

V Sección

Poesía, pintura, música, ficción narrativa y tipografía: humanismo todo

El uso de la tipografía en el diseño editorial como medio de comunicación gráfica¹

Fernando Ramírez Chacón
fernando.ramirez@ucr.ac.cr
framirez@itcr.ac.cr
Instituto Tecnológico de Costa Rica
Universidad de Costa Rica

Recibido: 30 de abril de 2015

Aceptado: 15 de mayo de 2015

Resumen

Lo analizado en este artículo se puede aplicar no solo a periódicos, también comprende el diseño gráfico de libros, revistas y todo lo relacionado con el diseño editorial. La tipografía ha estado presente al servicio de la humanidad, fiel amiga en las imprentas, litografías y en el maravilloso mundo de las artes visuales. Es un recurso imprescindible en los medios de comunicación digitales, así como recurrente en la cotidianidad de los medios impresos.

Los diseñadores tienen una gran responsabilidad en sus manos, la de comunicar, de una forma efectiva y legible los textos que utilizan en sus mensajes gráficos, ya que, el uso incorrecto de las fuentes tipográficas (como también se conoce a la tipografía) y una inadecuada elección de la fuente tipográfica conlleva problemas de legibilidad y visibilidad en la comunicación de los textos por el mal uso de la misma, lo que provoca problemas de lectura y comunicación entre el impreso y el lector. Un periódico, un libro o cualquier medio de lectura, no se puede alejar de este objetivo, ya que, si no cumple su razón de ser, que es, ser leído, no tiene ningún sentido; un texto que no se lee claramente, va a ocasionar problemas en su lectura y comunicación.

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](http://www.ucr.ac.cr) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

Palabras claves

Tipografía; fuentes tipográficas; interlínea; interletraje; diseño editorial de periódicos; comunicación gráfica; logotipo.

Abstracts

The analysis in this article can be applied not only to newspapers, also includes the graphic design of books, magazines, and everything related to editorial design. The typography has been present at the service of humanity, faithful friend in the printing, lithographs and in the wonderful world of the visual arts. Is an essential resource in digital media and in everyday recurring print media.

The designers have a great responsibility in their hands, to communicate, in an effective and readable texts that use in graphics posts, as, the Incorrect use of the typographic fonts (also known as the typography) and inadequate choice of typographic font has problems with legibility and visibility in the communication of the texts, the misuse of a font, causes problems of reading and communication between the printed and the reader. In a newspaper, a book or any reading media, you can not get away from this goal, because, if does not meet its target, that is, being read, it makes no sense, a text that not read clearly, will cause problems in reading and communication.

Keywords

Typography; typographic fonts; tracking; kerning; newspaper editorial design; graphic communication; logo.

Utilizar bien una fuente tipográfica va a dar el significado al texto; es así, como se compone en su relación con el ojo, ya que, la lectura individualiza cada texto y produce una comunicación efectiva con el uso de la fuente tipográfica y su contexto de lo que sucede alrededor de los demás elementos gráficos del impreso. (diseño de texto con imágenes).

La finalidad de la tipografía es la comunicación por medio de la letra impresa (Canga, 1994, p. 96).

En la elección de la fuente tipográfica para los textos generales, títulos principales, textos clave y todo texto que se necesite diseñar, debe predominar una buena lectura de los diferentes estilos tipográficos para que se identifiquen claramente por medio del tamaño, la interlínea y las diversas características que son propias de la

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](http://www.ucr.ac.cr) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

fuente.

Un tipo de letra puede contribuir a crear una actitud concreta o bien obligar a retroceder discretamente al lector (Tondreau, 2009, p. 22).

La ubicación de los diferentes textos, con base en la retícula, lo que busca es lograr la unidad y reconocimiento en la jerarquía de los textos por medio de la fuente tipográfica. Además, otorga claridad en la distribución de los textos en sus páginas, proponiendo la ubicación de los elementos gráficos.

Las fuentes tipográficas constituyen un elemento esencial, útil y de un valor incalculable para los sistemas de comunicación gráficos y es completamente democrático en su uso; es una herramienta de trabajo con el significado en sus entrañas que dependerá del contexto y la forma que se les desee brindar al texto. (Figura 1).

