

Eduardo Gabriel Pepe

Diseño Tipográfico

Tipos Formales

La tipografía como forma

*Expresión, función y manipulación de la morfología
tipográfica desde una visión Latinoamericana*

Prólogo de Vicente Lamónaca



Ediciones de la Utopía

Pepe, Eduardo Gabriel

Tipos formales: la tipografía como forma. - 1a ed. - Mendoza: Ediciones de la Utopía, 2011.

150 p.; 17,5 x 25 cm.

ISBN 978-987-26355-0-3

1. Diseño Tipográfico. 2. Comunicación Visual. I. Título
CDD 686.22

Fecha de catalogación: 04/11/2010

Maquetación: Mauricio Chaar

Derechos reservados

Primera edición argentina, 2011

Ediciones de la Utopía

Primera edición uruguaya, 2011

T-C Comunicaciones S.R.L.

Ediciones de la Utopía

(0261) 155-933898

delautopia@live.com

Fuente tipográfica de portada:

"Telteca" ©2009 Eduardo Gabriel Pepe

www.tiposformales.wordpress.com

Contacto con el autor: eduardopepe@live.com

ISBN: 978-987-26355-0-3

©2011 Ediciones de la Utopía

©2011 Eduardo Gabriel Pepe

Prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos de esta publicación, su almacenamiento digital, su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio. Todo el material publicado en esta obra, está protegido por derechos registrados y otros derechos de propiedad intelectual, por lo que no se deben copiar, reproducir, replicar, cargar, enviar, transmitir o distribuir en ninguna forma, incluyendo correo electrónico u otros elementos electrónicos, sin el consentimiento previo y por escrito del autor o editor. La modificación del contenido, su copia o cualquier otro uso no autorizado, representa una violación de derechos de propiedad y otros derechos patentados.

Las fuentes tipográficas exhibidas como ejemplos y los programas de software mencionados en esta publicación son marcas registradas y se presentan solo con un sentido educativo.

Sección 2:

De la expresividad tipográfica

Expresividad y comunicación

El manejo de la tipografía como uno de los códigos básicos del diseño es de fundamental importancia en la tarea profesional del diseñador gráfico y del comunicador visual, pues a partir de las decisiones que se tomen, puede variar radicalmente la legibilidad, la inteligibilidad e incluso el compromiso y los sentimientos del receptor hacia la pieza de diseño. Es por eso que en este capítulo pretendo acercar una serie de conceptos básicos, útiles para la realización de composiciones tipográficas, apuntando a acentuar en ellas la expresividad en pos de la comunicación. Se trata por lo tanto de la intervención tipográfica como refuerzo del mensaje.

Creo importante aclarar que si nos atenemos a una de las significaciones de la palabra expresividad, *toda tipografía es expresiva*, pues tiene expresión y constituye un indicio de algo. Sin embargo, en el presente trabajo tendré en cuenta la acepción que apunta a distinguir las manifestaciones que muestran o expresan con viveza lo que se quiere decir o comunicar. Por lo tanto el objetivo que persigue la presente obra está referido a las maneras de explorar y explotar las potencialidades expresivo-comunicacionales de la tipografía respecto del mensaje.

Como ya he señalado, el diseño como disciplina proyectual desarrolla soluciones -en forma de objetos o servicios- a la problemática de la relación del hombre con el mundo, con su medio ambiente y su hábitat cultural (modos de vivir, de trabajar, de descansar, etcétera). El diseño por lo tanto, acuña con su impronta la cotidianeidad y el imaginario colectivo dejando profunda huella en la conformación de identidades.

Las modificaciones sobre el entorno están dirigidas a permitir que se establezcan vínculos y relaciones, tanto entre los miembros de una comunidad como entre ellos y el medio ambiente con el que interactúan. Toda intervención del diseño produce transformaciones sobre el entorno. Los objetos, las imágenes y la tipografía, como comunicaciones visuales, influyen constantemente en la cultura del hombre. Esta influencia afecta tanto nuestra manera de relacionarnos como nuestras actitudes y comportamientos.

Seguramente, pretender que el diseño imponga formas de acción social sería sobredimensionar su potencialidad. No obstante, desde el compromiso social

del diseñador, es posible encarar la problemática de la sociedad de consumo y del proceso de globalización, de manera seria y coherente.

Asistimos hoy a un cambio de época que involucra al espacio de las comunicaciones como elemento principal, pero que, asimismo, abarca el ámbito económico, el educativo y por supuesto el ámbito cultural. Los sucesivos cambios y los avances en las tecnologías de comunicación han determinado en el pasado el rumbo de la humanidad. Los tiempos actuales no se apartan de esa regla, por lo tanto es importante tomar partido y compromiso para ofrecer desde lo comunicacional respuestas claras, serias y responsables.

Es en el campo profesional donde se pone a prueba el dominio de las competencias, entendiendo a las mismas como un conjunto de conocimientos, saber hacer, habilidades y aptitudes que permiten desempeñar y desarrollar en forma responsable los roles profesionales requeridos.

Respecto a lo comunicacional, la tipografía y su comportamiento en el ámbito del diseño es de vital jerarquía. Por lo tanto, la importancia de un conocimiento profundo de la tipografía en cuanto elemento expresivo y comunicante es fundamental para la formación de un diseñador comprometido social y culturalmente.

LEGIBILIDAD E INTELIGIBILIDAD

El término *legibilidad* hace referencia a la facilidad para distinguir un formato de letra de otro, por medio de las características físicas esenciales del diseño de una tipografía específica. Una composición tipográfica con buena legibilidad permite ser leída con fluidez y naturalidad, más allá que pueda ser comprendida. Por ejemplo, un texto en un idioma que no conocemos podrá ser legible, más no inteligible. Al respecto Ambrose y Harris afirman que: *“La legibilidad del cuerpo de un texto queda reforzada por el uso de los cuerpos estándares, un interlineado equilibrado y la alineación apropiada”* y que *“La absoluta claridad de la información unida a un mínimo de factores de interferencia es lo que crea un tipo legible”*.

