

El escenario actual de la tipografía como una variable importante en la comunicación visual

Autor

Lic. Elvis Victor Calizaya Diaz

Instituto de Investigaciones del Hábitat. Facultad de Arquitectura y Cs. del Hábitat. Universidad de San Francisco Xavier. Carrera de Arte y Diseño Gráfico.

Resumen

El siguiente artículo tiene como objetivo presentar el escenario actual de la tipografía como una variable necesaria en todo ámbito de la comunicación visual, con el fin de mostrar la importancia para su oficio.

Inicialmente se empieza con una reflexión donde se muestra el panorama actual de la tipografía en la profesión del diseño, como comunicadores hay una gran responsabilidad de comunicar de manera efectiva los textos que se utilizan en los mensajes visuales ya que una inadecuada elección tipográfica acarrea problemas de legibilidad, es decir problemas de comprensión lectora. Un producto de diseño tiene una función específica y es el de comunicar una idea clara y concisa, es aquí donde juega un papel importante la tipografía.

Introducción

Existe una gran cantidad de productos que han sido creados por el ser humano, estos productos se pueden diferenciar según su ciclo de vida, es decir, según su grado de utilidad. Algunos productos tienen un período de uso extenso, como el ordenador, los libros o los vehículos, pero, también hay productos que tienen un período corto como los alimentos, productos de ocio, productos de uso personal, medicamentos, entre muchas otras cosas más. La diferenciación que existe de un producto a otro es bastante notoria como el de su forma y su grado de utilidad. Si nos vamos al diseño encontramos cinco (5) variables que están presentes en cualquier producto, estas se pueden ver a simple vista. Estas son el color, forma, retícula, imagen gráfica y tipografía. Esta última variable, la tipografía es muy importante que va mucho más allá, pero sin omitir a las demás variables ya mencionadas, pues el tipo de tipografía por sí sola ya comunica o mejor dicho añade un valor agregado al producto, algo que habla por sí misma. pero cómo funciona todo esto.

Desde que nos despertamos estamos en contacto constante con algún producto que lleva tipografía, ya sea al usar nuestros teléfonos móviles, ver la correspondencia, leer algún libro o navegar en algún sitio web, lo que estamos haciendo y no nos damos cuenta, es que estamos digiriendo constantemente las palabras escritas. Desde manuales de uso, libros, diarios hasta trípticos, la tipografía está a nuestro alrededor. A menudo reflexionamos sobre la importancia de la palabra escrita, pero muy rara

vez consideramos el valor del diseñador con respecto a uso adecuado del tono de la palabra u oración que esto tiene que ser algo natural.

Hay un autor muy conocido en el ámbito tipográfico que menciona en su artículo sobre la semántica tipográfica que “la tipografía en sí, olvida ya su relación con elementos naturales, patente en las etapas jeroglíficas o de rebus, son clasificables como signos abstractos” (Javier, 2004, pág. 1)

Tras Bambalina, un diseñador se ha tomado la delicadeza con la finalidad de resaltar la relación que existe entre el aspecto del texto y lo que dice el texto. En realidad, se pueden expresar diferentes sensaciones, emociones, simplemente a través de la elección de una familia tipográfica. Esto nos lleva a la siguiente pregunta.

¿Pero que es la tipografía y porque es tan importante?

En este artículo, responderemos a la pregunta en cuestión. Comenzaremos con una breve definición, sus orígenes. Luego, abordaremos la realidad de una buena tipografía y el impacto que esta genera para finalmente ver los diferentes elementos que la componen.

Desarrollo

¿Qué es la tipografía?

