae estas piezas juntas para registrar un gato. La mente simplifica efectivamente las partes por lo que lo convierte en un único objeto. La aplicación de esta teoría a diseño crea la unidad dentro de una pieza. Cuanto más fuerte es la relación entre los elementos de una página, mejor será la comunicación. Esta teoría también ayuda al diseñador a influir en el espectador mediante el control de lo que se visualiza en su diseño.

La tipografía se encuentra en el corazón de todas las formas de comunicación visual, y es por ello que debemos entender al tipo como un medio que nos permite crear una experiencia visual. Los principios de la Gestalt aplicados a composiciones tipográficas generan un sin fin de posibilidades de comunicación de mensajes gráficos.

Este tipo es tu tipo **34** Psicología de la Forma

## Fundamento de la Psicología de la Gestalt

Nuestro mundo está conformado por las formas creadas por la percepción que tenemos de las cosas. El humano simplifica lo que ve, busca el parecido con algo que esté ya grabado en su memoria o lo descompone en una serie de formas para entenderlas con mayor facilidad.

A finales del siglo XX un grupo de psicólogos alemanes fundaron la Psicología de la Gestalt (Gestalt significa "forma", "estructura", u "organización"). Ellos demostraron que el cerebro organiza los elementos percibidos en forma de figuras (Gestalts) o totalidades, utilizando ciertos principios. Lo percibido deja de ser un conjunto de manchas para convertirse en un todo coherente. Objetos, personas, palabras, etc. (Aharonov, 2011, pág.51)

Para entender de donde surge la teoría es necesario tener presente 2 conceptos básicos:

**ESTÍMULO:** Es cualquier tipo de factor físico capaz de activar o excitar un receptos sensitivo del individuo.

**PERCEPCIÓN:** Es el proceso psicológico por medio del cual el individuo organiza, interpreta y agrupa los estímulos o sensaciones para darle un significado coherente.

El cerebro transforma lo percibido en algo nuevo, algo creado a partir de los elementos que percibe para hacerlo coherente aún así muchas veces el resultado sea inexacto. Así, las tareas del cerebro consisten en localizar contornos y separar objetos, unir o agrupar elementos, en comparar características de uno con otro, en destacar lo importante de lo secundario y en rellenar agujeros en la imagen percibida para que sea íntegra y coherente. Estas leyes, hoy son muy utilizadas en el ámbito de la comunicación y el diseño gráfico.

Las características básicas de un elemento tipográfico sometido a la aplicación de las leyes de la Gestalt dan como resultado una proyección totalmente nueva y abren paso a composiciones interesantes e inusuales en el campo del diseño tipográfico.



**HIGH LIGHTS**

La aplicación de los principios de la Psicología de la Gestalt en composiciones tipográficas generan un sin fin de posibilidades para la comunicación de mensajes gráficos.

Este tipo es tu tipo **35** Psicología de la Forma

## Leyes de la Gestalt

**Ley de Cierre**  
Al percibir una figura que carece de una línea continua que la delimita, nuestra mente añade los elementos faltantes para completar la figura.

**Ley de Simplicidad**  
Al observarse una figura la percibimos de la manera más simple posible, como un todo, sin apreciar la diversas partes que la integran.

**Ley de Figura y Fondo**  
Se reconoce una figura sobre un fondo, pero puede ser que la figura pase a ser el fondo y el fondo figura. Se considera que la superficie rodeada, delimitada y cercana al observador es la figura y el resto es el fondo que pasa por detrás de la figura y es más grande que esta. La figura es lo que se recuerda mejor.

**Ley de Proximidad**  
Es el agrupamiento parcial o secuencial de elementos por nuestra mente debido a la poca separación que hay entre estos o la similitud que estos elementos tengan entre sí.

**Ley de semejanza**  
Nuestra mente agrupa los elementos similares en una entidad. De este modo, dos elementos de forma similar rodeados de elementos cuyas formas difieran a estos, serán asociados. La semejanza puede darse a través de las variantes de la forma, el tamaño, el color, la textura, etc.



Este tipo es tu tipo **36** Psicología de la Forma

**Ley de la Continuidad**  
La mente continúa un patrón, aún después de que el mismo desaparezca.

**Ley de Pregnancia**  
Es el grado en que una figura es percibida con mayor rapidez para el ojo humano. Aquello que capte nuestra atención en primer orden, tendrá mayor pregnancia que el resto de las formas de la composición.

**Ley de Simetría**  
Las imágenes simétricas son percibidas como iguales, como un solo elemento, en la distancia.

**Ley de Variedad de la Unidad**  
Dentro de una composición estética no basta con que las formas utilizadas sean reconocibles, también es necesaria una organización clara de figura y fondo. Cuando estamos ante una organización de elementos y esta se percibe como unidad, estamos ante una composición, es decir, ante una interrelación de elementos que constituyen un todo. Para que esta unidad sea reconocible es necesario la variedad. Mientras más ricas sean las relaciones de tensiones espaciales entre los elementos que la conforman, la unidad se vuelve más armónica.



Este tipo es tu tipo **37** Psicología de la Forma

Las leyes de la Gestalt son ampliamente utilizadas en el campo del desarrollo de logotipos y marcas. A lo largo de la historia contemporánea podemos ver cómo el diseño gráfico es notablemente influido por la Psicología de la Forma y como la tipografía puede manipularse de formas impensables mediante la aplicación de estas leyes.

Tal es el caso del logotipo de Unilever, claramente influido por la psicología de la Gestalt y la ley de la pregnancia. La letra U se encuentra formada por 25 íconos que representan a las marcas que forman parte de su grupo. Dichos íconos también representan la filosofía de la marca, quienes son, qué hacen y cómo lo hacen.



El logotipo de IBM fue diseñado por Paul Rand en 1972. El efecto de interlineado se creó para dar sensación de dinamismo y movimiento. En los bloques planos que forman cada una de las letras podemos ver reflejada la ley de la proximidad.



La ley de cierre y la de figura y fondo son evidentes en el reconocido logotipo del canal de televisión MTV. El resultado del juego con la tipografía fue un diseño flexible que sigue en pie hasta hoy en día.

Este tipo es tu tipo **38** Psicología de la Forma

## Ejercicio: Psicología de la Forma

Seleccione una palabra relacionada con un artículo de su gusto, la cual usará como base para crear la representación gráfica de un elemento como una primera aproximación a la generación de un logotipo.

Utilizando una o dos letras de la palabra elegida, deberá aplicar los principios de la psicología de la Gestalt (de la forma) para crear la mayor cantidad de íconos o soluciones gráficas posibles. Este trabajo deberá ser realizado con lápiz o tinta en hojas blancas.

Al finalizar el proceso con las 9 leyes de la Gestalt, elija la mejor opción resultante para cada una de ellas. Deberá tener 9 opciones finales. Trabaja las 9 opciones en formatos tamaño carta (utilice un formato para la elaboración de 2 opciones). Este trabajo debe ser realizado utilizando tinta negra únicamente.

Realizadas sus 9 propuestas, elija la mejor de todas ellas para presentarla en un formato tamaño carta. Dicha propuesta contendrá la figura elegida y la palabra utilizada para el desarrollo del ejercicio unificados y organizados de manera estética para formar la representación final.

Presente su proceso a manera de desplegable colocando en la portada su propuesta final y sus datos. Presentación creativa.

¿Cree usted que la aplicación de las leyes de la Psicología de la Forma a la tipografía es útil para la generación de conceptos gráficos únicos, inusuales e impactantes?



Este tipo es tu tipo **39** Psicología de la Forma



LA TIPOGRAFÍA Y SU FUNCIÓN

dos

Realce del texto  
Jerarquías tipográficas  
Refuerzos semánticos  
Armonías tipográficas

## Realce del texto

Una página tras otra de texto continuo y sin interrupciones tiene un ritmo tranquilo y regular, muy adecuado para una novela, pero no para la mayoría de piezas comerciales como folletos o catálogos, donde las interrupciones visuales en el texto son totalmente necesarias para mantener el interés, causar impacto y romper la monotonía. Christopher Perfect (1994) en su libro **Guía completa de la tipografía** explica que hay muchas técnicas tipográficas que ayudan a realzar el texto, pero la habilidad del diseñador radica en saber cuándo, cómo y en qué cantidad utilizarlas. Un exceso tipográfico es capaz de estropear el diseño y reducir la legibilidad.

**La creación de énfasis**  
Las interrupciones naturales en el texto se crean con los encabezados principales, subtítulos y espacios. Sin embargo, estos factores por sí solos pueden no ser suficientes para mantener la atención del lector o para comunicar el mensaje eficientemente. La aportación de énfasis a las palabras o frases clave en un texto proporciona mayor interés, pero el estilo del tratamiento tipográfico dependerá del grado de énfasis aplicable a estas palabras. Una forma convencional de enfatizar una palabra o frase particularmente importante es emplear las cursivas.

Ahora no,  
ya es tarde

La aportación de énfasis en un texto proporciona mayor interés. El empleo de cursivas es un método convencional para lograrlo.

Este tipo es tu tipo **42** Realce del texto

Otro modo de crear gran impacto consiste en utilizar la caja alta para ciertas palabras o frases, pero no es conveniente abusar de este recurso, porque una serie de palabras en mayúscula pueden adquirir un aspecto chocante y abrumador.

Ahora no,  
YA ES TARDE

La forma más simple y contundente de crear interés en mediante las negritas, siempre y cuando el peso del tipo se adecue al grado de énfasis requerido.

Ahora no,  
ya es tarde

La combinación de tipos de estilos contrastados también es una forma efectiva de realzar textos.

Ahora no,  
ya es tarde

**Ejercicio:**  
Realce del texto

Utilice alguna expresión o jerga coloquial característica de su persona. Utilice el programa Word para aplicar los tipos de realce vistos a dicha frase.

Elija el resultado más interesante para imprimir en un formato tamaño carta. Coloque su nombre al pie de la frase.

¿Cree usted que la aplicación de los métodos para realce del texto permite que estos sean más interesantes para el lector?



Este tipo es tu tipo **43** Realce del texto

## Jerarquías Tipográficas

La jerarquización de los textos es una guía lógica que permite al diseñador variar o dirigir el orden de la lectura en una composición tipográfica, haciendo que el receptor se involucre en mayor grado con la pieza gráfica. Por medio de las jerarquías se revelan los diferentes niveles de importancia que presenta el texto. La jerarquía tipográfica presenta las letras de manera que las palabras más importantes se muestren causando un mayor impacto. Sin jerarquía tipográfica, cada letra, palabra y frase dentro de una pieza se vería igual. Tal como expresa Lupton (2011) en el libro **Pensar con tipos**, la jerarquía en los textos permite que el usuario pueda visualizar el texto de manera general y obtener la información clave. Permite que el lector evalúe rápidamente el texto y que sepa cómo acceder y como salir de él y cómo elegir entre el texto que se le ofrece.

La jerarquía tipográfica crea un contraste entre los elementos. El diseñador puede lograr una óptima jerarquización de textos a través de la manipulación de los tipos de letra, tamaño, peso, variación de caja e inclinación y color.

Una composición tipográfica que no presenta jerarquización de textos, es una composición que tendrá una lectura lineal, de arriba a la izquierda y abajo a la derecha. Es una composición que no presenta sorpresas y es ideal para los casos donde la lectura debe ser clara y directa, como en las páginas de un libro con texto de gran relevancia (Pepe, 2011, pág.74)

Este tipo es tu tipo **44** Jerarquías Tipográficas

Las jerarquías en una composición tipográfica pueden llevarse a cabo mediante la toma de decisiones de diseño respecto a los siguientes aspectos:

- Elección tipográfica
- Variables tipográficas
- Tamaño tipográficos
- Alineación
- Color
- Contraste

El orden de lectura secuencial en una pieza de diseño es definitivo al momento de definir la jerarquía tipográfica. El trabajo consciente sobre la secuencia de lectura debe tener como finalidad lograr un mayor compromiso del receptor con la pieza gráfica.

La jerarquía tipográfica crea contraste entre los elementos. Esto se logra a través de la utilización de los tipos de letra, tamaño, peso, letras mayúsculas y minúsculas, negrita o cursiva, orientación y color. Las combinaciones de estas herramientas de diseño se utilizan para crear tipografías en capas distintas.

**Niveles de jerarquización de textos**

**El fallido Y2K**

Hace veinte años, tanto las empresas como el Estado incurrieron en errores informáticos por un detalle técnico que hubiese podido costar millones de dólares, nada de esto sucedió.

Después de veinte años, casi todos los sistemas de información de este mundo, con la excepción de los sistemas Y2K, operan sin problemas de los preparativos de este milenio de los datos del futuro. El año es un número de dos dígitos. Los primeros diecisiete años del milenio son los años con los que se representaron los siglos desde el 1700 a. d. hasta el 1999. El 2000 como el 1 de enero de 2000.

Para presentarse adecuadamente en los sistemas informáticos, todos los países y empresas privadas establecieron normas prácticas de computación y comenzaron a implementar las normas del año 2000.

**NIVEL PRIMARIO**

**NIVEL SECUNDARIO**

**NIVEL Terciario**

Este tipo es tu tipo **45** Jerarquías Tipográficas

### Nivel Primario

El nivel primario de la tipografía comprende letras de gran tamaño. Estas abarcan titulares y cubiertas, los elementos que atraen a los lectores en el diseño. Esta tipografía es la más grande.

### Nivel Secundario

El nivel secundario de la tipografía comprende la información que tiende a ser analizada y que ayuda a los lectores a permanecer conectados con el diseño. Esto incluye elementos tales como subtítulos, citas, infografías y otros pequeños bloques de texto que añaden información al nivel primario. El diseño de estos bloques textuales se encuentra en un espacio cercano a los textos de mayor tamaño, pero por lo general, son mucho más pequeños que las letras en el nivel primario de la tipografía.