La tipografía

Lo analizado en este artículo se puede aplicar no solo a periódico o lo relacionado con el diseño editorial .

La tipografía ha estado presente al servicio de la humanidad, fue amiga en las imprentas, litografías y en el maravilloso mundo de las artes visuales es un recurso imprescindible en los medios de comunicación digitales, así como recurrente en la cotidianidad de los medios impresos.

Hoy los diseñadores tienen una responsabilidad en sus manos y diseños, la de comunicar de una forma efectiva y legible los textos que utilizan en sus mensajes gráficos ya que, el uso incorrecto de las fuentes tipográficas (como también se conoce a la tipografía) porque una inadecuada elección de la fuente tipográfica con lleva problemas de legibilidad y visibilidad en la comunicación en los textos por el mal uso de una tipografía lo que provoca problemas de lectura y comunicación entre el impreso y el lector. En un periódico, un libro o cualquier medio de lectura, no se puede alejar de este objetivo, ya que, si no cumple su

razón de ser, que es, ser leído, no tiene ningún sentido; un texto que no se lee claramente, va a ocasionar problemas en su lectura y comunicación.

La finalidad de la tipografía es la comunicación por medio de la letra impresa (Canga, J 1994: 96).

Entender bien cada tipografía (tipo) va a dar ese significado al texto; esto es, como se compone en su relación con el ojo, ya que, en la lectura individualiza cada tipografía va a producir una comunicación efectiva con el uso de la fuente tipográfica y su contexto de lo que sucede alrededor de los demás elementos gráficos del impreso. (diseño de texto con imágenes)

En la elección de la fuente tipográfica para los textos generales, títulos principales, textos clave y todo texto tipográfico que se necesite diseñar, debe predominar una buena lectura de los diferentes textos y diferencia tipográfica en estos textos para que se identifiquen claramente a nivel tipográfico por medio del tamaño, la interlínea, la fuente y las diversas características que son propias de la fuente.

Figura 1. En este ejemplo, se pueden identificar las diferentes jerarquías tipográficas que se utilizaron en el título, el texto general y la cita, solo se ha usado una fuente tipográfica Gill Sans en los tres casos: en el título en 20 puntos, en el texto general 11 puntos y la cita 11 puntos en cursiva.

La tipografía es la sangre del periódico, por ella fluye la información que se desea

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](http://www.universidadcostarica.ac.cr) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/cr/). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

comunicar; lo que la constituye el elemento más importante en el diseño del periódico, ya que por medio de la fuente se puede obtener la atención del lector por medio de la ubicación, el peso y el color. Además, está a disposición de los diseñadores una gran variedad de familias tipográficas, donde prácticamente los alcances son casi sin límites (Canga, 1994, p. 96).

Como lo anota Canga, J. en el párrafo anterior la información fluye pero no solo en los periódicos, también en los libros, revistas y los diferentes medios donde la tipografía es el medio que transporta el mensaje y se complementa con otros elementos gráficos.

Actualmente, algunos programas de edición han permitido que los usuarios manipulen las fuentes sin ningún criterio; por lo tanto, pueden modificar el diseño de la tipografía y da como resultado un problema de legibilidad en la misma.

Durante la década de los setenta vino un mayor interés de los lectores en el tema gráfico, así como una necesidad, por parte de los editores de periódicos, de producir páginas más atractivas gráficamente. Se hicieron experimentos con nuevos estilos, titulares más pequeños, fotos más grandes y una mejor clasificación del contenido (Canga, 1994, p.21).

“ Los periódicos modernos han simplificado las cabeceras. Han desaparecido los dibujos de edificios, banderas, sellos y emblemas. Las cabeceras de hoy son limpias y elegantes. Se va haciendo cada vez más raro el empleo de letras góticas para cabeceras, dejando libre el camino para otras letras más modernas y de lecturas más fácil “ (Canga, 1994, p. 65).

Al observar un impreso bien diseñado, este llama la atención del espectador y permite navegar por sus páginas de una forma sencilla y así ubicar los diferentes elementos que le comunican el mensaje. (Figura 2).

La tipografía

Lo analizado en este artículo se puede aplicar no solo a periódico o lo relacionado con el diseño editorial.