Existe en la disciplina tipográfica una gran cantidad de normas basadas en serios y profundos estudios de legibilidad. En su mayoría, estas reglas para una buena legibilidad están dirigidas al trabajo editorial. Sin embargo, al momento de realizar un trabajo de tipografía expresiva se debe estar familiarizado con ellas, pues sólo si se las conoce con detenimiento se podrán respetar o romper las reglas en forma coherente.

Habitualmente el sector superior de las tipografías es la fracción con mayor nivel de reconocimiento, por lo que se lo denomina “zona fisonómica”. Es por eso que las familias tipográficas que presentan trazos ascendentes acentuados y formas redondeadas con modulaciones, en general, resultan mayormente legibles.

tipografía

tipografía

tipografía

A continuación enumero, en forma breve y sucinta una serie de consideraciones o normas clásicas de legibilidad. Aunque la mayoría de estas normas se refieran explícitamente a los textos de largo alcance para el trabajo editorial, pueden ser tenidas en cuenta, ya sea aplicándolas o quebrantándolas, en muchos de los casos de trabajos con tipografía expresiva.

- Una tipografía de diseño regularizado es más legible que una tipografía de estilo decorativo o fantasía.
- En un texto de largo alcance, una tipografía con serif es más legible que una de Palo Seco.
- Una tipografía regular o de tono medio es más legible que una de trazo fino (light o blanca) o de trazo grueso (bold o negrita).
- En un bloque de texto las letras minúsculas o de caja baja son más legibles que las mayúsculas o de caja alta.
- Un texto compuesto con una tipografía de cuerpo demasiado grande o demasiado pequeño reduce la legibilidad y genera cansancio en el lector.
- En un bloque de texto, el espaciado demasiado amplio o demasiado reducido entre las letras y entre las palabras dificulta la legibilidad.
- El interletra y el interpalabra regular de una columna sin justificar es más legible que el espaciado variable de una columna justificada.
- En un bloque de texto cuando el interlineado es demasiado estrecho o es demasiado amplio se reduce la legibilidad.

- Cuando el ancho de una columna de texto es muy pequeño resulta fatigoso para el lector el tener que cambiar de línea con demasiada frecuencia. Si por el contrario la columna de texto es demasiado ancha, resulta complicado encontrar el comienzo de la siguiente línea.
- La tipografía negra sobre soporte blanco es más legible que cualquier otra combinación de colores.
- La tipografía sobre plano pleno, es más legible que sobre trama, textura o imagen.

Es posible encontrar un mayor número de normas de legibilidad, pero a los fines de esta sección sobre la expresividad tipográfica, creo suficiente los aquí presentados. El propósito de conocer las normas básicas de legibilidad es trabajar conciente y coherentemente con ellas, respetándolas cuando es necesario y rompiéndolas cuando el mensaje lo disponga apropiado. Aquí es donde comienza a intervenir la inteligibilidad.

Como he expresado anteriormente, el término *inteligibilidad* refiere a las propiedades que posee un texto para que pueda ser entendido. En muchos casos composiciones tipográficas con textos de corto alcance, que presentan dificultades en cuanto a la legibilidad, transmiten con gran éxito la emoción, la sensibilidad y la información planteada.

La facilidad de lectura en esos casos queda relegada a un segundo plano, ya que al utilizarse el texto como un recurso gráfico se refuerza el mensaje, posibilitando su inteligibilidad.

CRITERIOS COMPOSITIVOS

En el diseño de piezas gráficas con composiciones tipográficas se manejan una serie de criterios que hacen a la puesta en página. Si bien aquí no es mi propósito profundizar sobre las particularidades del diseño editorial, proporcionaré algunos puntos referidos a la toma de ciertas decisiones básicas de diseño. Por ejemplo, la toma de decisiones en la elección de la tipografía; en el empleo de contrastes de cuerpo, de estilo, de tono y de color; en el uso de los signos de puntuación, de las misceláneas y en la aplicación de diversas alineaciones y direccionalidades.

Elección tipográfica

La elección tipográfica, como la forma en que la misma se distribuye en la pieza gráfica, puede ayudar a reforzar el mensaje o a contradecirlo. Todas las tipografías tienen su "personalidad". Algunas, como las tipografías gestuales, pueden

servir para denotar informalidad y muchas veces se las relaciona con el quiebre de estructuras y con la rebeldía propia de la juventud. Otras, como las romanas, pueden servir para denotar formalidad y en algunos casos hasta pueden resultar autoritarias. Respecto de las tipografías de estilo fantasía, existen tal variedad y diversidad de morfologías que resulta sumamente dificultoso encasillarlas, o determinar posibles relaciones de temperamento. Al respecto, Rob Carter expresa que *“los tipos poseen características que apoyan y aclaran el contenido de las palabras que representan. Tienen personalidad y actitudes, son capaces de una amplia gama de expresiones.”*

Veloz

Geometric 415 Bold Italic

Museo

Goudy Handtooled

DELGADO

Empire

Carnaval

Allegro

En cuanto a la legibilidad, se considera que los textos de largo alcance se leen más fácilmente cuando se presentan en caja baja y en una familia tipográfica de estilo romana antigua como por ejemplo la Garamond. Sin embargo para las palabras o frases cortas de una señalización, las familias tipográficas aconsejadas son las del grupo sin serif o palo seco, de estilo neogrotescas o con modulaciones en el trazo, como por ejemplo la fuente Helvetica.