### Nivel Terciario

El nivel terciario de la tipografía comprende el texto principal del diseño. A menudo es uno de las tipografías más pequeñas, pero debe ser lo suficientemente grande como para ser completamente legible por todos los usuarios potenciales. El tipo de letra debe ser simple y consistente en el diseño, espaciado y el uso general.

## Registro de ciudadanos

## Registro de ciudadanos

HORARIO DE ATENCIÓN  
SEDES EN ÁREA METROPOLITANA

## Registro de ciudadanos

HORARIO DE ATENCIÓN  
SEDES EN ÁREA METROPOLITANA

Distrito 1: Lunes a Viernes 7 a 18 hrs.  
Sábado de 8 a 13 hrs.  
Distrito 2: Lunes a Viernes 8 a 17 hrs.  
Sábado de 8 a 12 hrs.

Este tipo es tu tipo

46

Jerarquías Tipográficas

Los contenidos complejos necesitan una jerarquía de muchos niveles. Podemos verlo en las revistas y ediciones periódicas, en las cuales es aplicado un formato tipográfico. Si existe una jerarquía bien definida, hay más probabilidades de que el usuario la respete de forma coherente. En los sitios web, la jerarquía contribuye a que estos sean accesibles para los usuarios.

Para el diseñador gráfico es habitual trabajar con grandes cantidades de texto. Los principios de jerarquía permiten que el texto sea fácil de asimilar y fácil de leer. Aplicadas efectivamente, las técnicas para aplicar jerarquía a los textos no solo harán que el diseño sea atractivo, sino también que sea más fácil de interpretar (Staff Digital, 2014).



Diseño de jerarquía tipográfica por Bright Pink para Smashing Magazine. Año 2013.



Diseño de periódico para Vigilant Media por Naorem. Año 2011.



Diseño de publicación por Jennifer CienFuegos, estudiante del Fashion Institute Design & Merchandising. Año 2014.



Diseño de portada agencia de publicidad SOUP. Año 2015.

1. El orden de lectura secuencial en una pieza de diseño es definitivo al momento de definir la jerarquía tipográfica. 2. Los principios de jerarquía permiten la organización efectiva de grandes cantidades de texto. 3. Las revistas y publicaciones periódicas reflejan la aplicación de un formato tipográfico basado en la jerarquización de contenidos. 4. En los sitios web, la jerarquía contribuye a que estos sean accesibles para los usuarios.

Este tipo es tu tipo

47

Jerarquías Tipográficas

## Ejercicio: Jerarquías tipográficas

Elija un texto que tenga una estructura recurrente, como un índice, un calendario de eventos o un fragmento de noticia. Analice la forma en la cual está organizada la información (título, subtítulo, cuerpo de texto, etc.)

Utilizando el programa Word, defina una forma de jerarquía visual que exprese la estructura de la información con la cual dispone. Dicha estructura debe ser simplificada al máximo para que el lector pueda encontrar la información que busca.

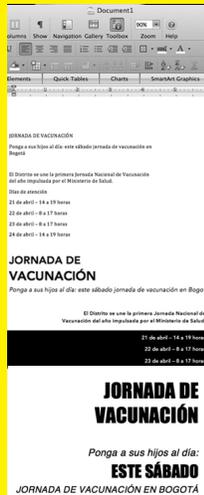
Trabaje variaciones de tamaño, peso, estilo y color para facilitar la comprensión de los diferentes niveles de jerarquía. Aplique creatividad a la organización jerárquica que proponga, incorporando los conocimientos adquiridos en temas anteriores. Presente 3 opciones de jerarquización creativa.

Utilice publicaciones impresas (periódicos o revistas) para realizar la búsqueda de ejemplos de jerarquización de textos. Recórteles, péguelos en hojas tamaño carta y señale en cada uno de ellos los diferentes niveles de jerarquización aplicados.

Presentar en folder tamaño carta con sus datos en la portada.

¿Considera que la jerarquización de textos es una herramienta eficaz para definir la relevancia de la información con la cual se trabajará una pieza de diseño y diagramación?

¿Existen limitaciones para la creatividad que pueda aplicarse para la jerarquización de contenidos?



Este tipo es tu tipo

48

Jerarquías Tipográficas

## Refuerzos Tipográficos

En muchas ocasiones ocurre en el ámbito de la comunicación visual que al diseñar una pieza gráfica la escritura alfabética por sí misma no es suficiente para lograr una comunicación realmente efectiva. Es por ello que mediante el uso y aplicación de algunos recursos retóricos permiten añadirle un valor adicional a la composición tipográfica, lo cual permite que, además de ser leído por el receptor, pueda ser interpretada. Entonces la tipografía deja de ser un elemento irrelevante y adquiere valor como forma. (Lepe, 2011, p.77)

### REFUERZO SEMÁNTICO

El refuerzo semántico es una manera de fortalecer y acentuar el significado de una composición tipográfica. En el refuerzo semántico las palabras se ven cargadas de un valor icónico con respecto a su valor lingüístico, es decir, su forma y representación visual añaden valor al texto. La interpretación de la composición tipográfica debe validar el mensaje emitido, permitiendo que el receptor se involucre con la pieza gráfica, lo cual favorece el proceso de comunicación.

El hablar de semántica hace referencia al significado de las palabras, por lo tanto cuando se habla de refuerzo semántico se refiere a la valoración de ese significado primario que tiene la palabra.

El refuerzo semántico permite que la composición tipográfica se cargue de un significado extra y que la comunicación se dé de forma más natural. Las palabras se cargan de un valor icónico. ("Patagonacomino", 2013).

Este tipo es tu tipo

49

Refuerzos tipográficos

**TIPOS DE REFUERZO SEMÁNTICO**

**Refuerzo por elección tipográfica**

La elección tipográfica por sí misma debe cumplir con la intención de revelar un mensaje, debe tener un sentido comunicacional. Si bien no existen tipografías que puedan ser catalogadas como "informales" o "serias", podemos encontrar en ellas detalles que sugieran características que puedan ser comprendidas como parte de la personalidad de un tipo. La denotación que tienen los atributos de un tipo puede ser utilizada en piezas donde su inclusión sea oportuna, donde dichos atributos sean pertinentes hacia el mensaje a comunicar.



**Refuerzo por adjunción**

Este se logra al adjuntar elementos externos a la tipografía.



**Refuerzo por sustitución**

En este tipo de refuerzo se sustituye alguna de las letras por un elemento icónico.



**Refuerzo por ausencia**

Se logra eliminando una letra o sección de la palabra.



**Refuerzo por deformación**

Este tipo de refuerzo se basa en la deformación de una o más letras de una palabra o frase.



**Refuerzo por tratamiento superficial**

Este se logra variando la dirección o alineación de las letras.



Este tipo es tu tipo **50** Refuerzos tipográficos

**Caligrama**

El caligrama puede ser considerado como un refuerzo semántico, teniendo en cuenta que las imágenes resultantes de este tipo de composiciones tipográficas se encuentran relacionadas con el contenido del texto, y por lo tanto refuerzan la significación del mismo. (Pape, 2011, p.79)



Los caligramas son textos en los que la tipografía se arregla para representar visualmente su contenido o mensaje.

La efectividad de la comunicación visual se potencia al emplear recursos retóricos, ya que estos añaden valor al mensaje y despiertan el interés del receptor.

Caligrama diseñado por Daniele, Tozzi, año 2015.

**Ejercicio:**

Refuerzos tipográficos

Tome como base para su trabajo diferentes SENTIMIENTOS O EMOCIONES (Alegría, furia, tristeza, miedo, etc.) Elija 6 para trabajar con ellos, aplicando los tipos de refuerzos semánticos vistos (excepto el caligrama). Deberá trabajar un refuerzo diferente para cada palabra, sin repetir ninguno de ellos.

Deja registro de su proceso de bocetaje en hojas en blanco. Trabaja la mejor propuesta resultante para cada uno de los tipos de refuerzo en formatos tamaño media carta. Utilice para ello tinta negra únicamente. Presente sus formatos a manera de desplegable sobre un soporte creativamente ejecutado.

¿Cree usted que el uso de refuerzos tipográficos es una herramienta útil para la transmisión de mensajes gráficos?



Este tipo es tu tipo **51** Refuerzos tipográficos



**CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE TIPOS**

tres

- Criterios compositivos
- Personalidad tipográfica
- Sensibilidad tipográfica
- Color en la tipografía

**Criterios compositivos**

Existen una serie de criterios que deben considerarse al realizar piezas gráficas que incluyan composiciones tipográficas, los cuales deben ser tomados en cuenta al tomar decisiones básicas de diseño. Estos criterios obedecen a aspectos como la selección de la tipografía, el empleo de contrastes, el color y la aplicación de direcciones y alineaciones (Pepe, 2011, pag 68).

**SELECCIÓN TIPOGRÁFICA**

La selección tipográfica y la forma en que la tipografía se distribuye en una pieza gráfica pueden ayudar a reforzar el mensaje o a contrarrestarlo.

Todas las tipografías tienen una personalidad propia, y esta puede ser utilizada para denotar aspectos puntuales en la realización de una pieza gráfica. Algunas tipografías pueden denotar informalidad y ser relacionadas con temáticas juveniles. Las romanas, por ejemplo, pueden denotar formalidad y autoridad. Los tipos poseen características que aclaran el contenido de las palabras que representan. Tienen personalidad y actitud, y son capaces de expresar una amplia gama de emociones.

En cuanto a la legibilidad, los textos largos son legibles con mayor facilidad cuando se presentan en caja baja y tipografías romanas. Para los textos cortos se recomiendan las tipografías palo seco con trazos de grosor regular.

Este tipo es tu tipo **54** Criterios compositivos

**El contraste**

El contraste tipográfico también es una manera efectiva para la jerarquización de contenidos, pero es importante el realizar suficientes pruebas ya que no hay reglas que puedan guiar el trabajo del diseñador. El contraste permite crear puntos de interés que permitan guiar al receptor en el recorrido de la pieza gráfica.

Para la aplicación de contrastes es necesario tomar en cuenta las siguientes consideraciones generales:

- Es adecuado que las tipografías elegidas presenten un alto contraste respecto a su peso visual.
- Es conveniente utilizar estilos que se diferencien bien en cuanto a su morfología.
- Tomar en cuenta el tamaño del cuerpo tipográfico en cada uno de los estilos utilizados, ya que este varía en cada familia y es preciso corregirlo si se pretende igualarlo o acentuar la diferencia entre ellos.

**Hábitos lectores**

Un aspecto de suma importancia al momento de seleccionar una tipografía son los hábitos lectores del receptor, ya que estos están marcados por los diferentes contextos que nos rodean (sociales, económicos, tecnológicos, etc.).

En el caso de los libros, los textos deben ser creados para ser leídos con comodidad, por lo cual la elección de un tipo con formas extrañas y composiciones complejas no son recomendables para ellos.

**Propósito del texto**

El saber qué es lo que se pretende lograr con el texto o qué tipo de pieza se realizará con él es indispensable para la elección tipográfica, ya que esto nos permitirá seleccionar un tipo que proporcione el "tono" que deseamos. La naturaleza del trabajo que se realizará es una de las interrogantes más importantes a solucionar.

**Legibilidad y lecturabilidad**

Estos dos conceptos se complementan para lograr textos armoniosos y fáciles de abordar. La legibilidad es la facilidad con la que se identifican los caracteres que forman un alfabeto y se basan en las características del tipo: Contrastes, remates, contrastes en trazo, etc). La lecturabilidad hace referencia a la comodidad con la que se lee un texto compuesto. Entre sus características podemos encontrar: tamaño de línea, interlineado, espacio entre letras y entre palabras.

Ambos forman parte de aspectos técnicos a evaluar en la elección de una tipografía y tiene relación directa con las características de los destinatarios del texto. Una persona de edad avanzada tiende a tener mayor dificultad para leer textos en tipos de tamaño reducido que una persona joven.

¡HAZLO AHORA!  
hazlo ahora!  
hazlo ahora! } 36 pt

Este tipo es tu tipo **55** Criterios compositivos

Como diseñadores, parte fundamental de nuestro trabajo es seleccionar textos con altos grados de legibilidad y lecturabilidad. Debemos elegir tipos legibles y posteriormente hacerlos lecturables.

Tomando en cuenta los aspectos anteriormente descritos la tipografía, además de cumplir su función de comunicación, se convierte en un elemento expresivo a nivel cultural, gráfico y estético ("Unos tipos duros", 2014).

**a a**  
Legible

Paul Rand fue un diseñador gráfico estadounidense muy reconocido en gran parte por el diseño de marcas institucionales.  
Lecturable

**QUÉ HACER Y QUE NO HACER AL ELEGIR UN TIPO DE LETRA:**

Algunos puntos de vista a considerar al elegir y utilizar un tipo de letra.