Para comprender que es la tipografía primero tenemos que entender los dos términos más utilizados como “tipo de letra” y “fuente” estos se utilizan a menudo de manera indistinta. Pero al hablar de “fuente”, la mayoría de personas lo entienden a un tipo de letra, para entenderlo mejor comenzaremos por el significado de “Tipo” con el siguiente párrafo:

“Las letras individuales, la puntuación y los numerales son los elementos más pequeños de la página de un libro: los tipos” (Haslam, 2007, pág. 86)

Según Haslam, afirma que los Tipos son los elementos más pequeños de una página y esto implica organizar, jerarquizar el tipo en varias combinaciones tanto en tamaño y espaciado, cuyo motivo implica el estilo, la apariencia y la estructura de la fuente, cuyo objetivo es provocar ciertas emociones y transmitir mensajes específicos. De modo que un tipo de letra es una familia de fuentes. Algunos ejemplos familiares como Arial, Calibri y Helvética. Una fuente es una variación de un tipo de letra, normalmente en negrita, cursiva o una combinación de las dos. Ejemplos de fuentes como Arial Bold y Times New Roman Italic.

“Las consideraciones sobre la distribución de los caracteres en la página dentro de la estructura de una retícula obligan al diseñador a observar cómo se articula el significado a través de los párrafos, como se alinea el texto en la retícula y como se emplean los espacios verticales y horizontales en el libro. Resulta importante que el lector se sienta a gusto con el sistema de composición utilizado, sea cual sea, ya que de

este modo se garantiza la lectura cómoda del texto” (Haslam, 2007, pág. 86)

Los Comunicadores Visuales utilizan la tipografía para ajustar el texto dentro del diseño. Esto ayuda a crear contenido con un propósito. Entonces con esto se puede afirmar que el uso planificado de tipos de letra permite a los diseñadores hacer que un diseño se vea estético y agradable, los diseñadores al momento de utilizar los tipos, lo utilizan de manera estratégica para que el texto sea legible y sobre todo para cierto grupo objetivo. Debido a esto se crean diseños con conceptos de tipografía únicas, una simple tipografía puede comunicarse con su público de una manera eficaz.

La tipografía permite a los diseñadores tomar una serie de criterios, decisiones que pueden ser un acierto o desacierto con respecto a la elección de la fuente, el tamaño, el texto del cuerpo, la ubicación y muchos otros aspectos del uso de un tipo de letra.

¿Porqué es importante la Tipografía?

“El buen diseño y la buena tipografía son una fusión de información e inspiración, o de lo consciente y lo inconsciente, del ayer y del hoy, de la realidad y la fantasía, del trabajo y del juego, de la artesanía y del arte”¹, la tipografía es mucho más que solo elegir fuentes de tipo bonitas: es el eje central del diseño. Una buena tipografía establecerá una sólida jerarquía visual, proporcionará un equilibrio gráfico y establecerá el tono general del producto. La tipografía debe orientar e informar a los usuarios, optimizar la legibilidad y la accesibilidad y garantizar una excelente experiencia de usuario.

De modo que la tipografía es importante ya que tiene un efecto que está muy arraigado en como los usuarios perciben la información que transmite el texto. Una buena tipografía va a retener por más tiempo al usuario. Es importante que el producto sea visualmente estimulante y memorable, y la tipografía juega un papel muy importante en este proceso.

Características y sus distintos elementos de la Tipografía

Una característica del diseño tipográfico es que las letras mismas han evolucionado en reacción a la caligrafía, de decir, a los signos que trazamos a medida que garabateamos sobre las páginas. Uno de los rasgos fácilmente identificables de estos signos es que los creamos como parte de un flujo horizontal, y de izquierda a derecha. Esto es algo que todos adoptamos como un fenómeno natural en el empleo del lenguaje escrito como la utilización de la caja baja y alta. (Kane, 2012, pág. 88)

El diseño tipográfico ya no es una forma sencilla de organizar los tipos de letra como solía ser. Ya que, con el auge del avance tecnológico, nuevas tecnologías y las necesidades de diseño emergentes, los diseñadores utilizan muchos términos que insinúan sus requisitos, tales como consistencia, contraste, espacio en blanco y todo esto sumado lo que son los Glyphs (Glifo).

¹ Paul Rand: Diseñador Gráfico estadounidense muy reconocido en gran parte por el diseño de marcas institucionales.