La tipografía ha estado presente al servicio de la humanidad, fie amiga en las imprentas, litografías y en el maravilloso mundo de las artes visuales es un recurso imprescindible en los medios de comunicación digitales, así como recurrente en la cotidianidad de los medios impresos.

Hoy los diseñadores tienen una responsabilidad en sus manos y diseños, la de comunicar de una forma efectiva y legible los textos que utilizan en sus mensajes gráficos ya que, el uso incorrecto de las fuentes tipográficas (como también se conoce a la tipografía) porque una inadecuada elección de la fuente tipográfica con lleva problemas de legibilidad y visibilidad en la comunicación en los textos por el mal uso de una tipografía lo que provoca problemas de lectura y comunicación entre el impreso y el lector. En un periódico, un libro o cualquier medio de lectura, no se puede alejar de este objetivo, ya que, si no cumple su razón de ser, que es, ser leído, no tiene ningún sentido; un texto que no se lee claramente, va a acasionar problemas en su lectura y comunicación.

La finalidad de la tipografía es la comunicación por medio de la letra impresa (Canga, J 1994: 96).

Entender bien cada tipografía (tipo) va a dar ese significado al texto; esto es, como se compone en su relación con el ojo, ya que, en la lectura individualiza cada tipografía va a producir una comunicación efectiva con el uso de la fuente tipográfica y su contexto de lo que sucede alrededor de los demás elementos gráficos del impreso. (diseño de texto con imágenes)

En la elección de la fuente tipográfica para los textos generales, títulos principales, textos clave y todo texto tipográfico que se necesite diseñar, debe predominar una buena lectura de los diferentes textos y diferencia tipográfica en estos textos para que se identifiquen claramente a nivel tipográfico por medio del tamaño, la interlínea, la fuente y las diversas características que son propias de la fuente.

Un tipo de letra puede contribuir a crear una actitud concreta o bien obligar a retroceder discretamente al lector (Tondreau, B. 2009:22).

Figura 2. En el segundo párrafo se puede observar el texto manipulado de una forma indiscriminada, ya que, el mismo tiene un interletraje de 80% lo que produce un texto más condensado y pequeño aunque tenga el mismo puntaje que el párrafo anterior, se debe de tener mucho cuidado al manipular los textos en los programas de edición, para no tener estas situaciones en los textos.

El diseño más eficaz resulta sencillo pero sutilmente versátil (Tondreau, 2009, p.42).

Si analizamos un periódico, el logotipo del periódico es la “cara” de su imagen; la tipografía y su diseño deben de ser legibles y fáciles de reconocer para que se posicionen de forma directa. Las fuentes modernas de estilo romanas o de palo seco, son legibles en titulares y esto les proporciona un reconocimiento rápido en su lectura y la comunicación es directa entre el lector y el logotipo.

El logotipo del *Eco Católico* comunicará su imagen, pero es importante mostrar de forma sencilla y directa por medio de la tipografía, su mensaje gráfico; además, el logotipo debe situarse en la portada del periódico en un espacio diseñado para tal fin y que no compita con otros elementos gráficos, para leerse de forma rápida y libre de elementos “distractores” y que dificulten su legibilidad. (Figura 3).

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](http://www.universidadcostarica.ac.cr) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/cr/). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

Eco Católico

Una visión cristiana del mundo

Figura N° 3. El nuevo logotipo del semanario Eco Católico, lo que busca es comunicar el nombre del periódico de una forma sencilla y directa para un mejor reconocimiento por parte de sus lectores y el público en general, *Ejemplo tomado del periódico Eco Católico, San José, Costa Rica.*

El logotipo del *Eco Católico* además, se ubicó en los márgenes de las páginas internas para la identificación del medio y posicionamiento de forma discreta para que no llame la atención o compita con los titulares o la información que suministra el medio impreso. La ubicación de este logotipo se resolvió por medio del diseño de la retícula, ya que este elemento gráfico distribuye los diferentes recursos gráficos que utiliza el periódico.

En varias ocasiones, las fotografías de los temas que se publican en los periódicos tienen un problema de legibilidad entre los diferentes elementos, ya que, los textos están “montados” en las fotografías y hay poco contraste entre el color de la tipografía y el fondo de las mismas.