- Empezar con algunas tipografías básicas y aprender como usarlas de forma correcta.
- Dejar espacios en blanco. La frase "Menos es más" se aplica al diseño y a la tipografía. No es necesario llenar todo el espacio disponible, de hecho, el espacio en blanco hace énfasis en el tipo y crea interés.
- Tomar en cuenta el mecanismo de reproducción del diseño al seleccionar el texto.
- Considerar cómo se verá el tipo en el tamaño en el que desea utilizarlo. El cambio de escala afectará la apariencia inicial del tipo elegido.
- No se debe optar por un texto demasiado grande. Un texto pequeño con un interlineado amplio es a menudo más fácil de leer que un texto grande con un interlineado apretado.
- No ajusta la medida del tipo para que se ajuste a un espacio. Priorice en un tamaño de punto que sea legible y ajuste el interlineado y el ancho del bloque en relación al mismo.
- No utilice tipos muy delgados. Podrían perderse al imprimirse.
- No distorsione el tipo con las herramientas de sus programas de diseño. Los tipos que son expandidos de forma digital, inclinado o condensado lucen como trabajos de aficionado y resultan molestos a la vista. (Strizver, 2006, pag 76)

Este tipo es tu tipo **56** Criterios compositivos

**Personalidad tipográfica**

Las letras son unidades básicas de información dotadas de un poder simbólico fuertemente establecido en nuestra memoria debido al aprendizaje. Como elementos forman conjuntos complejos, capaces de transmitir información conceptual asociada a seres, objetos, sentimientos, etc. ("Vitamina gráfica", 2013)

Las letras tienen la capacidad de expresarse por medio de sus atributos formales, los cuales moldean su personalidad gráfica. Características como su trazo, peso y la forma en la que su diseño interactúa con el espacio donde se encuentran definen su nivel de impacto y sus posibilidades de comunicación y desarrollo visual.

Cada tipografía aprovecha de forma distinta sus cualidades formales. El modo en que un tipo se combina con otro genera una amplia gama de posibilidades de expresión, que son muy útiles para representar cualquier necesidad de comunicación.

La personalidad de la tipografía son todas aquellas características que diferencian una tipografía de otra. El adjudicarle personalidad a un tipo tiene como finalidad que el mensaje transmitido concuerde con las características del tipo elegido.

Cada fuente y familia tipográfica posee características que las diferencian de otras, que las hacen únicas y aportan personalidad al texto. Cada fuente conlleva un carácter, y este debe ser bien aprovechado por los diseñadores para transmitir los mensajes de manera correcta. La fuente seleccionada debe ser la que mejor represente el mensaje que se desea transmitir ("atocreative", 2009).

Este tipo es tu tipo **57** Personalidad tipográfica

La personalidad tiene diferentes sentidos:

**Sentido estético:** La tipografía como elemento de diseño. El estilo, tamaño, alineación, peso, etc. Todos estos elementos causan un impacto psicológico, transmitiendo al receptor la personalidad detrás del texto.

**Sentido funcional:** Si es clara y fácil de leer, o si buscando mayor impacto y atención del receptor, es un tipo de mayor grado de complejidad.

**Cómo nos afectan las tipografías**

Cada tipografía provoca una emoción, comparte historias e influencia en el comportamiento del ser humano. Todas las fuentes tienen unos rasgos morfológicos y un diseño identificativo que permite clasificarlas en diferentes familias, por eso cada una de ellas transmite unas sensaciones y unos conceptos e ideas determinados.

**Romanas:** Generan sensación de classicismo, formalidad, tradición, religiosidad, delicadeza y refinamiento.

**Egipcias:** Transmiten fuerza, hacen referencia a industria, contundencia y precisión.

**Sin serif:** Transmiten modernidad, fuerza, dinamismo, potencia y actualidad.

**Misceláneas:** Son fuentes muy variadas y con mucha personalidad. Por ejemplo, las caligráficas denotan elegancia, refinamiento, fragilidad y delicadeza. Las script reflejan espontaneidad, juventud y rebeldía. Las góticas hacen referencia a antigüedad, crueldad y oscuridad.

**LEGADO DE SIGLOS**  
Tostadería de Familia  
*Bodoni Svytlo ITC IT*  
- Romano moderno

**GRAN TORO**  
Variedad en Asados  
*Rockwell Extra Bold*  
- Egipcio

**EL OJO URBANO**  
Noticias cerca de ti  
*Keep Calm Medium*  
- Sans Serif Humanística

**¡DÍAS DE LUZ!**  
Educación Pre escolar  
*Quikboard*  
- Decorativa

*Espléndida*  
*Darleston*  
- Caligráfica

Este tipo es tu tipo **58** Personalidad tipográfica

Vamos lo anterior explicado de una manera más comprensiva. A continuación realizaremos un análisis tipográfico tomando en cuenta la personalidad de varias tipografías. Eso nos ayudará a saber qué tipografía podemos utilizar según sea la necesidad de comunicación.

**Book Antigua - Romano de transición**

Con este tipo imaginamos a un hombre maduro, profesional retrado; quizás, muy culto y con un gran gusto por la lectura.

**Mandingo - Decorativa**

Con este tipo de letra imaginamos a una niña de 10 años. Alegre, activa, muy espontánea y juguetona.

**Cooper Black - Egipcio**

Este tipo nos refiere a un hombre regordete, joven adulto que aún no es del todo maduro. Simpático, siempre rodeado de amigos.

**Avenir - Sans Serif Geométrica**

Este tipo nos hace imaginar a una mujer adulta, elegante, formal, delicada y muy refinada.

Con este tipo imaginamos a una joven estudiosa, a la que le gusta estar actualizada. Muy seria, pero gentil y accesible.

Este tipo es tu tipo **59** Personalidad tipográfica

La anterior comparación, llevada al mundo del diseño gráfico, puede compararse con un **casting** o un proceso de selección en el cual decidiremos cuál es el tipo adecuado para el proyecto que realizaremos.

Sólo es necesario tomar el tiempo par sentir a la tipografía, verla como una persona por medio de la cual enviaremos un mensaje, que explique el tema y aclare las dudas de nuestro receptor. (Aharonov, 2011, pág.63)

**Diversión**

Es necesario evaluar la elección tipográfica que haremos para que el mensaje sea apreciado de la manera que esperamos.

**Ejercicio:**  
Personalidad tipográfica

Para este ejercicio se basará en las 3 personas que se encuentran en el área de RECURSOS. Cada una de ellas cuenta con una breve descripción de su personalidad y su perfil. Con esta información podrá obtener el retrato psicológico de cada una de ellas.

Deberá realizar la selección de un estilo de tipografía para representar a cada persona. Utilice como referencia los tipos que se encuentran en el área de RECURSOS. En una hoja tamaño carta deberá escribir el nombre de los 3 personajes con el tipo elegido para cada uno de ellos y una breve explicación de por qué la tipografía elegida es adecuada para ella.

Obtenga una imagen de uno de los personajes por medio de internet e imprímala en un formato tamaño carta. Sobre la imagen deberá colocar el nombre del personaje con el tipo elegido utilizando la técnica de corte y pegado. Utilice para el texto únicamente el color blanco o negro.

Presentar el ejercicio en un formato doble carta.

*Marilyn*

Este tipo es tu tipo **60** Personalidad tipográfica

**Sensibilidad tipográfica**

De la misma forma en la cual le agregamos sentimiento y expresividad a lo que expresamos oralmente, es necesario que manifestemos en mismo interés al comunicar ideas por escrito.

Aspectos como la inflexión de voz obviamente no pueden agregarse a un texto, pero es ahí donde podemos aplicar la belleza y flexibilidad de la tipografía. Los sentimientos pueden ser expresados por medio de la forma de la tipografía. Para eso es necesario saber cuál es el mensaje que transmite cada tipografía (Aharonov, 2011, pág.59).

Debemos tener presente que el diseño de la tipografía es a la escritura, lo que el tono de voz es a la palabra hablada. El pretender hablar o decirlo todo con el mismo tono de voz podría resultar absurdo. Es muy probable que nosotros mismos no utilizemos el mismo tono de voz para dirigirnos a diferentes personas. Así como nuestro cerebro recrea formas visuales a partir de la descripción de los sonidos, la forma visual de un tipo es capaz de crear una sensación en el receptor. Es necesario saber cuál es el propósito que se desea lograr para saber qué tipografía utilizar (De Gregorio, 2008).

En el ámbito del diseño, muchas veces se suele prestar escasa atención a la tipografía y eso tiene consecuencias. El mensaje pierde fuerza, riqueza expresiva y matices interesantes.

Este tipo es tu tipo **61** Sensibilidad tipográfica

La tipografía dentro del diseño es un ser que narra mensajes, que introduce al receptor en el tema que se está desarrollando. Las letras tienen voz, y es por eso que pueden ser apropiadas o no para narrar ciertas historias, textos y mensajes. Es necesario que en el texto exista un narrador que nos permita sumergirnos en los mensajes que recibimos, y no en un punto de vista meramente retórico, sino en la vida que aportan al texto la forma de las letras.

A principios de diciembre, la Cumbre de París acordaba como línea roja fundamental que había que conseguir que la Tierra no se calentara más de 2°C sobre el nivel de referencia. Cuando estudiamos el aumento de temperatura a nivel mundial, se toma como 'línea base' la temperatura media entre los años 1850 y 1899. Aunque esta medida es convencional, nos permite controlar el calentamiento real y evaluar sus consecuencias. Y esos 2°C constituyen el punto en el que el cambio climático empieza a ser realmente peligroso.

A principios de diciembre, la Cumbre de París acordaba como línea roja fundamental que había que conseguir que la Tierra no se calentara más de 2°C sobre el nivel de referencia. Cuando estudiamos el aumento de temperatura a nivel mundial, se toma como 'línea base' la temperatura media entre los años 1850 y 1899. Aunque esta medida es convencional, nos permite controlar el calentamiento real y evaluar sus consecuencias. Y esos 2°C constituyen el punto en el que el cambio climático empieza a ser realmente peligroso.

A principios de diciembre, la Cumbre de París acordaba como línea roja fundamental que había que conseguir que la Tierra no se calentara más de 2°C sobre el nivel de referencia. Cuando estudiamos el aumento de temperatura a nivel mundial, se toma como 'línea base' la temperatura media entre los años 1850 y 1899. Aunque esta medida es convencional, nos permite controlar el calentamiento real y evaluar sus consecuencias. Y esos 2°C constituyen el punto en el que el cambio climático empieza a ser realmente peligroso.

Para seleccionar la voz y el narrador más adecuado debemos prestar atención a las necesidades de nuestro proyecto. El mensaje y el conductor del mensaje deben trabajar juntos para conectarse con el receptor. Para entender el concepto recurriremos a algunos ejemplos en los cuales se presentará el mismo texto con diferentes aplicaciones de tipografía, ejemplificando la forma en que esta afecta la percepción del mensaje.

La tipografía utilizada en este ejemplo transmite informalidad, y es una voz que carece de la seriedad necesaria para el tema del cual trata el texto.

Es muy probable que hayamos visto el uso de un tipo como este para temas relacionados con política o de interés mundial. Refleja formalidad y aporta seriedad al tema en cuestión.

El tipo utilizado en este ejemplo remite mucha antigüedad y anula la relevancia y actualidad del contenido. Resulta anticuado y poco claro.

Este tipo es tu tipo **62** Sensibilidad tipográfica

La experimentación nos permitirá conocer los puntos fuertes de los tipos que utilizamos. Toda tipografía es efectiva si la colocamos en el lugar apropiado. Debemos esforzarnos y conocerlas como si fuesen personas. ('Creativos online', 2014)

Es necesario que sepamos cuál es el propósito que deseamos lograr para saber qué tipografía utilizar. El énfasis que cada tipografía da al texto es muy diferente según su estilo, y es por ello que debemos conocer qué transmite cada una de ellas y utilizar esa característica en favor del mensaje a comunicar.



Diseño por Samantha Johnson, año 2014

## Ejercicio: Sensibilidad tipográfica

En el área de recursos encontrará 4 textos, los cuales debe transcribir en el programa Word. Aplique a cada texto 3 diferentes tipos de letra, los cuales sean a su criterio acordes al tema del texto en cuestión y cuya voz aporte sensibilidad al mensaje. Utilice una hoja tamaño carta para cada mensaje, teniendo al finalizar 4 hojas tamaño carta con 3 opciones de texto dentro de cada una de ellas. Escriba bajo cada ejemplo el nombre y familia de la tipografía utilizada, y al pie de la página escriba por qué los tipos elegidos son adecuados para cada mensaje.



**Si de cocina hablamos,**  
**no hay nada como la cocina francesa!**

**Si de cocina hablamos,**  
**no hay nada como la cocina francesa!**

**Si de cocina hablamos,**  
**no hay nada como la cocina francesa!**

**Si de cocina hablamos,**  
**no hay nada como la cocina francesa!**

**Si de cocina hablamos,**  
**no hay nada como la cocina francesa!**

Posteriormente, utilice periódicos, revistas y demás publicaciones impresas para realizar la búsqueda de ejemplos de sensibilidad tipográfica, tanto aplicaciones correctas como erróneas. Mínimo 3 ejemplos por cada una.

Presente los resultados del ejercicio en un folder, añadiendo una carátula creativa.

Este tipo es tu tipo **63** Sensibilidad tipográfica

## Color en la tipografía

### Color en la tipografía

En el libro **Typography Workbook** el autor Timothy Samara (2004) define el color tipográfico en una composición como las cualidades de textura, luminosidad y oscuridad relativa de los elementos tipográficos. Pero el color cromático –la diferencia en la percepción entre los colores como azul, rojo y naranja– puede también jugar un papel definitivo en la tipografía. Una composición blanco y negro, por ejemplo, puede exhibir un color tipográfico muy dinámico aún cuando la letra aparezca únicamente en negro. Esa misma composición puede mejorarse aplicando color a los elementos para añadir expresión, dimensión y claridad informativa.

Los atributos básicos del color son tono, saturación, valor y temperatura. Cada atributo afecta al mismo color de diferentes maneras. Oscurecer un color tiende a reducir su intensidad, de la misma forma al aclararlo. Cambiando la temperatura del color afectamos su tonalidad relativa. Comprender cómo los colores trabajan ópticamente es un paso importante para entender cómo estos afectan a la tipografía.

La elección del color que aplicaremos en la tipografía es un factor que puede poner puntos a favor o en contra a nuestro diseño, dependiendo de las decisiones que tomemos. Conocer el comportamiento del color y sus características nos permite fortalecer la comprensión de lo que queremos comunicar.