Consistencia

Mantener una coherencia tipográfica de letra es primordial para evitar confusión y desorden. Al transmitir información, es esencial ceñirse al mismo estilo de fuente, para que el usuario comprenda instantáneamente lo que están leyendo y comience a notar un patrón. Si bien está bien jugar con los niveles de jerarquía hasta cierto punto, es una buena práctica establecer una jerarquía coherente de tipos de letra (una fuente coherente para los encabezados, otra para los subtítulos) y ceñirse a ella.

Contraste

Al igual que la jerarquía visual, el contraste ayuda a transmitir las ideas o mensajes y así enfatizar el producto a los usuarios. El crear contraste hace referencia al jugar con distintos tipos de letra, colores, estilos y tamaños para crear impacto y dividir la el espacio de lectura del producto.

Espacio en blanco

También es llamado como espacio negativo ya que es el espacio que este alrededor del texto o los gráficos. A menudo se pasa por alto y tiende a pasar desapercibido para el usuario, pero el uso adecuado del espacio en blanco garantiza que la interfaz esté despejada y el texto sea legible. Los espacios en blanco pueden otorgar un descanso visual al usuario y llamar la atención sobre el texto y proporcionar estéticamente agradable.

Glyphs (Glifo)

Se llama glifo a la representación gráfica de un elemento de la escritura (sea letra, símbolo, signo o cifra...). Es importante conocer los Glyphs que contiene un Tipo y sus variantes, ya que esto nos determina si es una familia tipográfica completa y posteriormente acta para realizar cualquier sistema ya sea impreso o digital.

A menudo, es importante mostrar un glifo o Glyphs en particular para un determinado producto.

La aportación del enfoque

En todo el campo de los caracteres, existen alrededor de 773 Glyphs, de las cuales muy pocas familias tipográficas completan el 100 % de esta. Incluso es raro ver una familia tipográfica complete el 50%. Si se va a trabajar un producto de diseño editorial por lo menos la familia tipográfica que se elija tiene que tener el 20 % de los Glyphs, ya que esto le convertiría en una familia tipográfica acata para cualquier sistema ya sea impreso o digital.

Conclusión

A menudo se pasa por alto la tipografía, pero es un componente crucial del diseño, ya que, al diseñar un producto, la tipografía se vuelve esencial porque es el elemento más utilizado para comunicar de manera efectiva, incluso si se utiliza como un refuerzo del concepto que se quiere transmitir. Si hablamos de productos como las Imágenes, libros, empaques, logotipos, señalética, catálogos son parte de él, pero la información está escrita en él. A esto se llama guía de marca ya que esto tiene que ser un reflejo de su cultura y estilo de trabajo. Una tipografía bien elegida le da coherencia a un producto, la tipografía puede hacer que un producto sea típico o puede llevarla a la cima del reconocimiento y es parte esencial de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

Martin J., Ortuna M. 2004. Manual de tipografía. Editorial Campgràfic, Valencia, tercera edición.

de Buen J., 2000. Manual de diseño editorial, Editorial Santillana, México.

Bringhurst, R. 2002. The elements of typographic style, elementos de la tipografía y estilo, Editorial Hartley & Marks, Vancouver, segunda edición.

Bringhurst, R. 2014. Los elementos del estilo tipográfico, el origen y las transformaciones históricas de la tipografía Editorial: Fondo de cultura económica.

Martín. J., Mas Hurtuna, M. 2007. Manual de tipografía, del plomo a la era digital, composición y principios fundamentales de la tipografía aplicados a las nuevas tecnologías. Editorial: Campgràfic

Martínez. C. 2014. Manual de recursos tipográficos, una guía para experimentar con tipografía, tipografía creativa y cómo aplicarla en cualquier área del diseño gráfico, Editorial: Campgràfic.

Unger, U. 2012. Tipografía y legibilidad, ¿Qué ocurre mientras lees? ¿cómo afecta la legibilidad a la vista, al cerebro?, ¿qué factores influyen en la lectura?, Editorial: Campgràfic.

Jardí , E. 2007. Veintidós consejos sobre tipografía (que algunos diseñadores jamás revelarán) | Veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras (que algunos tipógrafos nunca te dirán), Editorial: Actar Publishers.