Esto puede ser resultado de una mala utilización de la retícula, que no es aprovechada en su totalidad y no permite que el lector haga un claro recorrido visual; esto provoca problemas de legibilidad y composición a primera vista, ya que, el diseño del impreso inicia en la portada y es un patrón de continuidad y composición visual que sigue de igual manera en el contenido interno de la publicación.

La elección de la tipografía determinará la visibilidad y la legibilidad del texto en el medio de comunicación. En este sentido, la elección de las fuentes tipográficas es de vital importancia, ya que la visibilidad hace referencia a la forma del tipo o carácter independiente, de manera que la legibilidad implica la velocidad y facilidad

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](http://www.ucr.ac.cr) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

con que se lea un texto.

Cuando se trata de la visibilidad, el contexto es clave. Es básico ser consciente de cómo se leerá una publicación quién la leerá y en qué condiciones para conseguir un diseño con éxito de cualquier publicación (Braskaran, 2006, P. 20).

Los anteriores conceptos van de la mano, así que su óptimo desarrollo va ligado al contexto en la edición de una publicación. Como lo indica Braskaran, se deben conocer los criterios de edición que contemplará la publicación para desarrollar la estructura y el uso de las fuentes tipográficas a fin de lograr el objetivo que es la lectura de los diversos textos que se utilizan en el medio impreso.

La tipografía se debe utilizar para que el público lector reciba un mensaje gráfico legible y disfrute de los textos en los diferentes momentos que dispone para realizar la lectura del periódico.

Por lo tanto, se deben elegir las tipografías para los diferentes textos y secciones, ya sean los textos generales, títulos, encabezados, folios y diferentes partes del diario. Además, se debe diseñar conjuntamente la interlínea, el interletraje, la distancia entre párrafos y entre columnas, así como la sangría y otros elementos tipográficos.

Diseñar para los ojos es diseñar para el cerebro, el órgano más complejo y el que rige todas nuestras actividades y nuestra conducta. el ojo y el cerebro hacen un todo (Costa, 2008, p. 11).

Conclusión

El uso adecuado de la fuente tipográfica es un arte y además va acompañado del uso agudo del ojo. Como apunta Costa, se diseña para los ojos. No es necesario cambiar el diseño de las fuentes tipográficas porque ya ellas han sido diseñadas por maestros tipógrafos que han analizado sus aspectos de diseño y su legibilidad. Si las someten a deformidades y torturas con los programas de edición, se van a

acarrear graves problemas de lectura en los textos utilizados para la comunicación.

Al iniciar la lectura de un impreso, el diseñador va notando, de una forma o de otra, si está ordenado, y esto lo percibe por la utilización de las fuentes tipográficas, si está en negrita o cursiva, si la letra es grande o muy pequeña esto va a determinar una buena lectura.

Por su parte, los encabezados de un periódico (Secciones del periódico, números de página, nombre del periódico) no deben ser grandes, estos son elementos de referencia; para el lector, su ubicación no tiene por qué ser más importante que otros elementos tipográficos y va complementado con los encabezados.

La elección del formato, los espacios negativos, el ordenamiento de las diferentes columnas, el recurso tipográfico por sí mismo, van a dar al impreso una unidad; es decir, se va a identificar la personalidad con el resultado del producto y va a comunicar una relación directa entre su forma y su contenido, que derivará en un significado propio, dado por su diseño. Esto se da en todos los impresos, donde el diseño habla de la imagen que proyecta como medio de comunicación.

Bibliografía

Ambrose, G y Harris, P. (2005). *Imagen*. España: Parramón.

Ambrose, G y Harris, P. (2008). *Retículas*. España: Parramón.

Ávila, R.(2009). *De la imprenta a la Internet: la lengua española y los medios de comunicación masiva*. México: El Colegio de México.

Bhaskaran L. (2006). *¿Qué es diseño editorial?* Barcelona, España: Editorial Index Book S. L.

Canga, J. (1994). *El diseño periodístico en prensa diaria*. Normas básicas. Barcelona España: Bosh Casa Editorial, S. A.

Carter, D. (1999). *The Big Book of logos*. EE. UU: Editorial HBI.

Chaves, N. (1996). *La imagen corporativa*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. A.