Cada color tiene un significado determinado. Dicho significado debe estar en armonía con los colores de los elementos gráficos utilizados en la diagramación de una pieza. El color aplicado a la tipografía debe generar suficiente contraste para generar un equilibrio visual y al mismo tiempo llamar la atención del lector.

Este tipo es tu tipo **64** Color en la tipografía

El diseñador enfrenta un reto al diseñar con tipografía y color, ya que al unir las fuerzas de esos dos elementos, las probabilidades de error suelen aumentar, aunque también los atributos expresivos del tipo pueden potenciarse en gran manera. Alcanzar el equilibrio entre color y tipografía es esencial para el diseño.

#### Aspectos formales del color:

Cada color es definido por 4 cualidades esenciales: Tono, saturación, valor y temperatura. Tono se refiere a la identidad esencial del color: rojo, amarillo, naranja. La saturación se refiere a la intensidad del color. Un color saturado es muy intenso y vibrante. Los colores opacos son desaturados. El valor del color es el aspecto que se relaciona de manera más cercana al color tipográfico –Es claridad u oscuridad. El amarillo se percibe como un color claro y mientras el violeta se percibe como un oscuro.

La percepción de estas características del color es relativa, cambia cuando diferentes colores entran en contacto. La percepción de la saturación es la más absoluta. Un color es visto y se sea como azul o verde. Sin embargo, si dos azules similares son colocados uno a la par del otro, uno puede ser percibido con mayor carga de rojo en el y otro con mayor carga de verde. Ese cambio de percepción solo sucede cuando 2 colores se colocan lo suficientemente cerca como para ser comparados. El valor del color, la temperatura y saturación también parecen cambiar cuando se traen a contexto con otro color. Un azul puede parecer más oscuro contra un elemento de color blanco pero puede parecer más claro contra un elemento de color negro. Un rojo puede parecer más cálido contra un violeta pero más frío contra un amarillo naranja. Colores que son similares en su valor mejoran su intensidad entre sí, pero su diferencia óptica se vuelve menos distintiva.

Tono	Saturación	Valor	Temperatura
La identidad de un color	Intensidad de un color	Oscurecimiento o claridad de un color	Caldiez o frialdad de un color
Amarillo	Menos saturado	Valor más oscuro	Más frío (hacia el azul)
ROJO- Color en comparación	Rujo	Rujo	Rujo
Azul	Más saturado	Valor más claro	Más cálido (hacia el amarillo)

Este tipo es tu tipo **65** Color en la tipografía

El color es mi obsesión diaria, la alegría y el tormento.

## El color

El color en la línea que tiene un tipo en tamaño pequeño luce más oscuro (y menos colorido) que el que aparece en la línea con un tipo de tamaño mayor, aún cuando el color es el mismo en ambos ejemplos. Tampoco se ve tan colorido o brillante como el recuadro del mismo color.

### Color y espacio:

El color exhibe un gran número de cualidades espaciales. Los colores fríos parecen retroceder mientras los colores cálidos parecen avanzar.

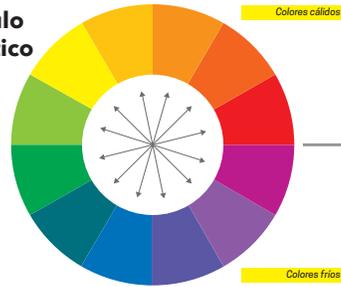
El color cromático puede tener un impacto extraordinario en el color tipográfico de los elementos a los cuales es aplicado. El valor relativo de los colores es un aspecto que demanda extremo cuidado en relación a cómo este afecta la legibilidad, especialmente en instancias en donde un fondo de color interactúa con tipografía de color. Mientras sus valores sean más cercanos, el contraste entre la tipografía y el fondo disminuye, y el tipo se vuelve menos legible. El efecto del color en la jerarquía dentro de una composición es muy marcado.

Así como cambian los valores, la saturación y la temperatura del tipo y del fondo, así también cambia su apariencia en relación al espacio, al igual que su legibilidad.



Este tipo es tu tipo **66** Color en la tipografía

## El círculo cromático



### Colores primarios



### Colores secundarios



### Colores terciarios



### Colores complementarios



Representación del círculo cromático más común, el utilizado por artistas pictóricos. Los colores primarios de la rueda se combinan también con los secundarios, cada uno de los cuales representa una combinación de primarios adyacentes. También se incluyen seis terciarios, con los que se obtiene un total de 12 colores.

Los colores cálidos son los que se encuentran en la parte superior del círculo, y los denominados fríos se encuentran en la inferior.

Los colores complementarios son los que se encuentran opuestos en el círculo cromático.

Este tipo es tu tipo **67** Color en la tipografía

### Visibilidad y legibilidad

Según la web Proyectacolour (s.f.), uno de los factores más importantes de los textos, que influye sobremanera en la legibilidad de los mismos, es el contraste entre estos y el fondo sobre el que se sitúan. Un contraste adecuado hace que los textos se lean bien y que su lectura no cansa al lector, condición muy importante en obras de contenido textual importante. Si el tipo se disminuye en tamaño, debe incrementarse la fuerza de contraste de color. Los colores azul y naranja, complementarios al estar totalmente saturados, presentan un contraste tonal pleno, pero cuando ese contraste se aplica a un tipo y su fondo los bordes de las letras tienden a temblar y eso complica la lectura. Eso ocurre porque el brillo de ambos rivaliza y demanda atención propia. Eso puede solucionarse cambiando el valor de uno de los dos para que sea más claro o más oscuro. Un texto en color amarillo sobre fondo blanco pierde relevancia, ya que ninguno de los dos resalta por ser ambos colores claros, pero si el fondo fuera negro, el amarillo tomaría fuerza. Según algunos estudios, la letra más legible es la negra sobre fondo amarillo.

Por otra parte, si dos colores análogos están demasiado cerca en el círculo cromático y no aportan suficiente contraste de tono o valor, deberían reajustarse para aguzar dicho contraste. Un buen principio es tomar colores que no estén directamente enfrentados ni estén demasiado próximos en el círculo cromático. Deben buscarse colores compatibles, pero también colores que difieran en valor e intensidad.

Cuando tenemos que buscar un color para asociar a un tipo, lo primero que deberemos de examinar son los objetivos del trabajo que tenemos que realizar y el público al que va dirigido. Cada proyecto está destinado a públicos con preferencias y necesidades distintas, por lo cual el color aplicado al tipo debe ser evaluado.

Tendremos que tener también en cuenta las cualidades y características de cada tipo, ya que un tipo muy fino o estrecho, o una letra de trazo puede parecer muy débiles o ilegibles si los tonos son muy similares o si los valores están demasiado próximos. Por lo tanto, debe de existir contraste suficiente para proteger la fidelidad de las letras. ("WebTaller", 2011)

NEGRO SOBRE BLANCO	BLANCO SOBRE AZUL
NEGRO SOBRE AMARILLO	BLANCO SOBRE VERDE
NARANJA SOBRE BLANCO	ROJO SOBRE AMARILLO
VERDE SOBRE BLANCO	ROJO SOBRE BLANCO
VERDE SOBRE NEGRO	BLANCO SOBRE NEGRO
BLANCO SOBRE NARANJA	AMARILLO SOBRE NEGRO

Figura de los pares de color que representan la mejor visibilidad cuando se aprecian a distancia. Algunos de ellos son muy utilizados en señalética urbana. (Proyectacolour, s.f.)

Este tipo es tu tipo **68** Color en la tipografía

### Distinción jerárquica mediante el uso del color

El aplicar color en una composición tipográfica tendrá un efecto inmediato en la jerarquía. La distinción de los colores puede aumentar en gran manera la percepción de la profundidad espacial y aporta mayor fuerza en la separación entre los niveles jerárquicos. Por ejemplo, si el nivel primario de la jerarquía se muestra en un tono rojo naranja muy vibrante, mientras el nivel secundario se muestra en un tono gris frío, los dos niveles de la jerarquía podrán ser separados visualmente en un mayor grado. A pesar de que el valor de los colores es similar, el texto en naranja parece avanzar y el texto en gris retroceder. La aplicación de color al fondo de una composición puede mejorar aún más la jerarquía. El texto en un color, colocado en un fondo de otro color, puede unirlos mucho o separarlos buscamente, dependiendo de la relación entre ambos colores. Si el color de la letra y el fondo tienen mucha relación, ambos elementos ocuparán una profundidad espacial similar. Si ambos son completamente diferentes en su naturaleza, los dos ocuparán una profundidad espacial muy diferente. Es muy importante mantener un contraste considerable entre el color del tipo y el color del fondo para que el texto permanezca visible.

El color también puede ser utilizado para enlazar componentes informativos que estén relacionados dentro de la jerarquía de la composición. Por ejemplo, en el cartel de un evento, a la información relacionada con el lugar y la fecha puede asignarse un color en particular, y dicho color pueda relacionarse con el título del evento. La relación de color entre dos elementos informativos crea un enlace significativo para el usuario y sirve para aclarar la información (Samara, 2004, pág.106).



El uso del color en general establece un orden jerárquico y los cambios de color ayudan a distinguir la relevancia y relación entre los elementos tipográficos. El uso de contraste y saturación de color también contribuyen a definir rangos de importancia en la jerarquía.

Este tipo es tu tipo **69** Color en la tipografía



de tipos *Combinación de tipos*  
de tipos *Combinación de tipos*

## Combinación de tipos

Según Ilene Strizver (2006) en el libro **Type Rules**, una interrogante frecuente para los diseñadores es cómo mezclar los tipos de letra, o más específico, cómo mezclarlos de forma eficaz. Al elegir un tipo de letra fuera de la familia primaria que se está utilizando, hay algo fundamental que debe tomarse en cuenta: EL CONTRASTE. Un error común es usar dos o más tipos que tienen estilos muy parecidos, por lo que el cambio no es lo suficientemente apreciable para el propósito original y resulta siendo tan sutil que le resta coherencia al diseño.

La combinación de tipos se utiliza cuando se pretende enfatizar o separar un pensamiento, frase o texto. Las diferencias visuales deben ser claras para que se logre de manera efectiva.

Combinar tipos tiene como fin primordial la integración de diferentes tipos que representen valores diferentes: estilo, peso, textura, inclinación, etc. La mezcla busca contrastes en vez de armonía, diferencias marcadas en lugar de transiciones simples. La mezcla otorga un valor a cada uno de los tipos utilizados. (Lupton, 2011, pag 54)

**Amor & LOCURA**  
**Amor & LOCURA**

La combinación de tipos es utilizada cuando se pretende enfatizar o separar un texto. Para que la combinación resulte efectiva, las diferencias visuales deben ser claras.

Este tipo es tu tipo **74** Combinación de tipos

Estos principios básicos deben tomarse en cuenta para mezclar tipos de forma correcta:

<b>Serif vs. Sans Serif</b> Una buena regla general al combinar tipos es mezclar tipos con remates con tipos palo seco. Por lo general hay fuertes diferencias entre ellos y estas permiten alcanzar el contraste que se busca.	de remate
<b>Liviano vs. Pesado</b> Usando tipos más livianos o pasados se crea un fuerte contraste visual. Debe asegurarse de que el tipo sea lo suficientemente pesado, ya que si la diferencia no es perceptible se creará una débil transición visual.	pesos <b>pesados</b>
<b>Grande vs. Pequeño</b> El cambio de tamaño hace énfasis y distinción en partes específicas del texto, como en un título o subtítulo.	pequeños <b>detalles</b>
<b>Expandido vs. Regular (o regular vs. Condensado)</b> Un texto dividido en dos partes utilizando cualquiera de esas técnicas puede crear un poderoso contraste.	ahorrando espacio
<b>Mayúsculas vs. Minúsculas</b> Es otra manera de conseguir variaciones en el texto. Hay que tener especial cuidado en el uso de textos en mayúsculas, ya que si son muy amplios reducen la legibilidad.	<b>ATENCIÓN por favor</b>
Una misma familia tipográfica puede darnos variedad de opciones para la combinación de tipos. Las versiones de dicha familia pueden mezclarse para generar diferentes soluciones.	<b>Futuri bold italic</b>

Este tipo es tu tipo **75** Combinación de tipos

## COMO MEZCLAR fuentes

**ALTAS Y DELGADAS con una script gruesa**

**CAJA ALTA BOLD con una sencilla caja baja**

*Prueba una con vueltas CON UNA PESADA*

**Y NO OLVIDES QUE los opuestos se atraen!**

Fuente: DESIGNSBYNICOLINA.BLOGSPOT.COM

Este tipo es tu tipo **76** Combinación de tipos

**Errores comunes al combinar tipos**  
Según Josh Johnson (2014) el sitio web CreativeMarket, es fácil verse envuelto en errores simples en algún momento del trabajo mezclando tipografías. Uno de los más comunes en los cuales se puede caer es utilizar muchas tipografías dentro de una pieza sencilla. Hacer una selección cuidadosa de los tipos que se utilizarán en las diferentes secciones o textos es crítico para cualquier diseño, pero puede ser difícil. A continuación se presentan 5 errores de diseño muy comunes al momento de mezclar fuentes.

**Cambiar tipografías con mucha frecuencia:** Mezclar y combinar tipos puede ayudar a crear secciones en el documento. También puede cambiar la actitud del lector al contenido de manera sutil y efectiva. Pero si esto se hace con demasiada frecuencia el lector se sentirá desorientado acerca de la finalidad de la información que está recibiendo. Además, el exceso de combinaciones hará que el texto luzca desordenado.

**Dimensiones no apropiadas para las fuentes:** Las fuentes tienen tamaños óptimos en los cuales lucen mejor. Hay fuentes que tienen mejor desempeño cuando se presentan en tamaños grandes, titulares por ejemplo, y otras que son más adecuadas en tamaños menores, como para el cuerpo del texto. Algunas fuentes pueden utilizarse en ambos casos, pero muchas simplemente no funcionan. Esto tiene mucho que ver con el espaciado entre letras y líneas, pero aún más importante, con la forma misma de las letras. Nunca se debe renunciar a la legibilidad por añadir estilo a la tipografía.

**Fuentes mal empleadas:** Si bien algunas fuentes tipográficas se caracterizan por su versatilidad, algunas evocan respuestas muy claras de los lectores. Si este factor no es tomado en cuenta al elegir el tipo, el texto puede resentirse.

**Utilizar fuentes muy similares:** Entre algunos tipos hay diferencias muy sutiles o apenas distinguibles. Tiene que haber una considerable diferencia entre las fuentes que se utilizarán o simplemente deben ser reemplazadas. Si no hay una diferencia marcada, será confuso para el lector. De igual manera que al utilizar muchas fuentes, si las fuentes utilizadas son muy similares el lector puede concentrarse en establecer sus diferencias, más que en el texto en sí. La diferencia añade jerarquía y propósito al texto.

**Usar estilos que choquen entre sí:** Cuando se mezclan fuentes, se debe prestar mucha atención a los detalles. Aún cuando las pequeñas diferencias entre los estilos pueden hacer que los textos luzcan unificados, es muy fácil cometer errores. Pueden utilizarse varias fuentes de la misma familia, si se buscan cambios más drásticos se debe cuidar que los tipos elegidos sean proporcionales, o para algo más llamativo utilizar tipos totalmente opuestos. Pero se debe ser cuidadoso, ya que a mayor contraste mayor probabilidad de choque.

**BUENO PARA UN TITULAR**  
PERO UTILIZADO EN EL CUERPO DEL TEXTO PERDIDA DE LA LEGIBILIDAD DEL TEXTO. ES MUY IMPORTANTE TENER EN CUENTA CUALS TITULARES DE GRANDES Y PESADOS BLOQUES DE TEXTO.

**PON MANOS A LA OBRA**

**MENOS ES MAS**

Este tipo es tu tipo **77** Combinación de tipos

de tipos *Combinación de tipos*  
de tipos *Combinación de tipos*

## Combinación de tipos

Según Ilene Strizver (2006) en el libro **Type Rules**, una interrogante frecuente para los diseñadores es cómo mezclar los tipos de letra, o más específico, cómo mezclarlos de forma eficaz. Al elegir un tipo de letra fuera de la familia primaria que se está utilizando, hay algo fundamental que debe tomarse en cuenta: EL CONTRASTE. Un error común es usar dos o más tipos que tienen estilos muy parecidos, por lo que el cambio no es lo suficientemente apreciable para el propósito original y resulta siendo tan sutil que le resta coherencia al diseño.

La combinación de tipos se utiliza cuando se pretende enfatizar o separar un pensamiento, frase o texto. Las diferencias visuales deben ser claras para que se logre de manera efectiva.

Combinar tipos tiene como fin primordial la integración de diferentes tipos que representen valores diferentes: estilo, peso, textura, inclinación, etc. La mezcla busca contrastes en vez de armonía, diferencias marcadas en lugar de transiciones simples. La mezcla otorga un valor a cada uno de los tipos utilizados. (Lupton, 2011, pag 54)

**Amor & LOCURA**  
**Amor & LOCURA**

La combinación de tipos es utilizada cuando se pretende enfatizar o separar un texto. Para que la combinación resulte efectiva, las diferencias visuales deben ser claras.

Este tipo es tu tipo **74** Combinación de tipos

Estos principios básicos deben tomarse en cuenta para mezclar tipos de forma correcta:

<b>Serif vs. Sans Serif</b> Una buena regla general al combinar tipos es mezclar tipos con remates con tipos palo seco. Por lo general hay fuertes diferencias entre ellos y estas permiten alcanzar el contraste que se busca.	<b>deremate</b>
<b>Liviano vs. Pesado</b> Usando tipos más livianos o pesados se crea un fuerte contraste visual. Debe asegurarse de que el tipo sea lo suficientemente pesado, ya que si la diferencia no es perceptible se creará una débil transición visual.	<b>pesos pesados</b>
<b>Grande vs. Pequeño</b> El cambio de tamaño hace énfasis y distinción en partes específicas del texto, como en un título o subtítulo.	<b>pequeños detalles</b>
<b>Expandido vs. Regular (O regular vs. Condensado)</b> Un texto dividido en dos partes utilizando cualquiera de esas técnicas puede crear un poderoso contraste.	<b>ahorrando espacio</b>
<b>Mayúsculas vs. Minúsculas</b> Es otra manera de conseguir variaciones en el texto. Hay que tener especial cuidado en el uso de textos en mayúsculas, ya que si son muy amplios reducen la legibilidad.	<b>ATENCIÓN por favor</b>
Una misma familia tipográfica puede darnos variedad de opciones para la combinación de tipos. Las versiones de dicha familia pueden mezclarse para generar diferentes soluciones.	<b>Futuri bold italic</b>

Este tipo es tu tipo **75** Combinación de tipos

## COMO MEZCLAR fuentes

**ALTAS Y DELGADAS con una script gruesa**

**CAJA ALTA BOLD con una sencilla caja baja**

*Prueba una con vuelos CON UNA PESADA*

**Y NO OLVIDES QUE los opuestos se atraen!**

Fuente: DESIGNBYNICOLINA.BLOGSPOT.COM

Este tipo es tu tipo **76** Combinación de tipos

**Errores comunes al combinar tipos**

Según Josh Johnson (2014) el sitio web *Distasteful.net*, es fácil verse envuelto en errores simples en algún momento del trabajo mezclando tipografías. Uno de los más comunes en los cuales se puede caer es utilizar muchas tipografías dentro de una pieza sencilla. Hacer una selección cuidadosa de los tipos que se utilizarán en las diferentes secciones o textos es crítico para cualquier diseño, pero puede ser difícil. A continuación se presentan 5 errores de diseño muy comunes al momento de mezclar fuentes.

**Cambiar tipografías con mucha frecuencia:** Mezclar y combinar tipos puede ayudar a crear secciones en el documento. También puede cambiar la actitud del lector al contenido de manera sutil y efectiva. Pero si esto se hace con demasiada frecuencia el lector se sentirá desorientado acerca de la finalidad de la información que está recibiendo. Además, el exceso de combinaciones hará que el texto luzca desordenado.

**Dimensiones no apropiadas para las fuentes:** Las fuentes tienen tamaños óptimos en los cuales lucen mejor. Hay fuentes que tienen mejor desempeño cuando se presentan en tamaños grandes, titulares por ejemplo, y otras que son más adecuadas en tamaños menores, como para el cuerpo del texto. Algunas fuentes pueden utilizarse en ambos casos, pero muchas simplemente no funcionan. Esto tiene mucho que ver con el espaciado entre letras y líneas, pero aun más importante, con la forma misma de las letras. Nunca se debe renunciar a la legibilidad por añadir estilo a la tipografía.

**Fuentes mal empleadas:** Si bien algunas fuentes tipográficas se caracterizan por su versatilidad, algunas evocan respuestas muy claras de los lectores. Si este factor no es tomado en cuenta al elegir el tipo, el texto puede resentirlo.

**Utilizar fuentes muy similares:** Entre algunos tipos hay diferencias muy sutiles o apenas distinguibles. Tiene que haber una considerable diferencia entre las fuentes que se utilizarán o simplemente deben ser reemplazadas. Si no hay una diferencia marcada, será confuso para el lector. De igual manera que al utilizar muchas fuentes, si las fuentes utilizadas son muy similares en lector puede concentrarse en establecer sus diferencias, más que en el texto en sí. La diferencia añade jerarquía y propósito al texto.

**Usar estilos que choquen entre sí:** Cuando se mezclan fuentes, se debe prestar mucha atención a los detalles. Aún cuando las pequeñas diferencias entre los estilos pueden hacer que los textos luzcan unificados, es muy fácil cometer errores. Pueden utilizarse varias fuentes de la misma familia, si se buscan cambios más drásticos se debe cuidar que los tipos elegidos sean proporcionales, o para algo más llamativo utilizar tipos totalmente opuestos. Pero se debe ser cuidadoso, ya que a mayor contraste mayor probabilidad de choque.

**BUENO PARA UN TITULAR**  
PERO UTILIZADO EN EL CUERPO DEL TEXTO PROVOKA QUE LA LECTURA SEA DEFICIL. TODA LA VEZ IMPORTANTE TENER EN CUENTA CREAR TITULARES DE GRANDES Y PESADOS BLOQUES DE TEXTO.

**PON MANOS A LA OBRA**

**MENOS ES MAS**

Este tipo es tu tipo **77** Combinación de tipos

La combinación de tipografías es un elemento enriquecedor para el diseño, pero a la vez es un proceso complejo. Es necesario tener en cuenta las diferencias que existen entre los tipos que pretendemos mezclar y utilizarlos a favor de la pieza gráfica.

No existe una regla definitiva, ya que la variedad de fuentes a nuestro alcance es muy vasta, pero tomando en cuenta los factores anteriormente citados podemos potenciar enormemente las posibilidades de un impacto positivo en nuestro trabajo tipográfico.

Con mucha frecuencia, las combinaciones realizadas por instinto o las más inesperadas resultan ser las que aportan soluciones más dinámicas y creativas.



Fuente: [blog.patternbank.com](http://blog.patternbank.com)



Fuente: [blogs.baruch.cuni.edu](http://blogs.baruch.cuni.edu)



Diseño de tipografía por Alex Trochut, año 2010.

Este tipo es tu tipo **78** Combinación de tipos

## Creación de tipografía

Hay momentos en que no podemos encontrar el tipo de letra ideal para un diseño, o como diseñadores queremos la libertad creativa para expresarnos mediante una tipografía, o cuando se busca una apariencia personal en un diseño. Es aquí donde el diseñador puede optar por crear un conjunto original de letras.

Tal como expone Denise Bosler (2012) en el libro **Mastering Type**, tomar la tarea de diseñar un tipo de letra es algo que tomará una cantidad significativa de tiempo. Para un título o logotipo el diseñador puede optar por crear únicamente las letras que necesita para ese trabajo, pero para los proyectos en los que el tipo personalizado se utilizará muchas veces en varias piezas, el diseño de toda la fuente es la mejor opción.

En **Diseñar Tipografía**, la autora Karen Cheng (2006) expresa que no existe un proceso único o correcto para la creación de una tipografía. El método aplicado por cada diseñador es muy diferente. En ciertos aspectos, la parte difícil del proceso de diseño radica en encontrar la inspiración que hará surgir una fuente. En ocasiones el diseño parte de las necesidades particulares de un proyecto, otras veces es la simple muestra de la personalidad de su autor. Un tipo personalizado añade matices importantes a la comunicación textual.



Diseño de tipografía por Janine Vangool, año 2009.

Este tipo es tu tipo **79** Creación de tipografía

### Concepto e inspiración

El primer paso cuando se diseña un tipo es definir el concepto básico. Si serán palo seco o con remates, modulares (a base de módulos) u orgánicas (con flujos naturales), de formas geométricas o dibujadas a mano, si se usará en textos cortos o largos, si tendrá alguna referencia histórica o se inventarán los caracteres desde cero. (Lupton, 2014, pág.76)

Muchos diseñadores comienzan con formas que les sean familiares como su propia escritura, el grafiti o garabatos. Para diseños más allá de las formas familiares, la inspiración es clave para desarrollar una apariencia perfecta. La inspiración se encuentra en todos lados. Una buena manera de empezar es mirar las cosas que evocan las mismas sensaciones que el tipo de letra que se pretende crear. Por ejemplo, un museo puede ser una buena fuente de inspiración para un tipo de letra clásico. La arquitectura es una buena inspiración para un tipo bien estructurado. El truco es alejarse de la computadora y explorar el mundo.

### Dibujo

Empezar con lápiz y papel. Mientras muchos diseñadores deciden saltar a la creación con el uso de la computadora, los programas pueden ser más un obstáculo que una ayuda. Dibujar un tipo a mano no requiere de conocimientos especializados. Dibujar en papel elimina la necesidad de dominio de software y permite enfocar todas las energías en el diseño del tipo. Trata de capturar la esencia del diseño del tipo a medida que lo dibujas. Debe considerar el uso de diferentes utensilios de escritura: bolígrafo, marcador, pincel. Luego puede empezar a perfeccionarlas. (Bosler, 2012, pág.31)

Lupton (2014) sugiere comenzar dibujando algunas letras esenciales: La o, la u, la h y la n, plantando las curvas, las líneas y las formas que reaparecerán en el resto de la fuente. Todas las letras son distintas pero mantienen muchos atributos comunes como su altura de la x y su peso. Crear un tipo completo es una tarea ardua, pero el proceso es muy gratificante para el creador.



El uso de una retícula es un recurso que permite mantener la uniformidad en los rasgos principales del tipo que se está bocetando. Fuente: [thinknewdesign.com](http://thinknewdesign.com)

Este tipo es tu tipo **80** Creación de tipografía

### Todo está en los detalles

Bosler (2012) expone que un buen diseñador entiende y aprecia cada detalle dedicado a la creación de una letra. Tan importantes como la inspiración son los grososres, remates, alturas y otros elementos de identidad de cada letra.

### Finalización

Momento de afinar los detalles hasta que cada letra sea perfecta.

Existen muchos programas que permiten llevar la tipografía creada a la computadora, para posteriormente poder utilizarla en programas específicos para diseño gráfico. Convertirse en un profesional del diseño tipográfico es una actividad que requiere años para poder ser perfeccionada, pero eso no debe disuadirnos de empezar este creativo proceso.



Fuente tipográfica Nero, diseñada por el artista italiano Steve Buffoni, año 2010.