- Costa, J. (2006). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Argentina: La Crujia Ediciones.
- Costa, J. (2008). *Diseñar para los ojos*. España: Costa Punto Editor.
- Costa, J. (2008). *La forma de las ideas, cómo piensa la mente estrategias de la imaginación creativa*. España: Costa Punto Editor.
- Cruz, J. (2009). *Imagen: ¿signo, icono o ídolo?* México: Siglo veintiuno editores.
- Dabner D. (2007). *Diseño gráfico fundamentos y prácticas*. Barcelona, España: Blume.
- De Buen, J. (2008). *Manual de diseño editorial*. España: Ediciones Trea, S. L.
- De Buen, J. (2011). *Introducción al estudio de la tipografía*. España: Ediciones Trea, S. L.
- De Pietro, S y Hamra, P. (2010). *Diseñar hoy, visión y gestión estratégica del diseño*. Argentina: Nobuko.
- Dondis, D. (2010). *La sintaxis de la imagen, introducción al alfabeto visual*. España: Editorial Gustavo Gili, S. L.
- Elam, K. (2007). *Sistemas reticulares, principios para organizar la tipografía*. España: Editorial Gustavo Gili, S. L.
- Elizondo, J. (2009). *La Escuela de Comunicación de Toronto. Comprendiendo los efectos del cambio tecnológico*. México: Siglo veintiuno editores.
- Estrada, S. (2010). *Desarrollo de un proyecto gráfico*. España: Index Book S. L.
- Hall, S. (2007). *Esto significa esto, esto significa aquello, semiótica: Guía de los signos y su significado*. Barcelona, España: Editorial Blume.
- Haslam, A. (2007). *Creación, diseño y producción de libros*. Barcelona, España: Blume.
- Jijena, R. (2008). *Imagen personal, profesional y corporativa, Cómo mejorarla, sostenerla o revertirla*. Buenos Aires. Argentina: Nobuko.
- Johansson, K; Lundberg, P y Ryberg. (2011). *Manual de producción gráfica recetas*. España: Editorial Gustavo Gili, S. L.
- Jury, D. (2007). *¿Qué es la tipografía?* Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. A.
- Koch, R. (2000). *El libro de los símbolos*. México: Grupo Editorial Tomo S. A. de C.V.
- Koren, L y Wippo, M. (2009). *Recetario diseño gráfico*. España: Editorial Gustavo Gili,

S. L.

Lidwell, W; Holden, K y Butler, J. (2011). *Principios universales de diseño*. España: Blume.

Martín, J; Mas, M. (2007). *Manual de tipografía*. Valencia, España: Campgrafic.

Munari, B. (2010). *Diseño y comunicación visual, contribución a una metodología didáctica*. España. Editorial Gustavo Gili, S. L.

Rojas, M. (2007). *La creatividad desde la perspectiva de la enseñanza del diseño*. México: Universidad Iberoamericana.

Samara, T. (2009). *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*. España: Editorial Gustavo Gili, S. A.

Samara, T. (2010). *El diseñador como chef*. España: Editorial Gustavo Gili, S. L.

Samara, T. (2011). *Diseñar con y sin retícula*. España: Editorial Gustavo Gili, S. L.

Tondreau B. (2009). *Principios fundamentales de composición 100 proyectos de diseño con retículas*. España: Blume.

Trémoli A. (2008). *Diseño del libro, construcción de la página*. Argentina: Nobuko.

Weber, M. (2010). *Nuevas tendencias en maquetación y diseño editorial*. España: Maomao Publications.

Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial periódicos y revistas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. A.

Tesis

Diseño, ilustración y elaboración de la imagen gráfica para la colección de libros de artistas costarricenses dirigidos a niños. 2002 Tesis, UCR, N.º 2118.

Propuesta de un Sistema de Comunicación Gráfico para la lectura en el periódico Eco Católico. 2012, Tesis UCR.

Artículos

Ramírez, F. (2011). *Dimensión cultural de la gráfica en el diseño de cubiertas de libros*. Revista Herencia. Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Ramírez, F. (en prensa). *La retícula en el diseño editorial como medio de comunicación gráfica*. Revista Herencia. Editorial de la Universidad de Costa Rica.

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](http://www.ucr.ac.cr) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

¹ El primer artículo de esta serie está en proceso de revisión en la Revista Herencia. Editorial de la Universidad de Costa Rica. “*La retícula en el diseño editorial como medio de comunicación gráfica*”.