Proceso de bocetaje a lápiz para la creación de la tipografía Eclat por Doyald Young para su libro Dangerous Curves: Mastering Logotype Design, año 2008.

Este tipo es tu tipo **81** Creación de tipografía

Lettering Caligrafía y lettering

## Caligrafía y Lettering

La expresión mediante la palabra escrita ha generado múltiples formas gráficas. Dos de las que se han explotado con mucha creatividad en el campo de los diseñadores apasionados por las letras son la caligrafía y el lettering.

Estos términos suelen confundirse con mucha regularidad. Si bien muchas veces es difícil diferenciar el uno del otro, obedecen a técnicas y propósitos diferentes. Ambos obedecen a diferentes parámetros dados por el contexto histórico, el estilo y herramientas.



Imagen del Proyecto Lettering vs. Calligraphy, creado por Martina Flor y Giuseppe Salerno en el año 2013.

Este tipo es tu tipo **82** Caligrafía y lettering

## Caligrafía

La caligrafía es un arte manual, basado en una rejilla y un alfabeto y su principal función es únicamente escribir.

Es por eso que la caligrafía se basa en unos alfabetos con unas bases muy diferentes que vienen de distintas épocas, desde el romano, pasando por el griego, el gótico etc. A partir de esta base, y una vez dominada la técnica, cada diseñador crea el propio, en base a su personalidad ("Threefeelings", 2014)



Caligrafía por Jackson Alves, año 2013.



Trabajo de caligrafía con pluma, pincel y brocha biselada por Graciela López Salguero, año 2015.

Este tipo es tu tipo **83** Caligrafía y lettering

## Lettering

Quando la caligrafía va más allá, y en vez de escribir, se quiere dibujar, pasamos a lo que sería el lettering. El lettering es el arte de dibujar palabras. Por lo que el texto pasa a segundo plano y se busca crear una imagen. Y en este caso no se escribe, sino se dibuja.

El lettering consiste en la creación de tipos originales basados en los trazos a mano. La creación de letras a mano permite a los artistas gráficos integrar imagen y texto, es decir, mezclar el diseño gráfico y la ilustración de forma natural. El lettering puede imitar tipos ya existentes o desarrollarse a partir del estilo de dibujo y escritura del propio artista. El diseñador puede crearlo a mano o de forma digital, aunque frecuentemente combinan ambas técnicas. (Lupton, 2014, pág 64)

El lettering tiene menos restricciones que la caligrafía, es libre de la herramienta y el estilo. Además, este funciona como una composición independiente de un alfabeto completo.

1. Dibujos a mano atada de ideas preliminares para la frase a elaborar. El bocetaje a lápiz permite definir estructura, detalles y proporción de las letras previo a su digitalización.
2. Después de haber definido la frase final, esta se digitaliza para ser llevada a un programa de edición vectorial, donde esta se dibuja utilizando herramientas como el lápiz y la pluma. El uso de guías permite guardar la proporción deseada.
3. Frase finalizada y perfeccionada.
4. Edición del lettering para aplicación de color, textura y efectos para obtener el resultado final.

Trabajo de lettering para promoción del lanzamiento del nuevo disco de Bacteria Soundsystem Crew. Diseño por Woset Garcia para Colectivo Gustagraff, año 2016.



Este tipo es tu tipo **84** Caligrafía y lettering



Lettering a lápiz por Wilker Velázquez, año 2015.



Lettering a lápiz por Wilker Velázquez, año 2015.



Lettering digital por Sindy Salas, año 2010.



Lettering digital por Emily Van Hoff, año 2014.



Versiones de lettering con pincel por el diseñador Dan Cotton, año 2016.

Este tipo es tu tipo **85** Caligrafía y lettering

# Tipografía como recurso expresivo

## Tipografía como recurso expresivo

La tipografía no siempre debe tratarse acerca del espaciado, interlineado y todos los elementos que componen el hecho de trabajar con letras. Puede tratarse del arte y la expresión. Tal como la pintura, las letras pueden ser un medio artístico. A principios de 1900 los diseñistas crearon impresionantes formas de comunicación demostrativa usando tipografía. Hoy en día los diseñadores y artistas toman ventaja de ese medio tan accesible.

La forma más visible de tipografía expresiva es el diseño tipográfico. La tipografía personalizada también entra en el ámbito de la expresión artística. Las letras, palabras y oraciones se convierten en formas.

Los diseñadores se encuentran inmersos en tipografía todos los días. Crear tipografía a mano para un diseño también es arte. En la actualidad es muy común ver este tipo de trabajo en portadas de libro, poster y más proyectos basados en tipografía (Bosler, 2012, pág.48)

**EVERY  
CHILD  
IS AN  
ARTIST**

Diseño de tipografía por Graciela López Salguero, año 2016.

Este tipo es tu tipo **86** Tipografía como recurso expresivo

la tipografía puede convertirse en arte, ya que mediante el trabajo creativo involucrándola podemos transmitir ideas y emociones de una forma muy poderosa. Todo es cuestión de inspiración, creatividad y decisión.

## SUFREBIEN



SufreBien es el proyecto colaborativo entre dos diseñadoras gráficas: Karissa Antone y Mayté Oliva. Combina lettering, fotografía y cualquier otra pasión que surja en el camino. Su trabajo empezó como un desahogo mental, y disfrutaron tanto del resultado de su trabajo como del proceso de realización. La diversidad de materiales e ideas que representan hacen de Sufrebien un excelente referente de la expresividad y poder de comunicación que puede tener la tipografía.

Este tipo es tu tipo **87** Tipografía como recurso expresivo



Este tipo es tu tipo **88** Tipografía como recurso expresivo



Muestra de la compilación de los mejores poster basados en tipografía según el sitio web topdesigntag.com

Este tipo es tu tipo **89** Tipografía como recurso expresivo

¡VE Y ENCUENTRA  
*lib*  
**Typo**  
 -IDEAL-



RECURSOS GRÁFICOS Y TIPOGRÁFICOS

R

Herramientas de apoyo  
 y recursos para la realización  
 de los ejercicios  
 propuestos en el manual.

Familias tipográficas

Serif

**Sweez Bold** - Romano moderno

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

**Diagecoach Bold** - Egipcio

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

**Roman Mono Bold** - Romano de transición

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

**Rockwell Condensed** - Egipcio

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

**Romantic** - Romano de transición

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

Este tipo es tu tipo **92** Recursos gráficos y tipográficos

**Times New Roman** - Romano de transición

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

**Bodoni Sixy Two** - Romano moderno

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

**Chestnut Condensed** - Egipcio

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

**Baskerville regular Italia** - Romano de transición

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

**Didot** - Romano moderno

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

Este tipo es tu tipo **93** Recursos gráficos y tipográficos

Sans Serif

Young - Geométrico

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890

Tipo Grotesk - Grotesco

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890

Tw Cen MT - Geométrico

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890

THE BOLD FONT - Grotesco

**ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890**

Swis721 B&Cn BT - Humanista

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890

Este tipo es tu tipo **94** Recursos gráficos y tipográficos

Avenir Next Bold - Geométrico

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890**

Helvetica Light Oblique - Grotesco

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890*

Century Gothic - Geométrico

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890

LEMON MLK - Geométrico

**ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890**

Calibri Bold Italic - Humanista

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890*

Este tipo es tu tipo **95** Recursos gráficos y tipográficos

Caligráficas y manuscritas

Coastline Script Bold

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890*

Hubert Juhl

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890*

DK LEMON YELLOW SIGN

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890

Copertino Script Bold

***abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ***

dk dinniq

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
1234567890*

Este tipo es tu tipo **96** Recursos gráficos y tipográficos

Coronation Script Bold

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890*

TRASHANO

**ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890**

Flourish

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890*

Segoe Print

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

dk dinniq

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890*

Este tipo es tu tipo **97** Recursos gráficos y tipográficos

## Decorativas

### Scratch

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

### Mr. Sheepart's Style

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

### Hand of Sean

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

### MixComic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

### Hiroku Black Alternate

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMN/O/PQRSTUVWXYZ  
 1234567890

Este tipo es tu tipo **98** Recursos gráficos y tipográficos

### TR0P8SIC4R3A

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890

### Komika Text

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

### siggen\_smatch

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890

### Old English Text #11E

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

### PK PRRRTY

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890

Este tipo es tu tipo **99** Recursos gráficos y tipográficos

## Personalidad tipográfica

### Perfil de personalidades



Lady Gaga

Lady Gaga, es una cantante, compositora, actriz, bailarina, productora, activista y diseñadora de moda estadounidense, influenciada por varias personalidades, Lady Gaga es reconocida por su sentido estético cambiante y extravagante con respecto a la música, la moda, las presentaciones en directo y los videos musicales. Gaga también se dedica a causas humanitarias y al activismo.



Patricio Estrella

Es un personaje de la serie animada Bob Esponja, del canal Nickelodeon. Es una estrella de mar de color rosa, el mejor amigo de Bob Esponja. Patricio se representa como una estrella de mar de color amarillo que es inteligente, gordo, generoso, inmaduro, olvidadizo, en ocasiones grosero, y generalmente ignorante. Comete muchos errores extraordinariamente ridículos e ilógicos.



Malala Yousefzai

Ganadora del Premio Nobel de la Paz en 2014, a sus 17 años, es la persona más joven ganadora con ese premio en cualquier categoría. Habla pastún e inglés, y es conocida por su activismo a favor de los derechos civiles, especialmente de los derechos de las mujeres en el valle del río Swat, donde el régimen talibán ha prohibido la asistencia a la escuela de las niñas.

Este tipo es tu tipo **100** Recursos gráficos y tipográficos

## Sensibilidad tipográfica

### Textos para transcribir

- 1 Mi día ideal: Un día completo jugando con papá y mamá.
- 2 Conocido desde la antigüedad, el puente se presentó en sus inicios como una construcción de madera. Herodoto describe la construcción de un puente de barcas por los soldados del rey Jerjes, y también se refiere a un gran puente construido en tiempo de Nabucodonosor, que, atravesando el Éufrates, unía las dos partes de Babilonia, con una longitud de más de 900 m.
- 3 Una de las cosas en las que destaca Apple por encima de sus competidores es en el campo de la investigación y la innovación. Las inversiones que realiza la empresa más valiosa del mundo en investigación son enormes, y no en vano.
- 4 Con más de 140 millones de espectadores acumulados y unos ingresos globales que superan los 6.000 millones dólares, El fantasma de la ópera es la segunda producción teatral con mayor recaudación de todos los tiempos.

Este tipo es tu tipo **101** Recursos gráficos y tipográficos

## Fuentes consultadas

**Aharonow, Jessica** (2011). *Psyco Typo*. Ebook.

**AtCreativa** (2009). En *Personalidad y tipografías*. Recuperado de <http://www.atcreativa.com/blog/personalidad-y-tipografias/>

**Bosler, Denise** (2012). *Mastering Type*. How Books

**Creativosonline.org** (2014). En *Sensibilidad tipográfica: Aprende a escuchar al narrador detrás de las letras*. Recuperado de <http://www.creativosonline.org/blog/sensibilidad-tipografica-aprende-escuchar-al-narrador-detras-de-las-letras.html>

**De Oregorio, Juan Pablo** (2008). En *Sensibilidad tipográfica*. Recuperado de <http://letritas.info/sensibilidad-tipografica/>

**Johnson, Josh** (2014). En *Avoid These 5 Mistakes When Mixing Fonts*. Recuperado de <https://creativemarket.com/blog/2014/06/26/avoid-these-5-mistakes-when-mixing-fonts>

**Kane, Jhon** (2012). *Manual de tipografía*. Editorial Gustavo Gili

**Kunz, Willi** (2003). *Tipografía. Macro y Micro estética*. Editorial Gustavo Gili

**Letteringtime.com** (2013). En *Diferencia entre tipografía, lettering y caligrafía*. Recuperado de <http://www.letteringtime.org/2013/11/diferencia-entre-tipografia-lettering-y.html>

Este tipo es tu tipo **102** Fuentes consultadas

**Lupton, Ellen** (2011). *Pensar con tipos*. Editorial Gustavo Gili

**PatagoniaComino.com** (2013). En *Refuerzo Semántico. El super sentido de un signo. El supersigno*. Recuperado de <http://patogiacomino.com/2013/03/31/refuerzo-semantic-el-super-sentido-de-un-signo-el-supersigno/>

**Pope, Eduardo Gabriel** (2011). *Tipos Formales*. Ediciones de la Utopía

**Perfect, Christopher** (1994). *Guía completa de la tipografía*. Editorial Blume.

**Proyectacolor.cl** (s.f). En *Visibilidad y legibilidad*. Recuperado de <http://www.proyectacolor.cl/percepcion-del-color/visibilidad-y-legibilidad/>

**Samara, Timothy** (2004). *Typography Workbook*. Rockport Publishers

**Staff Digital** (2014). En *Niveles de jerarquía tipográfica*. Recuperado de <http://www.staffdigital.pe/blog/disenio-niveles-jerarquia-tipografica/>

**Strizver, Ilene** (2006). *Type Rules*. John Wiley & Sons, Inc.

**Todacultura.com** (s.f). En *Psicología de los colores*. Recuperado de <http://todacultura.com/acuarelas/psicologia.htm>

**Unos tipos duros** (2014). En *Cómo seleccionar tipografías para el texto*. Recuperado de <http://www.unostiposduros.com/como-seleccionar-tipografias-para-texto/>

**Vitamina Gráfica** (2013). En *Personalidad gráfica de las letras*. Recuperado de <https://vitaminagrafica.wordpress.com/tag/personalidad-grafica-de-las-letras/>

**Webtaller, Com** (2011). En *Cómo elegir el color de la tipografía*. Recuperado de <http://www.webtaller.com/maletin/articulos/como-elegir-color-tipografia.php>

Este tipo es tu tipo **103** Bibliografía y fuentes consultadas





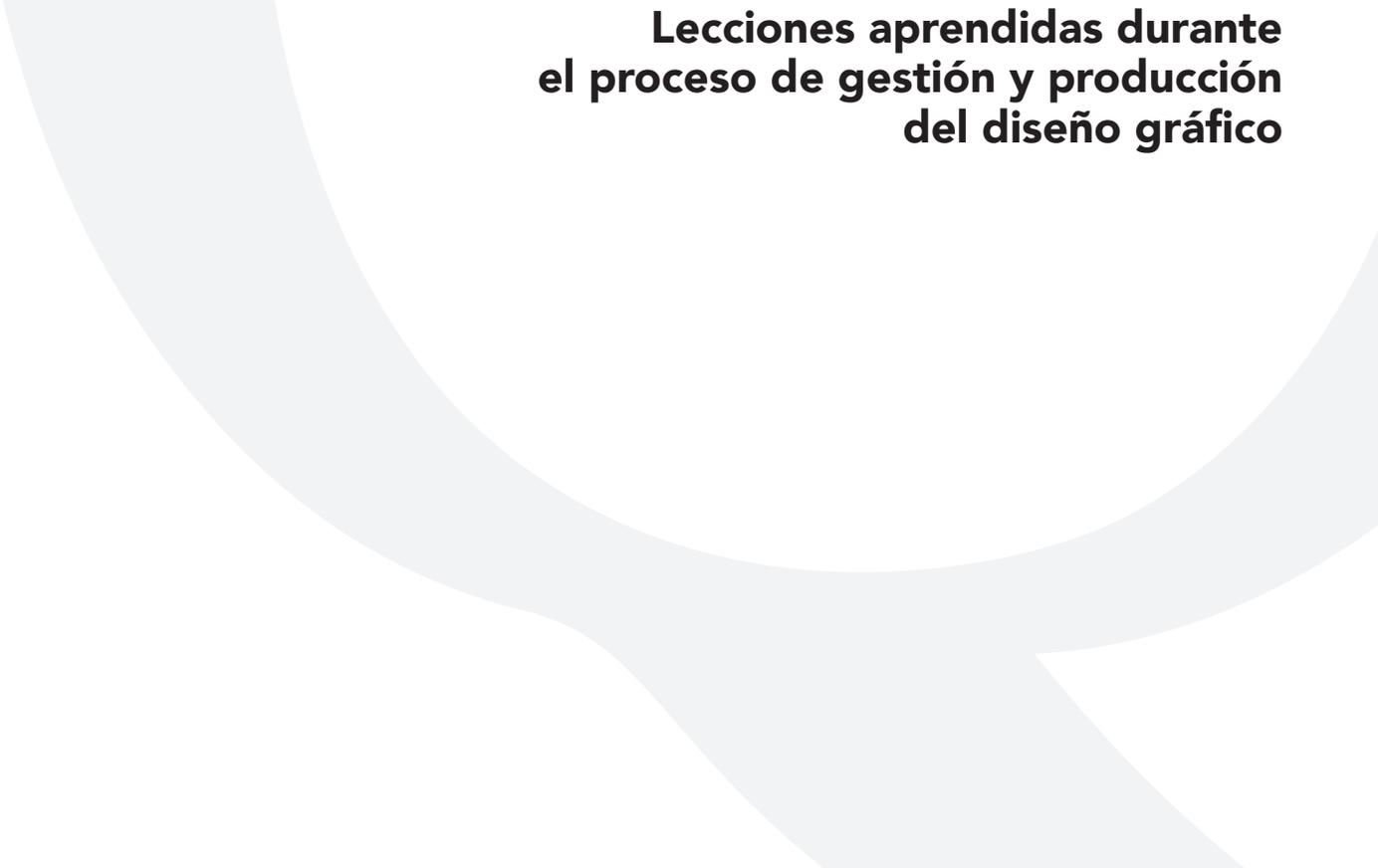


---

# Capítulo *07*

---

**Lecciones aprendidas durante  
el proceso de gestión y producción  
del diseño gráfico**





# 7.1 Lecciones aprendidas durante el proceso de gestión

El desarrollo de un proyecto editorial de tipo didáctico exige, en primera instancia, el compromiso de parte de quien lo llevará a cabo. Es muy importante tener siempre en mente que los resultados del proyecto que se realizará tendrán un impacto directo en el grupo objetivo, y que por ello cada paso del proceso debe realizarse con responsabilidad, profesionalismo y con muy altas expectativas.

Estando el proyecto destinado al curso de Tipografía de la Licenciatura en Diseño Gráfico, es indispensable contar con el apoyo de las catedráticas titulares del curso, ya que la orientación y colaboración de su parte hacen posible que el contenido planteado sea encausado en el camino correcto. La comunicación eficaz entre el estudiante y las catedráticas permite que el problema a resolver sea claramente definido y con ello las posibilidades de éxito del proyecto aumenten.

El tener claros los objetivos que se pretenden alcanzar permite canalizar los esfuerzos hacia una correcta construcción del mensaje. Este factor, aunado a una adecuada definición del grupo objetivo permitirá que el mensaje construido llegue al grupo en cuestión y que pueda obtenerse la respuesta esperada.

La investigación es vital para la creación de un proyecto didáctico. El abastecerse de la mayor cantidad de autores, libros y publicaciones relacionadas con el tema a tratar enriquece en sobre manera el contenido. En esta parte es muy importante que el estudiante adquiera un juicio crítico acerca de la pertinencia de los temas seleccionados para formar parte del contenido final.

El tener una guía y cronograma de trabajo para la realización de proceso es una herramienta muy útil ya que permite estructurar debidamente los pasos a seguir y visualizar el avance logrado en cada fase de la elaboración.

El tener siempre en mente la relevancia que puede llegar a tener un proyecto didáctico es clave para culminar el proceso de gestión con éxito.

# 7.2 Lecciones aprendidas

## durante la producción del diseño gráfico

Para la realización de un proyecto de comunicación visual es muy importante tener claro el concepto de diseño. Esto permite que cada una de las partes que lo conforman generen un todo armonioso. El concepto marcará las pautas a seguir para lograr la correcta evolución del diseño aplicado al proyecto.

De igual manera, es necesario que los códigos visuales involucrados en el desarrollo del material gráfico se encuentren bien definidos al momento de elaborar el diseño. Las características icónicas, cromáticas y tipográficas de los elementos a utilizar deberán apegarse a los códigos propuestos para que haya unidad en las piezas generadas.

El tener varias opciones para aplicar es muy importante para realizar un juicio crítico acerca de cual es la más adecuada para aplicar. Es por ello que el proceso de bocetaje es sumamente importante. En este proceso es posible juzgar a fondo las ventajas y desventajas de cada una de las opciones generadas y elegir la que cumpla con las características deseadas en aspectos de color, composición, nivel de atracción, etc. El tener la capacidad de auto evaluar el resultado de nuestro trabajo es vital para poder elegir la estructura de diseño más eficaz.

Durante el proceso de creación y de los niveles de visualización involucrados es preciso mantener la coherencia en relación a los códigos visuales y la forma propuesta para trabajar el layout. Esto permite que al visualizar el resultado pueda entenderse cual es la forma en la que el diseño elegido fue aplicado a cada parte. Los aportes generados por la crítica de expertos y la evaluación con el grupo objetivo generan pautas muy importantes para la mejora y enriquecimiento del material.

Al finalizar el proceso y presentar la propuesta final se ve reflejado el nivel de involucramiento del autor con el diseño, ya que tomando en cuenta todas las partes involucradas en la producción del diseño gráfico, y buscando que en cada nivel de visualización la pieza siga recibiendo mejoras es posible tener como resultado un material atractivo y objetivo.

# 7.3 Costos

## HORAS DE INVESTIGACIÓN

**Q.7,500**

**Total de horas trabajadas: 60 horas**

**Costo por hora: Q.125**

Investigación general sobre el tema del proyecto  
Investigación acerca de la tipografía como forma  
Investigación de 19 temas contenidos en el libro didáctico

## HORAS DE CREATIVIDAD

**Q.1,500**

**Total de horas trabajadas: 10 horas**

**Costo por hora: Q.150**

Generación de concepto creativo por medio de 3 técnicas creativas  
Propuesta de códigos visuales  
Planeación operativa

## HORAS DE PRODUCCIÓN

**Q.22,500**

**Total de horas trabajadas: 150 horas**

**Costo por hora: Q.150**

Bocetaje manual y digital para diseño de layout  
Estructuración de contenido  
Creación de la propuesta para la pieza gráfica  
Validación de la propuesta con expertos y diseñadores  
Validación de la propuesta con el grupo objetivo  
Diagramación  
Realización de gráficos de apoyo para contenido  
Revisión

**GASTOS DIRECTOS****Q.1,800**

Impresión de bocetos  
Impresión de muestra para validación con expertos  
Impresión de muestra para validación con el grupo objetivo  
Impresión inkyet de propuesta final en papel glossy

**GASTOS INDIRECTOS****Q.2,000**

Luz  
Internet  
Gasolina  
Depreciación de equipo

**TOTAL Q.35,300**

# 7.3 Cotización



Ediciones Papiro, S.A.  
14 Ave. 8-75, Zona 1,  
Guatemala, C.A.  
PBX: 2253-7250  
info@edipasa.com

Guatemala, 26 de abril de 2016

Señores  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Presente

Nos es grato someter a su consideración la siguiente cotización:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO
500	FOLLETO DE 96 paginas impresas a dos colores, y 8 impresas a full color en papel couche 90, porta y contra portada impresas a full color en texcote 12, mas barniz U.V. mate tamaño 8 1/2 x 11".....	Q.22,219.00

FORMA DE PAGO: crédito 15 días

Con el agrado de poder servirle nos suscribimos.

Atentamente,

Mario García-Araujo  
Tel: 2253-7250



A large, light gray circular graphic is centered on the page, partially cut off by the top and bottom edges. It consists of two concentric arcs, creating a thick ring effect.

---

# *Capítulo 08*

---

**Conclusiones**



# 8.1 Conclusiones

Dotar al curso de tipografía de materiales contemporáneos que permitan que el estudiante pueda ver la tipografía como forma y como un canal para la transmisión de un mensaje gráfico es una labor muy importante, ya que le permite contextualizar el contenido del curso por diferentes medios y ampliar su campo de acción.

Se concluye ratificando la efectividad de la propuesta generada, ya que esta cumple con los objetivos planteados. El libro didáctico ejecutado fue del agrado de los estudiantes, tanto en su presentación como en el contenido, y la puesta en práctica de los temas planteados les permitió explotar su creatividad en nuevas formas y conectar las mismas con el contenido del curso.

Al desarrollar un libro didáctico dirigido tanto a jóvenes estudiantes como a profesionales del diseño gráfico es muy importante que la estructura aplicada el diseño de página sea atractiva y bien organizada, ya que ambas partes del grupo objetivo deben sentirse provocados a abordar la lectura. En este punto, se toma como satisfactoria la reacción de ambos grupos hacia el diseño general del material, siendo este recibido de manera muy positiva.

El sintetizar el contenido permite que el lector se interese en pasar al tema siguiente, ya que cada uno de ellos cuenta con la información básica y necesaria para ser comprendido, lo cual evita que la lectura se vuelva tediosa. La eficacia del planteamiento del contenido pudo verificarse al exponer al grupo objetivo al material, ya que se confirmó que el mismo despierta el deseo de continuar la lectura.

El diseño, diagramación y contenido del material cumplen con los objetivos planteados. El correcto uso de color, la estructura de diagramación y calidad del contenido logran que el material sea aceptado, aprovechado y con ello se convierte en una herramienta útil y relevante en el desarrollo del curso de Tipografía.



A large, light gray circular graphic is centered on the page, partially cut off by the top and bottom edges. It consists of two concentric arcs, with the outer arc being thicker than the inner one. Two horizontal red lines cross the page, one above and one below the main text area.

# *Capítulo 09*

**Recomendaciones**



# 9.1 A la Institución

para la producción, distribución,  
difusión y aplicación de las piezas diseñadas

Es muy importante que la dirección de la Escuela de Diseño Gráfico de seguimiento al proceso de producción del material para que este sea impreso de forma adecuada y correctamente compaginado. La muestra impresa del material es una guía de gran utilidad para este proceso, por lo cual se recomienda que la misma sea entregada a la entidad encargada de la impresión y reproducción.

Se recomienda que el material sea incluido dentro del listado de material de apoyo para el curso de Tipografía a partir de su reproducción, y que este mismo esté al alcance de los estudiantes de todas las secciones en las diferentes jornadas de estudio. Esto puede lograrse no solamente mediante la distribución del material impreso, sino también mediante la publicación de la versión digital en medios virtuales.

La importancia del material debe ser expuesta por los docentes del curso, ya que esto ratificará la calidad con la que cuenta y lo provechoso de su uso y aplicación, con lo cual el estudiante tendrá conciencia de la relevancia del proyecto realizado.

## 9.2 A futuros estudiantes

### del curso de Proyecto de Graduación

Al culminar mis estudios en la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, una de las recomendaciones más importantes que puedo dar a los estudiantes del curso de Proyecto de Graduación es tener siempre presente su meta personal, la razón por la cual han decidido terminar su carrera, ya que eso será una motivación muy grande para poder realizar el arduo trabajo que representa un proyecto de esta magnitud.

Elegir un tema que les interese y apasione es otra recomendación, ya que al sentir una conexión personal ya sea con la institución o con su labor permite que la elección del tema sea más pertinente y que cada parte del proceso de desarrollo se realice con mayor eficacia, determinación y positivismo.

Apoyarse con los asesores designados permite que el trabajo esté siempre bien encausado, ya que al tomar en cuenta sus sugerencias, críticas y opiniones dadas como profesionales se logra que el proyecto realizado tenga el mayor grado de efectividad posible. La asesoría constante también permite que la comunicación entre las partes involucradas en el proceso fluya de una buena manera.

Por último, se recomienda a los futuros profesionales del diseño gráfico el tener una actitud empática, ser éticos en su labor y dar siempre todo lo que esté a su alcance para cada proyecto que realicen y en particular su Proyecto de Graduación, ya que este es una base para definir su calidad como profesional en un futuro próximo.

## 9.3 A la Escuela de Diseño Gráfico

Se le recomienda a la Escuela de Diseño Gráfico seguir adelante en su camino hacia la excelencia académica, formando futuros profesionales de éxito y con altos grados de capacidad y competitividad.

También se recomienda seguir aprovechando las habilidades e intereses de los estudiantes para la creación de materiales que sean de provecho para la Escuela de Diseño Gráfico.

Dar a los estudiantes que se encuentren próximos a cursar la asignatura de Proyecto de Graduación la guía necesaria para poder avanzar de la forma que se espera. Se sugiere la implementación de charlas, documentos o conferencias.

Se sugiere a los licenciados encargados de la asignatura de Proyecto de Graduación seguir siendo un ejemplo para los estudiantes, inyectándoles ánimo en el transcurso del proceso y encausando su trabajo hacia una resolución exitosa.



# FUENTES consultadas

Aptitudes Sobresalientes, recursos web (2012). En Definición y clasificación del material didáctico. Recuperado de <https://sites.google.com/site/educacionsobresalientes/proposito-de-aprendizaje/a-definicion-y-clasificacion-de-material-didactico>

Aharonov, Jessica (2011). *Psyco Typo*. Ebook.

Álvarez, Dalia (s.f.) *Introducción a la tipografía*. Universidad de Londres.

Bravo, Juan Luis (1998). *Los medios didácticos en la enseñanza universitaria*.

Ciberaula (2014). En *La tipografía en el diseño gráfico*. Recuperado de [http://www.ciberaula.com/articulo/tipografia\\_diseno\\_grafico](http://www.ciberaula.com/articulo/tipografia_diseno_grafico)

Facultad de Arquitectura USAC (s.f.). En *Área de tecnología y expresión*. Recuperado de <http://www.farusac.com/index.php/disenografico-sub/dg-plan-de-estudios/dg-contenidos/area-de-tecnologia-y-expresion>

Facultad de Arquitectura USAC (s.f.). En *Historia de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Recuperado de <http://www.farusac.com/index.php/disenografico>.

Facultad de Arquitectura USAC (s.f.). En *plan de estudios*. Recuperado de <http://www.farusac.com/index.php/disenografico-sub/dg-plan-de-estudios>

Foroalfa (2013). En *El diseño gráfico de materiales educativos*. Recuperado de <http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-grafico-de-materiales-educativos>

Fotonostra (2008). En *Definición de diseño*. Recuperado de <http://www.fotonostra.com/grafico/definiciondiseno.htm>

Kapr, Albert (s.f). 101 reglas para el diseño de libros. Recuperado de [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/ecimed/reglas\\_diseno.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/ecimed/reglas_diseno.pdf)

Kunz, Willi (2003). Tipografía: Macro y Micro estética. Editorial Gustavo Gili

Meléndez, Isabel (2015). Programa del curso de tipografía. Universidad de San Carlos de Guatemala.

Moreno, Carlos (2009). El diseño gráfico en materiales didácticos. Centre d'Etudes Sociales sur Amérique Latine (CESAL)

Multivex Sigma Dos (2009). En Definición de niveles Socio Económicos en Guatemala. Recuperado de <https://mtjerez62.files.wordpress.com/2014/06/estudio-nse-guatemala-multivex-2009.pdf>

Nassif, Ricardo (1974). Pedagogía General. Ediciones Kapelusz

Newark, Quentin (2002). ¿Qué es el diseño Gráfico?. Editorial Gustavo Gili.

Pepe, Eduardo Gabriel (2011). Tipos Formales. Ediciones de la Utopía

Programa Regional de Educación en Población de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1989). Material Didáctico Escrito: Un apoyo indispensable. UNESCO.

Rebollo, Miguel (2007). Metodología docente y materiales didácticos para la enseñanza a distancia. Recuperado de <http://docplayer.es/6015172-Metodologia-docente-y-materiales-didacticos-para-la-ensenanza-a-distancia-miguel-rebollo-pedruelo.html>

Salinas, Jesús (s.f). Multimedia en los procesos de enseñanza-aprendizaje: Elementos de discusión. Universidad de las Islas Baleares.

Soluciones Mercadológicas S.A. (2013). Características de los diferentes niveles socioeconómicos en Guatemala. Recuperado de <https://www.scribd.com/doc/56471198/Caracteristicas-de-Los-Diferentes-Niveles>

Staff Creativa (2014). En Diseño editorial- definición y etapas. Recuperado de <http://www.staffcreativa.pe/blog/disenio-editorial-definicion/>

UNAM, Unidad de Trabajo Social (s.f.). En Lineamientos metodológicos para la realización de material didáctico. Recuperado de <http://www.trabajosocial.unam.mx/dirs/Titula/tesis/Lineamientos/lineamientosdocencia.pdf>

Wikipedia (2015). En Enseñanza audiovisual. Recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/Ense%C3%B1anza\\_audiovisual](https://es.wikipedia.org/wiki/Ense%C3%B1anza_audiovisual)

Wikipedia (2015). En Universidad de San Carlos de Guatemala. Recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/Universidad\\_de\\_San\\_Carlos\\_de\\_Guatemala](https://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_de_San_Carlos_de_Guatemala)

Wong, Wucius (2002). Fundamentos del diseño. Editorial Gustavo Gili.

# ANEXOS

Anexo No.1

## Instrumento de validación para expertos en el tema y diseñadores gráficos

Validación para expertos
<i>Manual de tipografía</i>
1. La combinación de color aplicada al diseño de página le parece: <input type="checkbox"/> Agradable <input type="checkbox"/> Desagradable <input type="checkbox"/> Atractiva
2. La tipografía utilizada para el contenido general le parece: <input type="checkbox"/> Legible <input type="checkbox"/> Inapropiada <input type="checkbox"/> Apropiciada
3. El tamaño de tipo utilizado para el contenido general le parece: <input type="checkbox"/> Muy pequeño <input type="checkbox"/> Ideal <input type="checkbox"/> Muy grande
4. Las gráficas utilizadas para ejemplificar la información le parecen: <input type="checkbox"/> Claras <input type="checkbox"/> Confusas
5. El desarrollo de cada tema expuesto le parece: <input type="checkbox"/> Comprensible <input type="checkbox"/> Difícil de entender
6. La cantidad de contenido por tema es: <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> Adecuado <input type="checkbox"/> Mucho
7. El contenido expuesto le parece: <input type="checkbox"/> Interesante <input type="checkbox"/> Aburrido <input type="checkbox"/> Útil
8. La diagramación y distribución de elementos en cada página le parece: <input type="checkbox"/> Ordenada <input type="checkbox"/> Desordenada <input type="checkbox"/> Equilibrada
9. Los ejercicios propuestos para cada tema le parecen: <input type="checkbox"/> Sencillos <input type="checkbox"/> Útiles <input type="checkbox"/> Complicados
Por favor, escriba un comentario acerca del manual de tipografía. Dicho comentario formará parte de la validación, por lo cual debe ser bastante descriptivo y reflejar su impresión final. <hr/> <hr/> <hr/>

Anexo No.2

## Gráficos de los resultados de validación con expertos en el tema y diseñadores

La combinación de color aplicada al diseño le parece:



La tipografía utilizada para el contenido general le parece:



El tamaño de tipo utilizado para el contenido general le parece:



Las gráficas utilizadas para ejemplificar la información le parecen:



El desarrollo de cada tema expuesto le parece:



La cantidad de contenido por tema es:



El contenido expuesto le parece:



La diagramación y distribución de elementos en cada página le parece:



Los ejercicios propuestos para cada tema le parecen:



Anexo No.3

## Instrumento de validación para el grupo objetivo

Encuesta para validación <i>Manual de tipografía</i>		
Género <input type="text"/>		Edad <input type="text"/>
1. La diagramación del material le parece:		
<input type="checkbox"/> Pesada	<input type="checkbox"/> Agradable	<input type="checkbox"/> Desordenada
2. El color aplicado al diseño de página le parece:		
<input type="checkbox"/> Atractivo	<input type="checkbox"/> Agradable	<input type="checkbox"/> Aburrido
3. El contenido del material le parece:		
<input type="checkbox"/> Interesante	<input type="checkbox"/> Aburrido	<input type="checkbox"/> Útil
4. El nivel de complejidad de los ejercicios le parece:		
<input type="checkbox"/> Bajo	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Alto
5. El nivel de comprensión de los temas expuestos le parece:		
<input type="checkbox"/> Sencillo	<input type="checkbox"/> Ideal	<input type="checkbox"/> Complejo
6. Le interesa continuar con la lectura del material:		
<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	

Anexo No.4

## Gráficos de los resultados de validación con el grupo objetivo

La diagramación del material le parece:



El color aplicado al diseño de página le parece:



El contenido del material le parece:



El nivel de complejidad de los ejercicios le parece:



El nivel de comprensión de los temas expuestos le parece:



Le interesa continuar con la lectura del material:



Anexo No.5

## Segunda cotización solicitada

	<b>HBM IMPRESOS</b> <i>Elton Jafet Borrayo Méndez</i>	<b>PROFORMA</b> <b>No. 01575</b>							
	18 Calle 11-58 Zona 1, Guatemala, C. A. Tel.: 2251-8667 Cels.: 5207-4323 / 5963-6482 hbm_impresos@yahoo.com								
• DISEÑO • LITOGRAFÍA • ENCUADERNACIÓN FINA		<b>NIT: 5397461-1</b>							
Señor (es): Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala Teléfono:		Guatemala, <table border="1"><tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr><tr><td>26</td><td>04</td><td>2016</td></tr></table>		DIA	MES	AÑO	26	04	2016
DIA	MES	AÑO							
26	04	2016							
Dirección: GUATEMALA, CIUDAD		Nit:							
CANTIDAD	DESCRIPCION	Valor Unitario	VALOR TOTAL						
500	IMPRESION Y ENCUADERNADO DE LIBROS DE 8.5 X 11 PULGADAS CERRADO, CON 96 PAGINAS IMPRESAS A 2 TINTAS Y 8 IMPRESAS A FULL COLOR EN PAPEL COUCHE DE 90 GRAMOS. PORTADA Y CONTRAPORTADA IMPRESAS A FULL COLOR EN CARTULINA TEXCOTE DE 225 GRAMOS CON BARNIZ UV.	60.00	30,000.00						
<b>SUJETO A RETENCIÓN DEFINITIVA</b>									
Total en Letras:	TREINTAMIL QUETZALES EXACTOS	<b>TOTAL Q.</b> (INCLUYE IVA)	<b>30,000.00</b>						
<small>ORIGINAL - CLIENTE / DUPLICADO - CONTABILIDAD TRIPLICADO - ARCHIVO</small>									

Guatemala, agosto 24 de 2016.

Señor Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Msc. Arq. Byron Alfredo Rabé Rendón  
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **MÓNICA ISABEL QUIEJ VILLAFUERTE**, Carné universitario: **200211752**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL DIDÁCTICO PARA EL USO Y TRATAMIENTO DE LA TIPOGRAFÍA COMO FORMA DIRIGIDO A ESTUDIANTES DEL CURSO DE TIPOGRAFÍA**, previamente a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,



*Lic. Maricella Saravia*  
*Colegiada 10,804*  
Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

Profesora Maricella Saravia de Ramírez  
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA  
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: [3122 6600](tel:31226600) - [5828 7092](tel:58287092) - [2252 9859](tel:22529859) - - [maricellasaravia@hotmail.com](mailto:maricellasaravia@hotmail.com)



**“Diseño de Material Didáctico para el uso y tratamiento  
de la tipografía como forma,  
dirigido a estudiantes del curso de Tipografía”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

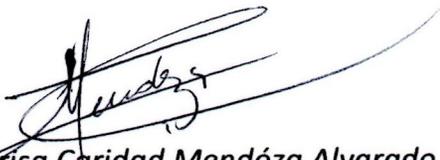


**Mónica Isabel Quijéj Villafuerte**

Asesorado por:



**Lic. Carlos Enrique Franco Roldán**



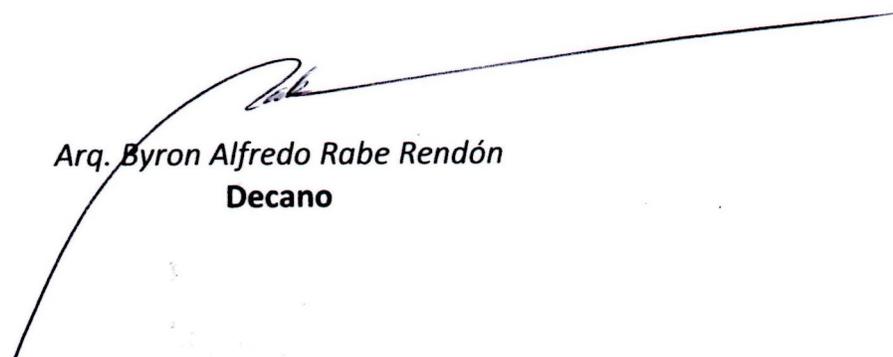
**Licda. Larisa Caridad Mendóza Alvarado**



**Licda. Miriam Isabel Meléndez Sandoval**

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



**Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón**  
**Decano**



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA