

PROYECTO DYLUNIO

*Raquel Delgado Bermejo
Trabajo de Fin de Grado
Tutor: Israel Pérez López
Grado en Diseño
Facultad de Bellas Artes
Universidad de La Laguna*

PROYECTO DYLUNIO

Raquel Delgado Bermejo

Trabajo de Fin de Grado

Tutor: Israel Pérez López

Grado en Diseño

Facultad de Bellas Artes

Universidad de La Laguna

*La tipografía es un arte. La buena tipografía es Arte.
– Paul Rand*

RESUMEN

El TFG o Trabajo de Fin de Grado es un proyecto en el que el alumno muestra todo lo aprendido durante los cuatro años en los que se ha cursado el grado universitario en cuestión, que en esta ocasión es el Grado de Diseño gráfico.

Este trabajo debe contener todo el proceso de trabajo en una memoria que corresponde al setenta por ciento de la nota final, mientras que el treinta por ciento restante será evaluado por un tribunal docente tras la lectura y defensa de dicho TFG.

El tema del proyecto es totalmente libre, siempre que muestre un proceso creativo y una producción de material gráfico, con el fin de verificar que los conocimientos que se requieren han sido adquiridos.

Este trabajo trata sobre la elaboración de una nueva tipografía, uno de los ámbitos más amplios y versátiles en el mundo del diseño y que está en todo nuestro entorno. Estas mismas palabras que se están leyendo tienen una fuente tipográfica en particular, que no es la misma del último libro que has leído ni coincide con los créditos de la película que se estrenó hace dos semanas. La tipografía se puede usar en todo lo que nos podemos imaginar.

Para resumir, en este TFG se va a presentar una nueva tipografía y su correspondiente aplicación gráfica con el objetivo de mostrar su funcionamiento en diferentes soportes.

PALABRAS CLAVE

Escritura, Tipografía, Fuente, Letras, Diseño, Trabajo Fin de Grado

ABSTRACT

The Final Undergraduate Project is a project through the student shows everything he/she have learned for four years studying a degree, in this occasion the degree in Graphic Design.

This project must register all this work process in a report that counts a seventy percent of this subject's grade, while the remaining thirty percent will be evaluated by a teaching board after reading and exposing the project.

The topic of the project can be freely chosen, but it have to show a creative process and a graphic material in order to verify that the required knowledge have been acquired.

This project is about a new typography's creation, one of the most versatile and widest scopes in the graphic design world and in our environment. These words that you're reading have a particular typography, it's not the same that the last book you have read uses and they neither match with the movie credits from the film that released in cinemas two weeks ago. Typography can be used en everything we can imagine.

Briefly, in this project it's going to be proposed a new typography and its correspondent graphic application in order to show its working in different holders.

KEY WORDS

Writing, Typography, Font, Letters, Design, Final Undergraduate Project

ÍNDICE

1. PUNTO DE PARTIDA	12	5. APLICACIÓN GRÁFICA	132
· ¿Qué es la tipografía?	13	6. CONCLUSIONES	162
· Objetivos	14	7. BIBLIOGRAFÍA	164
· Metodología	14	· Bibliografía	165
2. INVESTIGACIÓN	16	· Bibliografía de imágenes	168
· Historia de la escritura	17	8. ANEXO	172
· Luz de neón	26	· Glosario	173
· Morfología de la letras	33	· Práctica con Adobe Illustrator	177
· Psicología de las letras	42	· Agradecimientos	187
· La tipografía <i>script</i>	48		
· Decoración y tipografía	55		
3. DEFINICIÓN DEL PROYECTO	60		
4. DESARROLLO	64		
· Digitalización de caracteres	65		
· <i>Naming</i>	130		



1. PUNTO DE PARTIDA

¿QUÉ ES LA TIPOGRAFÍA?

En primer lugar, y dado que el trabajo trata sobre la **tipografía**, es necesario saber qué es y de qué trata este ámbito del diseño. Según la RAE (Real Academia Española) la tipografía se define de la siguiente manera.

tipografía

De *tipógrafo*.

1. f. **imprenta** (ll arte de imprimir).
2. f. **imprenta** (ll taller donde se imprime).
3. f. Modo o estilo en que está impreso un texto.
4. f. Clase de tipos de imprenta. *La computadora permite una tipografía muy variada.*

No obstante, la tipografía se puede explicar de una manera más sencilla como “el arte de diseñar letras”. No se debe confundir con caligrafía o rotulación (en inglés *lettering*), que tienen significados diferentes.

En cuanto a su origen etimológico la palabra tipografía y sus derivados provienen del griego, que junto al latín y otras lenguas influyentes construye el vocabulario del castellano.

En concreto, esta palabra procede de la unión de tres componentes: el vocablo **tipos** que significa “molde”, el concepto **graphos** que puede traducirse como “escribir o grabar” y el sufijo **-ia** que es equivalente a “cualidad o acción”.

¿POR QUÉ TIPOGRAFÍA?

En primer lugar, por interés. Interés en cómo funciona la tipografía en el mundo del diseño, en cómo afecta a nuestro pensamiento, en cómo cualquier cosa u objeto puede tener relación con este tema. Es por ello que la tipografía ha sido mi opción para finalizar esta etapa.

Estos últimos años me he dado cuenta de cómo las tipografías irrumpen en nuestra vida, cómo transmiten emociones, sugieren sentimientos y como influyen en nuestras decisiones. Hasta entonces no había caído pero los conocimientos adquiridos durante el grado de diseño han puesto en mi camino la necesidad de saber más sobre la creación de una fuente.

Considero este ámbito del diseño como uno de los más importantes y extensos, y con grandes posibilidades para investigar sobre todo aquello que guarde relación con las fuentes tipográficas. Al comienzo de esta carrera, me sentí cautivada por las letras al guardar tanta relación con mi futura profesión, y el interés y curiosidad que despertaron en mí me llevaron a elegir la tipografía como la protagonista de este proyecto.

De esta manera, he decidido que invertir el tiempo que me brinda el TFG en indagar en este mundo tan apasionante y amplio, me dará incontables conocimientos sobre dicho tema y resultará una experiencia de lo más enriquecedora.

OBJETIVOS

El propósito principal y **objetivo general** de este Trabajo de Fin de Grado es crear una tipografía completa (que contenga letras y números) que alcance unas características concretas para ser empleada en la publicación física y de impresión. Dentro de este ámbito, cumplirá dos funciones: un objetivo puramente estético y decorativo y otro más práctico.

El proceso de creación de una tipografía conlleva una serie de pasos que en el ámbito personal, me permitirá ampliar mis conocimientos tipográficos, pues no solo se trata de diseñar letras.

14 Como **objetivo específico**, en primer lugar, en cada fase de este proyecto se puede profundizar en la historia de la tipografía y todo lo que lleva de la mano: los tipos móviles, la primera máquina impresora. En definitiva, conocer cada etapa de la evolución de este ámbito del diseño gráfico.

Otro de los objetivos que debe cumplir la tipografía en cuestión trata de que sea capaz de coexistir en un soporte con otras tipografías siempre que ambas cumplan la misma función o una similar.

A pesar de que la tipografía se va destinar a publicaciones e impresiones, sería conveniente aplicarla en otros ámbitos del diseño gráfico como en la creación de logotipos (*branding*), en el *packaging*, en el diseño editorial aplicándola en cubiertas de publicaciones físicas, o usándola incluso en diseño de interiores, ya que la decoración con letras es una de las tendencias más usadas en la actualidad.

METODOLOGÍA

Para comenzar, esta memoria se ha seccionado en 7 apartados diferentes: Punto de partida, Investigación, Definición del proyecto, Desarrollo, Aplicación gráfica, Conclusiones, Bibliografía y Anexo.

En primer lugar, la introducción o “punto de partida” nos da una breve definición de la protagonista de este TFG, muestra unos objetivos a cumplir y explica cómo se desarrollará el trabajo.

En el segundo bloque se lleva a cabo una larga y exhaustiva investigación sobre la tipografía y todos los temas que toca. Para empezar, se investigó acerca de cómo nace la tipografía, el modo en el que se desarrolla durante la Historia y la manera en la que influyen todos los avances que se suceden con el paso de los siglos hasta llegar a la actualidad y la era digital.

La tipografía en China, al desarrollarse de manera completamente distinta a nuestro alfabeto, se explicó en un apartado distinto. La tipografía que se va a crear tiene un aspecto muy similar al de los letreros de neón que todos conocemos, por lo que se añadió en este apartado un pequeño informe sobre estos letreros y su historia.

Otros de los apartados que se han incluido son la psicología de las letras, la tipografía *script* y la decoración con tipografía.

Se consultaron una gran variedad de catálogos, revistas, y libros sobre tipografía con el fin de ampliar conocimientos además de un gran número de páginas web que contaban con información básica sobre el tema.

Basándose en la información y conocimientos adquiridos, se establecieron una serie de características que la tipografía debía cumplir. Estos rasgos se especifican en el *briefing*.

Posteriormente, el cuarto bloque describe todo el desarrollo de las letras recogiendo todo lo que se ha realizado a lo largo del curso: desde los primeros bocetos hasta la digitalización de todos y cada uno de los caracteres. Todos los bocetos se mostrarán explicando las dificultades y obstáculos que presentaron los elementos en su proceso de dibujo, llegando a una elección final y trabajándolos en pantalla.

La digitalización de caracteres se llevó a cabo mediante el *software* Glyphs, específico para la creación de tipografías y que cuenta con una serie de herramientas sencillas de usar y muy intuitivas. En este apartado también se incluye el *naming*.

En el apartado de aplicación gráfica, tal y como su nombre indica, se mostrará el funcionamiento de las letras sobre diferentes soportes.

Tras mostrar los resultados, se sacan una serie de conclusiones, además de mostrar las fuentes de documentación (bibliografía) y los agradecimientos. Este último apartado es el más breve de todos ya que los apartados previos son mucho más extensos puesto que explican la investigación previa al desarrollo de la tipografía y todas las fases del proceso de creación de la misma.

Por último, se incluye un anexo que contiene un glosario estrechamente relacionado con el campo de la tipografía, y una serie de imágenes que muestran la práctica llevada a cabo en Illustrator

para obtener buenos resultados a la hora de digitalizar las letras diseñadas.

Finalmente, este proyecto resultó mucho más sencillo de desarrollar y fácil de entender gracias a la investigación llevada a cabo en diversas publicaciones digitales y libros sobre las fuentes tipográficas de este proceso, además de la visita a diferentes páginas web para contrastar y sintetizar adecuadamente toda la información recogida.

2. INVESTIGACIÓN

HISTORIA DE LA ESCRITURA

Una de las muchas características que diferencia al ser humano del resto de animales y seres vivos es la capacidad de usar un **lenguaje** complejo como medio de comunicación, ya sea de manera oral o escrita.

Se dice que el lenguaje ha evolucionado desde nuestros ancestros hace 150.000 años y en este influye, entre otras cosas, la gran protagonista de esta historia, la **tipografía**. Sin embargo, antes de aparecer la tipografía, nació la escritura, cuya evolución es relativamente reciente.

EDAD ANTIGUA

EL ORIGEN DEL ALFABETO

Los primeros indicios que se tienen de la escritura datan de aproximadamente el año 3500 a.C. en la ubicación de la antigua Mesopotamia (actualmente zonas de Irak y Siria). Los sumerios fueron una de las primeras civilizaciones que dio pie a lo que hoy conocemos como **escritura**.

Los primeros hallazgos trataron de una serie de tablas de arcilla con una serie de pictogramas grabados que reflejaban cálculos, cantidades y algunas ideas muy simples. Esta escritura se denominó **escritura cuneiforme**, del latín *cuneus*, debido a la forma de cuñas que tenían los pictogramas de estas tablas, realizados con unas cañas talladas en bisel que dejaban marcas y líneas.



Escritura cuneiforme.



Escritura jeroglífica.

No obstante, no solo los sumerios desarrollaron sistemas de escritura complejos. La civilización egipcia, ubicada en el norte de África, desarrollaba su propio sistema de escritura: la **escritura jeroglífica** o "escritura de los dioses".

Uno de los muchos avances que estos tipos de escritura conllevan fue la incorporación de la **fonética** a la escritura, que consistió

en representar sonidos mediante símbolos. Estos dos sistemas son las primeras pruebas de lo que hoy denominamos "escritura".

Uno de los grandes hallazgos que data de la misma época es la famosa **Piedra Rosetta**, encontrada en 1798 en un territorio muy próximo a Alejandría y actualmente expuesta en el Museo Británico, en Londres.



Piedra Rosetta, ubicada en el Museo Británico, en Londres.

En el otro extremo del planeta, en la ubicación actual de China, se desarrolló otro de los sistemas de escritura más antiguos y complejos que existen.

Esta escritura, grabada en conchas de tortuga y huesos en sus inicios, se basaba en ideogramas que comenzaron a usarse hace más de 3.000 años. Con el paso del tiempo, estos símbolos adoptaron

un aspecto más simple, lineal y estilizado, dejando atrás la complejidad gráfica de los primeros caracteres.

Como ya hemos visto, la evolución de este sistema es totalmente contraria a la del modo occidental, por lo que la escritura china tiene un funcionamiento completamente diferente al que ya conocemos. Hasta la actualidad, la escritura china ha ido evolucionando hasta contar con más de 50.000 caracteres.

LA CREACIÓN DEL ALFABETO

Todos los sistemas de escritura comentados se centraban en los pictogramas, que transcribían sílabas o palabras, por lo que saber leer y escribir en estos sistemas implicaba conocer gran cantidad de signos.

alfa	A α	eta	H η	ni	N ν	tau	T τ
beta	B β	theta	Θ θ	xi	Ξ ξ	ípsilon	Υ υ
gamma	Γ γ	iota	I ι	ómicron	O ο	fi	Φ φ ϕ
delta	Δ δ	kappa	K κ	pi	Π π	ji	Χ χ
épsilon	E ε	lambda	Λ λ	rho	Ρ ρ	psi	Ψ ψ
dseta	Z ζ	mi	M μ	sigma	Σ σ ς	omega	Ω ω

Alfabeto griego.

La creación del **alfabeto**, donde con una treintena de caracteres es posible escribir todo el vocabulario de una lengua, supuso toda una revolución.

El primer modelo de alfabeto que se conoce se atribuye a los fenicios. Sin embargo, en el norte de Grecia, se hablaba una lengua

que no podían transcribir los alfabetos existentes. A causa de ello, la civilización griega de la zona adoptó los símbolos del alfabeto arameo, una serie de signos para representar las vocales.

Alrededor del siglo V a.C. los griegos tenían un alfabeto de 24 caracteres fonéticos incluyendo la escritura de estos en mayúscula y en minúscula.

Con la llegada del Imperio Romano, la escritura (que escribían en su propio idioma, el latín) experimentó nuevos cambios como la inclusión de puntos para separar las palabras, la geometrización de las letras y el perfeccionamiento de las mayúsculas.

En esta época también surgen las **serifas** debido a los utensilios que se empleaban para escribir.

EDAD MEDIA

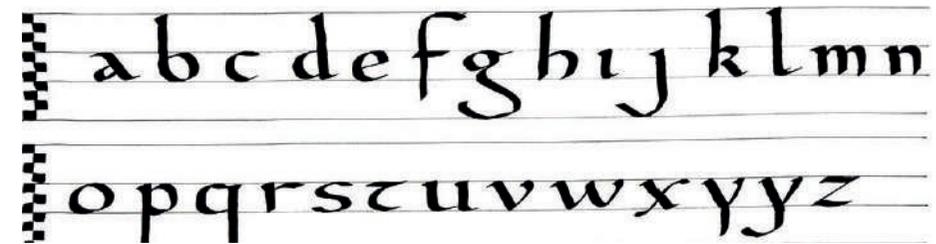
Tras varios años, el Imperio Romano cayó en el año 476 d.C. En lo que a tipografía se refiere, se proliferaron diversas formas de escritura por todo el continente europeo en función de las distintas regiones en las que quedó fragmentada Europa.

A principios del Siglo VIII ya se contaba con aproximadamente 50 tipos de escritura por toda Europa. Por entonces, la escritura se convirtió en un medio para alcanzar el poder, pues solo el 5% de la población tenía acceso a ella: personas pertenecientes a la realeza, la nobleza y los monjes.

LOS MONJES COPISTAS

Los monjes, encargados de reproducir manuscritos, se enclaustraron en las iglesias y en los monasterios, donde comenzaron a reproducir evangelios y conocimientos clásicos romanos. Dedicaban varias horas a este trabajo en unas duras condiciones, en salas oscuras y en absoluto silencio.

LA ESCRITURA CAROLINGIA



Die deutsche Schrift ist wie ein Symbol der eigentümlichen Sendung des deutschen Volkes, das unter den Kulturvölkern das Besondere, das Eigentümliche, das Vaterländische in allen Äußerungen des Lebens

(De arriba a abajo) Escritura carolingia y escritura gótica o *blackletter*.

A mediados del Siglo VIII nació la escritura carolingia que se creó mediante la combinación entre la cursiva romana y otras letras insulares de Inglaterra e Irlanda. La escritura carolingia trajo consigo innumerables cambios en la escritura.

Consistía en dos formas para cada letra: una de escala mayor (mayúsculas) y otra de escala menor (minúsculas), con formas redondas y uniformes. Algunas de ellas poseían astas descendentes y ascendentes. Se normalizó el uso de las mayúsculas al comienzo de los textos, el espaciado entre palabras y se implantaron signos de puntuación.

El nuevo modelo de escritura se extendió rápidamente por toda Europa. A lo largo de los siglos la escritura carolingia experimentó diversos cambios dando lugar a la completa transformación de la carolingia a lo que hoy se conoce como escritura gótica.

20

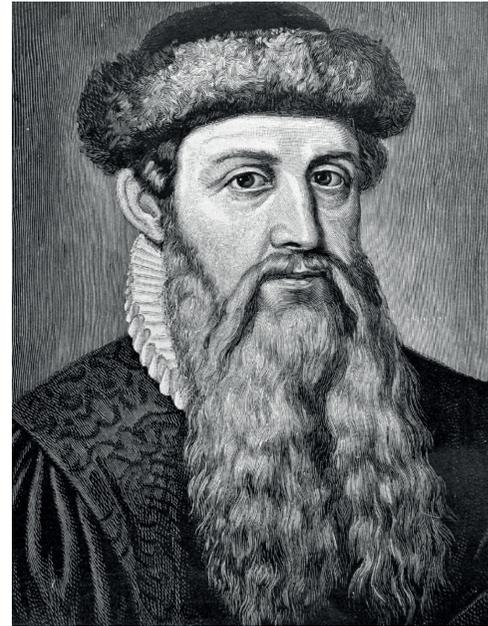
EDAD MODERNA

LA CREACIÓN DE LA IMPRENTA

Durante los siglos previos, la unión de las letras minúsculas, las mayúsculas romanas y los números árabes dieron lugar al alfabeto moderno occidental. Los libros y las barajas de cartas se convirtieron en la principal fuente de ocio, pero su impresión era laboriosa y requería semanas de duración.

La solución llegó a mediados del Siglo XV de manos de Johannes Gutenberg, un orfebre alemán, que desarrolló tipos móviles. Se trataba de bloques de plomo u otro metal, cada uno con el relieve

de un único carácter, de tal forma que se pudiera colocar, entintar e imprimir de una sola vez.

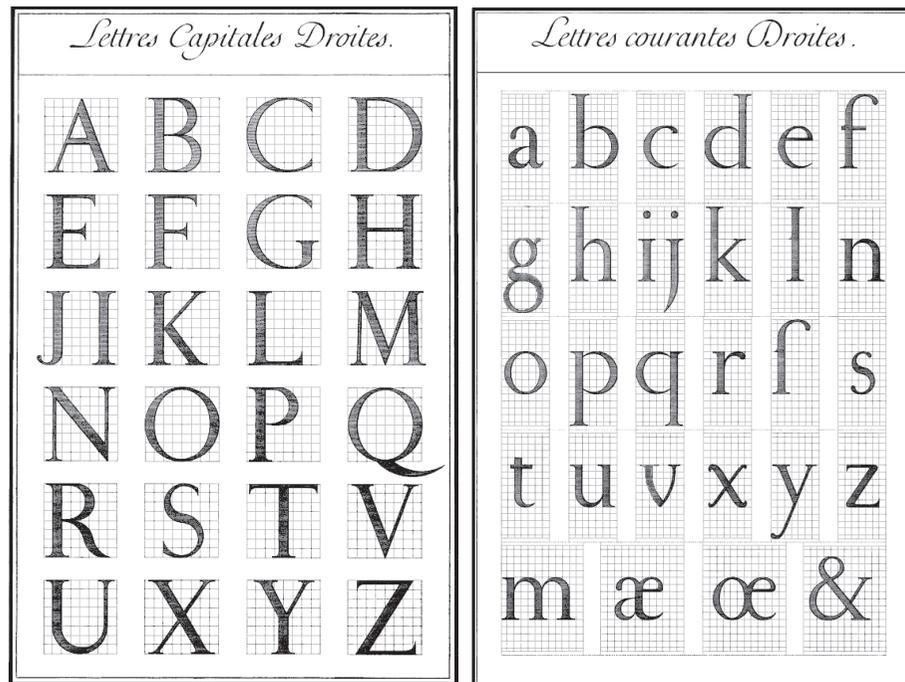


(De izquierda a derecha) Johannes Gutenberg y una réplica de la imprenta de Gutenberg.

Gutenberg desarrolló tanto los tipos como la prensa donde se aplicarían los mismos y la tinta.

Cuando el Renacimiento comenzó a desarrollarse en Italia, Francia, los Países Bajos e Inglaterra, la necesidad de un número cada vez mayor de lectores se cruzó con los objetivos estéticos de los diseñadores de tipos. Los nuevos diseños de tipos de impresión siguieron el modelo de la tipografía Textura, tipografía empleada por Gutenberg.

Alrededor del 1470, la mayoría de diseñadores usaban **escritura** humanista y redonda. Para adecuarse a la nueva forma de las letras, llegó el momento de dejar atrás los tipos móviles alemanes y crear nuevas familias tipográficas, con un aspecto más clásico. De esta manera surge una fusión entre la escritura humanística y la capital romana, creada por el hombre del Renacimiento italiano.



Tipografía Ruman du Roi.

Durante los siguientes años la imprenta de Gutenberg deja un enorme legado: la uniformidad en la proporción, el peso, el espaciado y la textura de los caracteres, que son los principios que viene rigiendo el diseño de letras hasta la fecha.

SIGLOS XVI Y XVII

En estos años tienen lugar diversos sucesos relacionados con el mundo tipográfico, comenzando así la Edad de Oro de la tipografía francesa. La época renacentista de Italia llega a su fin dando paso a la nueva potencia emergente: Francia.

El rey Luis XIV decretó que los textos aprobados fueran realizados en tipografías oficiales provistas para la corte. Se encargó la tarea de producir dichos tipos – que recibieron el nombre de Ruman du Roi – a varios diseñadores ilustres entre los que se incluyen Claude Garamond y Robert Grandjean (Samara, 2021).

Entre personajes a destacar, nace la romana de Claude Garamond, cuya fuente fue de las más utilizadas en las imprentas y editoriales.



Ejemplo de impresión con el pie de imprenta de la Familia Elzevir.

Dentro de la tipografía también es necesario destacar a la **Familia Elzevir**. De origen holandés, la actividad de esta familia duró 132 años. Se trata de una dinastía de editores, libreros e impresores cuya actividad estuvo presente durante los siglos XVI y XVII.

La imprenta de esta familia gozó de gran esplendor debido al trato que tenían con la Iglesia reproduciendo una gran cantidad de textos religiosos. Abrieron librerías en diferentes lugares de los Países Bajos: Leyden, Utrech, La Haya y Ámsterdam. Sus libros destacaron por su formato de bolsillo a precios bastante asequibles y cuya función era el entretenimiento (Bocero, 2016).

Su negocio de lo más exitoso obtuvo numerosos premios y tanto la calidad como la cantidad de sus publicaciones les hizo destacar durante toda su existencia. Vendieron publicaciones en diferentes lenguas y con una temática muy amplia y variada.

Después de más de un siglo de profesión en la familia, en 1681 todas las librerías e imprentas Elzevir desaparecieron.

EDAD CONTEMPORÁNEA

SIGLO XVIII

En el siglo XVIII, el mundo de la tipografía continuó innovando y surgían nuevas tipografías continuamente.

John Baskerville fue uno de los grandes diseñadores de la época. Estaba dotado de una elegancia y delicadeza inusuales que se re-

flejaba en el diseño de fuentes y composición de páginas. Su tipografía Baskerville destacó por su legibilidad y claridad, además de ser de lo más adecuada para cualquier tipo de texto. Tuvo un gran éxito en Francia, Italia y Estados Unidos.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
0123456789

Tipografía Baskerville.

A pesar de ser una fuente repleta de ventajas, esta cayó en el olvido tras la muerte de su creador hasta 1924, año en el que el diseño de las letras fue rescatado y adaptado para las técnicas de impresión modernas. Hoy en día es utilizada en incontables publicaciones.

Durante el mismo siglo, en Francia es necesario destacar las innovaciones tipográficas de las familias **Fournier** y **Didot**.

Los **Fournier** eran grabadores de ornamentos que más tarde entraron en el mundo de la tipografía. Al principio hacían grabados en

madera para libros, luego trabajos de cartelería y finalmente pasaron a la creación de tipos para libros.

ABCDEFGHIJKLM
 NOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 nopqrstuvwxyz
 1234567890

Tipografía Didot.

Los Fournier realizaron una de las aportaciones más grandes a la tipografía publicando una tabla de proporciones para la fundición de tipos. La unidad de medida que usaron se llamaron "Pie de París". La asumió el estado francés relacionando esa medida con la pulgada. En 1764 publicaron el libro que culminó su carrera, el "Manuel Typographique" en el cual intentarán reticular las letras dividiendo la altura del cuerpo en 7 partes iguales (Arts gràfiques, 2018).

Este fue el primer paso para la creación del **tipómetro** que es una herramienta que mide el cuerpo de letra y de textos tipográficos.

La Familia Didot en 1714 retomó la tradición francesa de la medida de la letra. Reajustaron la medida del Pie de París y la denominaron Punto Didot. Un punto Didot mide 0.3759 mm a diferencia de la medida de los Fournier que era 0,3559 mm.

La fundición Didot produjo el primer tipo considerado moderno además de su variante cursiva y el mismo tipo en dos medidas más pequeñas. Firmin Didot, quien llevaba la imprenta por aquel entonces, se convirtió en una autoridad tipográfica en Francia. La fuente moderna Didot se convirtió en el tipo de Francia y estándar nacional para las publicaciones del país (Arts gràfiques, 2018).

SIGLO XIX

El siglo XIX vio nacer la publicidad, lo que supuso un gran cambio en el mundo de la tipografía.

La **Revolución Industrial** provocó el desarrollo y crecimiento de las ciudades, el éxodo rural y el nacimiento de una sociedad de consumo.

Durante las primeras décadas de este siglo nace una nueva relación entre la publicidad y la cartelería. En el ámbito publicitario, además de las atractivas ilustraciones, uno de los medios más eficaces de atraer público era la tipografía.

En esos años es cuando se empiezan a notar los beneficios recíprocos entre prensa y publicidad. Los periódicos atraen la atención de los anunciantes, y éstos se convertirán en el auténtico sustento de la prensa. Y además, es en esta época

cuando surgirá el “cartel” como protagonista por excelencia del panorama publicitario. Hasta el punto de que el cartelismo publicitario acaba considerándose un auténtico movimiento artístico. Destacarán artistas de la época que se convertirán en verdaderos precursores del arte del cartel publicitario (Colmenar, 2018).



24

Primera tipografía comercial *sans serif*.

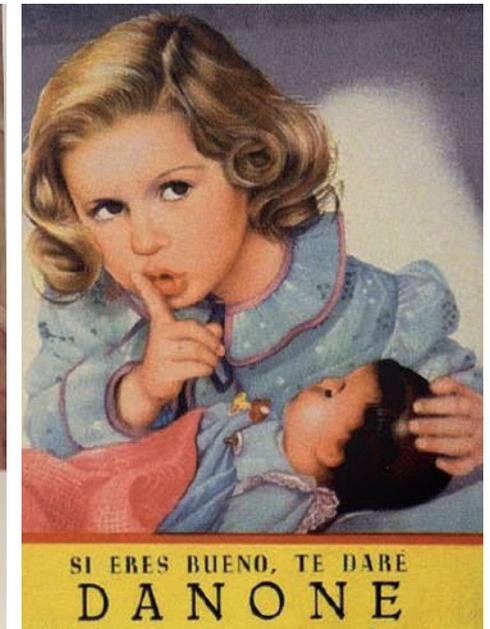
Con suma rapidez, los tipógrafos empezaron a crear versiones exageradas y excesivamente decoradas de las fuentes ya existentes, hasta 1816, año en el que la fundición Caslon sacó una fuente de palo seco que causó conmoción en el diseño de letras, pues la calificaban como una señal del fin de la civilización. Este tipo de fuente *sans serif* no sería aceptada hasta los últimos años del Siglo XIX, décadas en la que la tipografía publicitaria experimentó una serie de modificaciones.

SIGLO XX: LA ERA DIGITAL

A comienzos del nuevo siglo en el arte surgieron nuevas corrientes y tendencias que optaban por las formas simples y básicas.

Los avances que vinieron acompañados de la época provocaron un cambio radical en la publicidad: se estableció una nueva categoría de fuente tipográfica, las letras egipcias, surgidas de la geometrización de los remates y posterior supresión.

Así nació el favoritismo por los caracteres sobrios y el rechazo hacia los remates y serifas. Estas nuevas tipografías se convirtieron en un símbolo de rigor y modernidad. Se debe destacar también la aparición de las letras negrita o *bold*, cuyo tamaño y presencia llamaban la atención considerablemente.



Anuncios de los años 60 con tipografía de palo seco.

La respuesta de los diseñadores fue crear fuentes que aportaban espontaneidad y desenfado: las **tipografías manuscritas** nacieron y cobraron fuerza rápidamente. Junto estas aparecieron nuevas fuentes de palo seco con un carácter juguetón, alegre y con claras diferencias entre unas y otras.

En esta misma década llegó el fin de los tipos en plomo. Los avances en el campo de la tecnología implantaron la fotocomposición como método a usar en la **impresión tipográfica**. A partir de entonces la tipografía pasó a ser la pieza clave dentro de la publicidad.

A comienzos de esta misma década, la prensa es sustituida por la litografía *offset*, el chorro de tinta y el láser. Tiene lugar el lanzamiento de los primeros ordenadores personales, técnica impulsada por IBM y establecida por *Macintosh* de Apple.

El desarrollo de nuevas fuentes experimentó un enorme crecimiento. Por un lado, tipografías digitales por parte de Bitstream, y por el otro, fuentes experimentales proporcionadas por las revistas de diseño gráfico del momento.

En 1990 surgen los primeros archivos *Opentype* y *Truetype* junto a la introducción de Internet que posibilitó la rápida distribución de tipografías digitales.

Con el cambio de milenio y de siglo, en el año 2000 la tipografía es considerada como la herramienta imprescindible de todo diseñador, debido a su notada presencia en los medios de comunicación más populares de las últimas décadas.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀ
ÅÉÎÕabcdefghijklmn
opqrstuvwxyzàåéîõ&
1234567890(\$£.,!?)

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÀÅÉ
abcdefghijklmnopq
rstuvwxyzàåéîõøü&
1234567890(\$£.,!?)

(De arriba a abajo) Tipografías Helvetica y Univers.

LUZ DE NEÓN

¿QUÉ ES EL NEÓN?

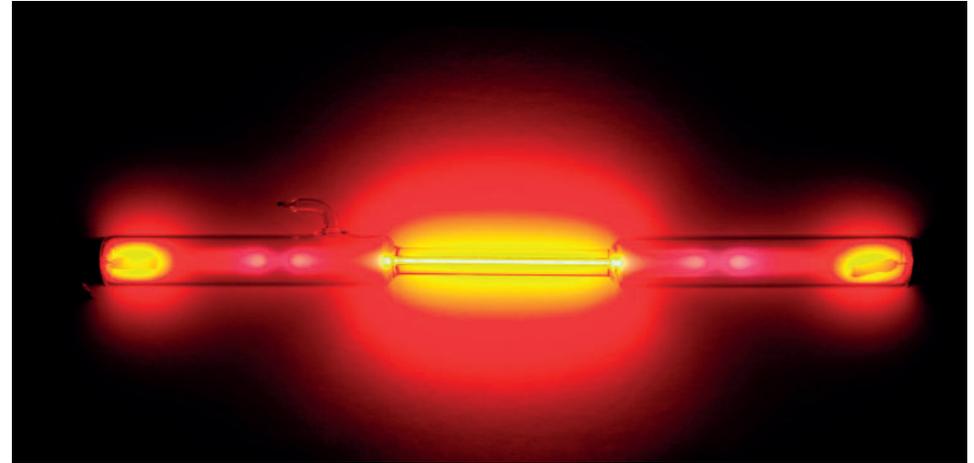
Según la RAE (Real Academia Española) el neón es el elemento químico núm. atóm. 10 perteneciente al grupo de los gases nobles, escaso en la Tierra, pero muy abundante en el universo y presente en el aire atmosférico, que se usa en los tubos fluorescentes. Su nombre proviene del griego **neos**, que significa reciente o nuevo, cualidad que mantuvo durante varias décadas desde su descubrimiento hasta su empleo aportando luz a las ciudades. Rudi Stern (1980) en su libro *Let There Be Neon* define muy bien qué es el neón:

26

Es una luz definida por un espacio sin sombras. El hecho de que tenga que ver con la noche lo distingue de otras formas de arte, en realidad es una de las formas más simples y potentes de ilustración. En virtud de su luminosidad flexible, el neón podía producir efectos más allá de la capacidad de las luces precedentes. Podía crear siluetas asombrosas, ya sean figuras o letras, en una serie de combinaciones de colores que parecían infinitas.

PROPIEDADES FÍSICAS Y QUÍMICAS

El neón en estado natural es un gas inoloro, incoloro e insípido. Mediante las descargas eléctricas sus átomos emiten fotones de energía de color rojo anaranjado. Para adoptar otros colores del espectro visible, el neón se mezcla con otros gases.



Tubo de vidrio de neón.

DESCUBRIMIENTO DEL NEÓN

El neón fue descubierto en 1898 tras un experimento realizado por William Ramsay y Morris W. Travers, dos químicos ingleses que estudiaban en el University College de Londres.

A final del Siglo XIX, William Ramsay y su mentor decidieron examinar la composición del aire. Mediante varias reacciones químicas y someter diferentes muestras a procesos de desoxigenación y desnitrogenación, dieron con los gases nobles argón y helio.

Sin embargo, Ramsay decidió investigar más acerca de los gases nobles aún desconocidos junto a Morris W. Travers. Después de realizar varios experimentos y pruebas cuatro años después, en 1898, dieron a conocer tres gases nobles recién descubiertos: el xenón, el criptón y el neón.

Este último fue el más importante y el que tuvo más repercusión. Travers lo describió de la siguiente manera: *“El resplandor de la luz carmesí del tubo contó su propia historia y fue un espectáculo para recordar y nunca olvidar”*.

Ramsay nombró este gas con la palabra neón, proveniente del vocablo griego **neos** = reciente, nuevo. Poco después, en 1904, él y Travers recibieron el Premio Nobel de química.

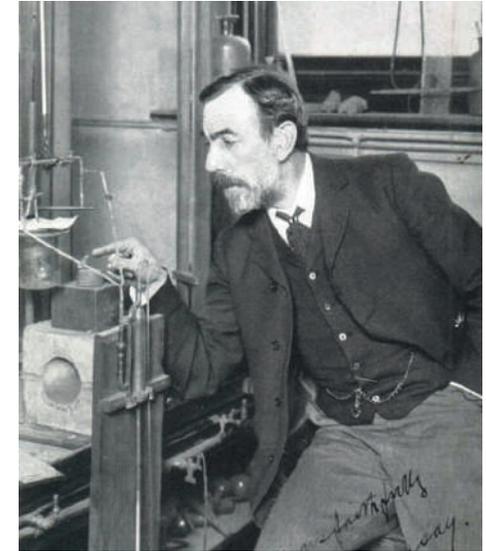
LA LUZ DE NEÓN

Sin embargo, la luz de neón se desarrolló por primera vez en Francia en los primeros años del S.XX. El científico Georges Claude desarrolló tubos de neón para incorporar a lámparas, creando así la primera lámpara de neón.

Claude contempló las lámparas de neón como fuente de iluminación general y creó la empresa Claude Neon junto a Jacques Fonseque, su socio, que reconoció la infinidad de posibilidades del neón para la propaganda y la publicidad.

En 1910, en el salón del automóvil, Claude llamó la atención del público al exhibir un letrero hecho con gas de neón. Dos años después, se vendió el primer letrero publicitario de neón a una peluquería de París (Palais Coiffeur).

Años más tarde y con la posibilidad de obtener una amplia gama de colores, se elaboró el primer anuncio publicitario instalado en un tejado y otro en la entrada principal de la Ópera de París, con tonos azules y rojos, tendencia que llegaría a Estados Unidos a comienzos de los años 20.



(De arriba a abajo) Morris W. Travers y William Ramsay, Premio Nobel de Química de 1904.

27

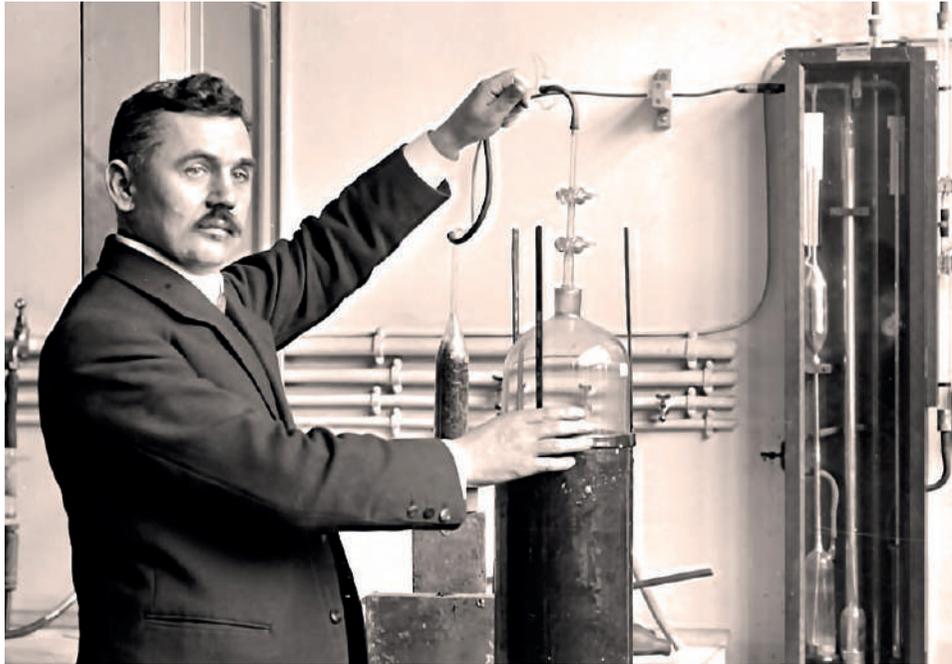
Las luces de neón se desarrollaron de un modo semejante en China, transformando completamente unas décadas más tarde las ciudades más habitadas como Hong Kong. En este caso, los letreros de neón se combinaban con la antigua caligrafía china.

La empresa de Claude y Fonseque anunciaba las luces de neón como *“Las últimas y más artísticas formas de publicidad e iluminación eléctrica. La luz dada es continua, muy distintiva y peculiarmente atractiva. Una llama viviente”*.

EL NEÓN LLEGA A ESTADOS UNIDOS

El primer letrero de neón de Estados Unidos llegó en 1923. Un representante de marcas de coche Packard compró dos letreros de

la empresa Claude Neon que se colocaron en la Olympic de Los Angeles.



Georges Claude con una lámpara de neón.

Un año después, Claude Neon tenía la patente y comenzó a expandirse por Francia, parte de Europa y pronto su franquicia cruzó el Atlántico llegando a Estados Unidos: empresas en Nueva York, Chicago, Boston, Los Ángeles y San Francisco.

Rudi Stern (1980) afirma:

Los estadounidenses de inmediato tomaron la vibrante imagen del neón como si fuera suya. Pronto se convirtió en un símbolo de la energía e inventiva de Estados Unidos, dando

lugar a un espectacular florecimiento a finales de la década de 1920 y principios de la de 1930. En Estados Unidos, el neón es parte de su conciencia visual y de memoria colectiva.

La popularidad del neón se propagó a pasos agigantados y alrededor de 1927, había un total de 750 rótulos en la ciudad de Nueva York. Durante estos años se desarrollaron muchas técnicas de diseño y animación que tendrían su incidencia en el mundo del neón y que convertirían Times Square en uno de los lugares míticos donde los letreros de neón se hicieron grandes protagonistas.

Douglas Leigh, diseñador de iluminación y publicidad, concibió y creó el espectacular arquetipo del lugar.

Mientras las ciudades más grandes de Estados Unidos se cubrían de luces, Francia utilizaba estos rótulos para la señalización de locales como cafés y cines, haciendo un uso más limitado y minimalista de las letras de neón.

Alrededor de los años 30, el neón llegó a su gloria siendo el protagonista en marquesinas de cines y teatros, atracciones, mosaicos eléctricos, etc. Las coloridas luces de neón simbolizaban la fantasía en medio de la Gran Depresión. Volviendo al análisis de Stern (1980):

Había planes de rascacielos neonizados, faros de neón, piscinas en Beverly Hills, señales direccionales de neón, señales de cruce de peatones (todavía en uso) y publicidad de neón debajo de las alas de los aviones y en los laterales de los dirigibles. Los signos y símbolos de neón eran la luz del sueño americano. En las carreteras, en las ciudades centrales, a lo

largo de los desolados tramos de nuestro paisaje, el neón era el lápiz eléctrico con el que tradicionalmente hemos firmado nuestra identidad con servicios de productos y atracciones. (...) El neón como materia prima arquitectónica preeminente, fue un escaparate nacional del capitalismo estadounidense reflejado en una ingeniosa fusión de arte y tecnología. (...) El neón significaba progreso, vitalidad, emoción urbana. Simbolizó la energía estadounidense.

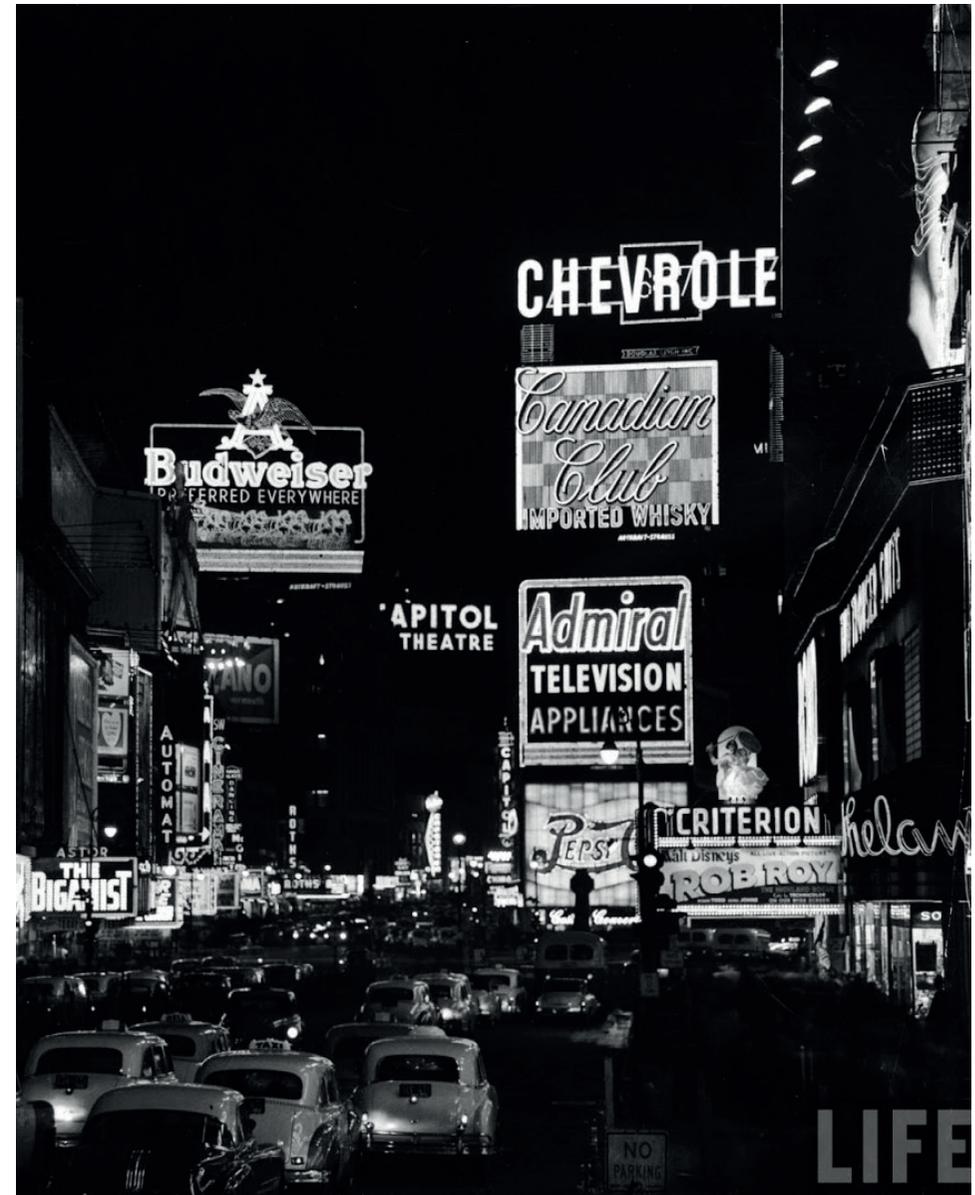


(De izquierda a derecha) Logo de la empresa de Claude Neon y réplica del primer letrero de neón.

A finales de la Segunda Guerra Mundial, en 1945 Charles Claude fue encarcelado y despojado de sus honores. Su fructífera empresa pasó por diferentes dueños hasta su cierre en 1977.

Los años 60 y 70 conforman el absoluto auge del uso del neón: las grandes ciudades del mundo resplandecían, tratando de acaparar la atención del mayor número de personas. En la década de los 80 las utilidades del neón se ampliaron considerablemente, abordando parte del mundo del arte moderno.

Actualmente, el uso de las letras de neón vuelve a estar en auge, pero esta vez no se considera un símbolo de modernidad, sino



Times Square en 1954, Nueva York.

todo lo opuesto. Estos letreros representan muy bien el aire retro que tanto se utiliza hoy en día.

EL NEÓN EN LA DECORACIÓN

Como ya se ha mencionado, desde principios del siglo pasado, el neón se empleó para señalar, indicar, iluminar y sobre todo para decorar de una manera llamativa y atrayente.

En cuanto los letreros de neón llegaron a EE. UU. acompañados de los avances tecnológicos, este elemento pasó a ser un recurso decorativo que ofreció infinitas y sorprendentes posibilidades.

Hoy en día, estos letreros representan muy bien el aire retro que tanto se utiliza hoy en día. Es un elemento amado por muchos y

detestado por otros. Aunque en grandes medidas resulta estridente poco elegante y de mal gusto, el neón puede resultar divertido, original y bonito si se utiliza de una manera concreta combinando determinados colores y matices.

No hay duda de que el uso exagerado del neón da como resultado lugares conformados por brillo y luz. La mezcla de los diferentes colores forma un paisaje urbano de poco gusto y vulgar. El mejor ejemplo que podemos dar de ello es la famosa ciudad de Las Vegas o Reno, ambas en Nevada.

El neón se asoció en un principio al juego y a los bares. El horizonte de Las Vegas por la noche no está hecho de edificios o árboles, todo es rótulo (...) Las manufacturas de rótulos no tienen sentido estético. Esto es bueno y malo. Es "malo"



Rótulo de Domino Sugars Company (Baltimore, Maryland, Estados Unidos).



Ciudad de Las Vegas (Nevada, Estados Unidos).

porque no crea ningún sentido del arte en las personas que lo trabajan. El lado bueno es que crea una atmósfera ahistórica. (Tom Wolfe, s.f.)

Por otro lado, si el neón se emplea de una manera correcta, la luz puede pasar a ser un elemento característico de un paisaje y convertirse en el símbolo de una ciudad. La avenida de Ocean Drive en Miami crea un paisaje muy agradable con un uso de luces bastante moderado.

No obstante, el neón puede aplicarse también a espacios interiores. El diseño de locales ha ganado muchísima popularidad con el uso de letreros de neón. Hay una gran cantidad de restaurantes y *pubs* que con el neón crean un ambiente moderno y *vintage*.

Gracias a su versatilidad, el neón tiene la capacidad de integrarse en interiores con una decoración clásica o seria. No es de extrañar que muchas personas han decidido apostar por usar el neón en su vivienda o negocio.

EL NEÓN EN LA ARQUITECTURA

Dentro del mundo arquitectónico, este elemento, entre de sus variados usos, puede destacar un espacio o construcción ya sea añadiendo un brillo llamativo, color o elementos de un estilo *vintage*.

Cabe destacar que en el interior de grandes edificaciones, el neón se puede emplear únicamente como luz de una manera completamente transgresora. El artista de neón Michael Hayden realizó una pasarela en una de las terminales del aeropuerto O'Hare International Chicago Airport.



Terminal del aeropuerto O'Hare International Chicago Airport, en Chicago.

Angela

MORFOLOGÍA DE LAS LETRAS

Durante toda su existencia la tipografía ha estado sometida a transformaciones constantemente en base a los grandes avances tecnológicos que se han sucedido en las últimas décadas. Si bien estos cambios han traído una enorme variedad de tipografías, ha dificultado la forma de clasificarlas y encasillarlas en una categoría particular. A continuación, se explicarán una serie de nociones básicas en la anatomía y construcción de las letras, su morfología y la clasificación de estas.

ANATOMÍA DE LAS LETRAS

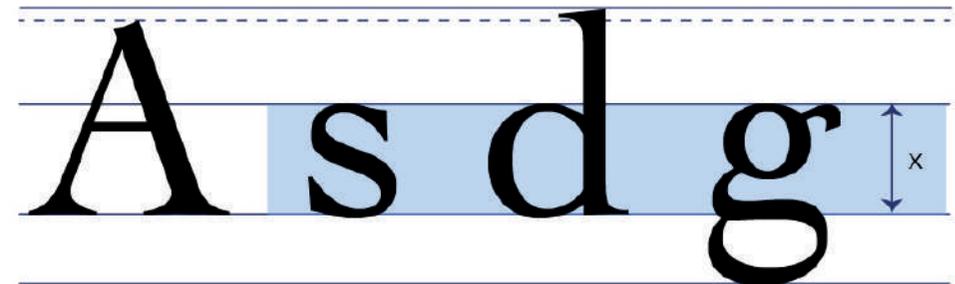
Primeramente, a la hora de diseñar letras, tanto las mayúsculas como las minúsculas deben ceñirse a una serie de proporciones establecidas por un esquema de líneas que limita y regula la altura de todas las letras. En la imagen que hay a continuación se muestra un esquema de las líneas mencionadas previamente.

De arriba hacia abajo:

- **Línea de las ascendentes:** línea que define la altura de las astas ascendentes.
- **Línea de las mayúsculas:** línea que define la altura de las letras de caja alta.
- **Línea media:** línea que define la altura x , medida definida posteriormente.

- **Línea base:** línea sobre la que reposan las letras.
- **Línea de las descendentes:** línea que define la altura de las astas descendentes.
- **Altura x u ojo-medio:** altura entre la línea media y la línea base que define la altura de una x minúscula.

Dentro de dichas limitaciones, las fuentes tipográficas pueden diferenciarse por otras muchas características: grosor, inclinación, trazo, tamaño, serifs...



Esquema realizado por la autora.

PARTES DE LAS LETRAS

Después de conocer el esquema previo, a continuación se muestra una imagen que muestra las partes más importantes de las letras:

d
panza

t
travesaño

e
abertura

o
anillo

p
descendente

Q
blanco interno
cola

G
contraforma

A
vértice
remate o serifa

K
asta
pie o pata

s
esпина

g
oreja o lóbulo
bucle

y
gota o lágrima

h
hombro o arco

b
ascendente

CLASIFICACIÓN DE TIPOGRAFÍAS

La primera clasificación tipográfica de la que se tiene constancia data del año 1921, de manos de Francis Thibaudeau. Organizó las tipografías creando 4 grandes grupos basándose en el contraste de los trazos y la terminación de las astas. Thibaudeau diferenciaba la romanas elzevirianas, las romanas didonas, las egipcias y las antiguas. Mientras que las tres primeras categorías contaban con serifa, las letras antiguas carecían de ellas.

Posteriormente añadió dos agrupaciones más de fuentes para las caligráficas y las de apariencia de fantasía.

- **Romanas elzevirianas:** también llamadas Romanas Antiguas. Están inspiradas en los antiguos manuscritos humanísticos. Thibaudeau observó que los gruesos de las astas no son uniformes y los terminales y cortes de los trazos, triangulares. En esta clasificación corresponden tipografías como Garamond (ejemplo), Times New Roman o Century.

- **Romanas didonas:** Tienen un estilo más clásico que las romanas antiguas. En esta ocasión, las astas tienen gruesos muy contrastados y terminaciones extremadamente finas. En este grupo se encuentran tipografías como Didot o Bodoni (esta última se muestra en el ejemplo).

- **Egipcias:** Se tiene constancia de estas tipografías en el siglo XIX en Reino Unido. Es un estilo que evoca a maquinaria y engranajes. Sus astas son rectas, gruesas y uniformes con remates rectangulares. Ejemplos de fuentes egipcias son las tipografías Rockwell (ejemplo) o Superclarendon, entre otras.

- **Antiguas:** Corresponde a las letras *sans serif* (o de palo seco). Derivan de las egipcias a las que se le han suprimido los remates. Se han encontrado este tipo de fuentes desde la época griega y romana hasta finales del siglo XX. En esta tipografía el asta es recta y uniforme y no tiene acabado. A este grupo pertenecen tipografías como Helvetica (en el ejemplo), Univers, Gill Sans, etc.

LETRAS ROMANAS ELZEVIARIANAS

Tt

LETRAS EGIPCIAS

Tt

LETRAS ROMANAS DIDONAS

Tt

LETRAS ANTIGUAS

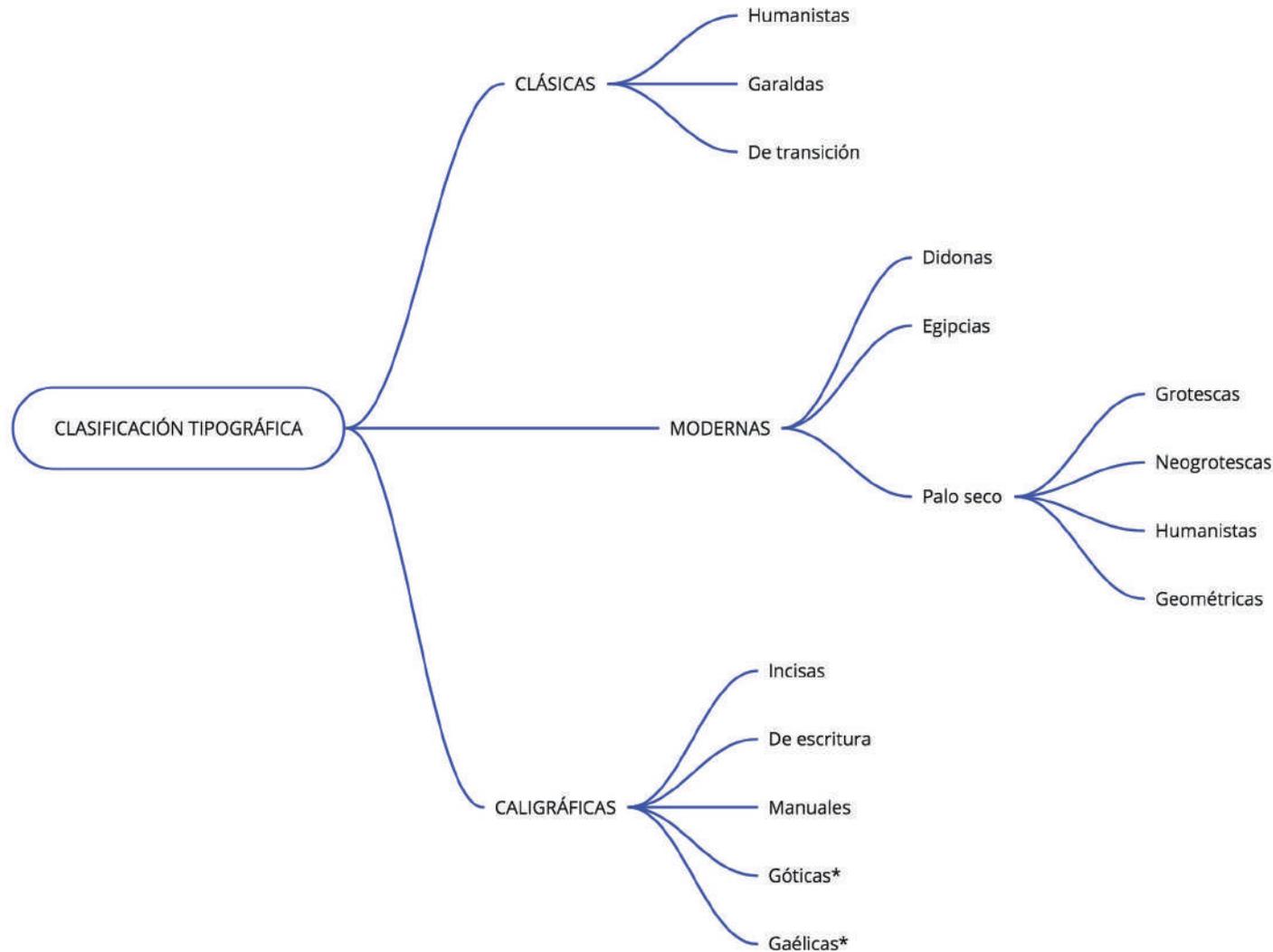
Tt

Clasificación según Francis Thibaudeau. Esquema realizado por la autora.

Aproximadamente 30 años más tarde, otro de los virtuosos de la tipografía, Maximilien Vox estableció una nueva clasificación que esta vez se dividió en 9 categorías: Humanísticas, Garaldas, Reales o de Transición, Didonas, Egipcias o Mecanas, Lineales o de palo seco (estas subdivididas en 4 agrupaciones), Incisas, de Escritura y Manuales.

Para llevar a cabo esta clasificación Vox tuvo en cuenta la altura de las astas ascendentes y descendentes, el grosor de los trazos y el eje de inclinación de los caracteres.

El modelo de Vox fue aceptado por la ATYP (Asociación Internacional de Tipografía) en el año 1962, el cual sufrió cambios hasta llegar al plan que se usa actualmente: uno de estos fue la adición de las letra góticas y gaélicas.



Clasificación según Maximilien Vox.
Esquema realizado por la autora.

LETRAS HUMANISTAS O VENECIANAS

- Son letras que se asocian al Renacimiento italiano y tratan de imitar las inscripciones lapidarias romanas. Recuerdan a los trazos del pincel y la pluma.
- Se caracterizan por un ligero contraste entre los trazos, una leve inclinación en las letras y sus líneas y las astas ascendentes coinciden con la altura de las letras mayúsculas.
- Tipografías Centaur, Guardi, Jenson...

Jenson

LETRAS GARALDAS

- Todas las letras garaldas transmiten tradición, sutileza y elegancia. Son letras equilibradas en cuanto a su forma.
- El contraste entre los trazos es mayor, con una inclinación moderada y las astas ascendentes superan las mayúsculas.
- Tipografías Garamond, Palatino...

Palatino

37

LETRAS DE TRANSICIÓN O REALES

- Son letras que intentan cambiar su forma. Van a olvidar la tradición latina, por lo que la tradición romana va a desaparecer. Tienen un cierto parecido con las letras grabadas.
- Tienen un contraste muy notable entre las astas gruesas y finas. Las serifas están muy detalladas y las letras minúsculas pasan a ser mucho más redondeadas.
- Tipografías Baskerville, Cochin, Times New Roman...

Cochin

LETRAS DIDONAS

- Las tipografías didonas deben su nombre a los tipógrafos Didot (francés) y Bodoni (italiano). Su última evolución tuvo lugar en el Siglo XIX.
 - Su modulación es completamente vertical, y tienen un contraste profundo entre el grosor de sus astas. Las serifas son horizontales y considerablemente finas.
 - Tipografías Bodoni, Didot...
-

Bodoni

LETRAS MECANAS O EGIPCIAS

- Se denominan también egipcias. Las mayúsculas fueron diseñadas para la publicidad de finales del Siglo XIX.
 - El contraste entre los trazos finos y gruesos es prácticamente nulo. Las serifas destacan por ser muy geométricas.
 - Tipografías Rockwell, Clarendon, Memphis...
-

Memphis

LETRAS LINEALES

- Combinan todas las tipografías carentes de serifas (conocidas habitualmente como *sans serif* o de palo seco) con aquellas correspondientes a las "Romanas antiguas".
 - Algunas de las tipografías tienen rastros de la serifas. Las letras, en especial las minúsculas son muy redondeadas y todas las astas tienen prácticamente el mismo grosor.
 - Las letras lineales se dividen en cuatro subgrupos.
-

Avenir

LETRAS LINEALES GROTESCAS

- La altura de la x suele ser más alta que en el resto de tipografías.
 - La diferencia entre las letras mayúsculas y las ascendentes es mínima.
 - Las formas redondas como la letra o y la panza de la a o la b tienen una forma rectangular o cuadrada.
 - Algunos ejemplos de las tipografías grotescas son Franklin Gothic, Venus o Oswald.
-

Franklin G.

LETRAS LINEALES NEOGROTESCAS

- No hay contrastes entre los trazos, todos tienen el mismo grosor.
 - La distinción nula de trazos proporciona una uniformidad visual.
 - Las panzas, los hombros y otras formas redondeadas son muy amplias.
 - Tipografías a destacar: Helvetica, Gotham, Univers, Roboto...
-

Helvetica

39

LETRAS LINEALES HUMANISTAS

- Se aprecian algunos rastros de las serifas humanistas en algunas letras.
 - Se basa en las proporciones de las letras romanas.
 - Se trata de la versión romana de letras pero sin remates.
 - Gill Sans y FS Irwin son fuentes humanistas.
-

Gill Sans

LETRAS LINEALES GEOMÉTRICAS

- Como su nombre indica, sus caracteres se basan en formas simples y geométricas.
 - Sus letras están formadas únicamente por curvas y líneas, por lo que la diferencia entre las letras es mínima.
 - Las mayúsculas recuerdan a las antiguas formas griegas.
 - La diferencia entre los trazos es inexistente.
 - Tipografías geométricas son Futura o Industria.
-

Futura

LETRAS INCISAS

- Desciende de las letras grabadas e inscritas en piedra de la Época Clásica.
 - Tiene remates pequeños y triangulares e insinuados.
 - Los caracteres están hechos con trazos modulados.
 - Las tipografías incisas más representativas son Optima, Perpetua y Eras.
-

Optima

DE ESCRITURA

- Imitan la escritura caligráfica.
 - Sus caracteres suelen ir enlazados y están formados trazos modulados.
 - La mayoría de estas fuentes tienen una altura x muy pequeña en comparación con la altura de las mayúsculas, aunque la altura media es variable.
 - Tipografías: Zapfino, Parisienne o Snell Roundhand.
-

Parisienne

MANUALES

- Se basa en el dibujo manual.
 - Sus letras están formadas con trazos irregulares con diferentes grosores.
 - No se debe utilizar en un texto porque dificulta mucho la lectura, su uso debe reservarse únicamente a titulares.
 - A veces se ajusta a alguna temática en particular.
 - Papyrus, Chalkduster y Noteworthy son fuentes manuales.
-

Chalkduster

GÓTICAS*

- Tratan de imitar la caligrafía gótica.
 - Parten de tipografías como la textura.
 - Familias tipográficas: Old London, Fraktur, Aeronaut.
-

Fraktur

41

GAÉLICAS*

- Conservan la estética de lugares como Irlanda o Escocia.
 - Hacen referencia a las escrituras de las lenguas celtas.
 - Su forma recuerda a la escritura uncial.
 - Las tipografías Celtic, Meath o Duibhlinn son fuentes gaélicas.
-

Meath

PSICOLOGÍA DE LAS LETRAS

La psicología de la tipografía podría definirse como el estudio que analiza todos aquellos estímulos que impactan en los pensamientos, sentimientos y comportamientos y suelen asociarlos a distintas fuentes y tipos de letra.

En el mundo del diseño, la tipografía es algo que no podemos dejar al azar para nuestro proyecto de diseño. Al igual que los colores, las imágenes o los sonidos, las tipografías también transmiten emociones y sensaciones.

Una de las razones es, sin duda, es que la tipografía ayudará (o no) a impulsar nuestros diseños, a acercarlos al público y volverlos atractivos.

Por todo esto, es necesario conocer cómo influirá nuestra tipografía en la mente del público.

A continuación, se llevará a cabo una búsqueda de información sobre la psicología de letras y en cómo afecta en las emociones y pensamientos de cada persona.

LA PSICOLOGÍA DE LA ESCRITURA

La **grafología** (o psicología de la escritura) es una disciplina que estudia la caligrafía y que se emplea para extraer un perfil psicológico, de personalidad o de habilidades de una determinada persona. Para determinar el resultado del estudio se realiza un pequeño

test que se divide en dos partes. La primera parte del test trata de cómo es tu personalidad según tu firma. Para ello entregan un folio totalmente en blanco, sin renglones, cuadrícula o líneas, y piden que escribas tu firma, la que usas en la mayoría de ocasiones.

En la segunda parte examinan cómo escribes de manera usual, sin ningún estímulo demasiado influyente. Esta vez consiste en que en otro folio en blanco, escribas una palabra o frase corta, siempre sin ningún objetivo concreto, sino cómo lo escribirías normalmente.

A continuación se observaría el resultado y según una clase de características, estas determinarían cómo es la personalidad. Naturalmente, este resultado no es totalmente específico y en más de una ocasión, algunas de las características no reflejan la auténtica personalidad.

Las cualidades y defectos de cada uno se forman de muchas maneras dependiendo del entorno y ambiente en el que te encuentres, además de la influencia de otras personas, las experiencias que has vivido, etc. Todos estos factores están relacionados con la construcción de la personalidad de cada uno.

Continuando con el test de la grafología, estos son los puntos que se tienen en cuenta:

- Ubicación
- Forma
- Velocidad
- Tipo de rúbrica
- Altura de las mayúsculas
- Continuidad
- Tamaño
- Dirección
- Presión
- Coherencia
- Orden
- Inclinación

EXPERIMENTO DE KIKI Y BOUBA

El experimento de Kiki y Bouba fue realizado por el psicólogo Wolfgang Köhler en 1929. Parte de una imagen que muestra dos figuras: una de ellas tiene los bordes redondeados y la otra, puntiagudos. Para llegar al final del experimento es necesario ver cómo influye la interpretación de estas dos figuras a un nivel psicológico.

La cuestión es la siguiente: el experimento pide nombrar a las dos figuras con las palabras Kiki y Bouba. Pues bien, lo más curioso de todo es que el 95% de los sujetos nombran a la figura picuda Kiki y a la otra, Bouba.

Por muy insólitos que sean los resultados, tienen su explicación. Lo primero que hay que tener claro es que la razón de este fenómeno está en el origen de las palabras.

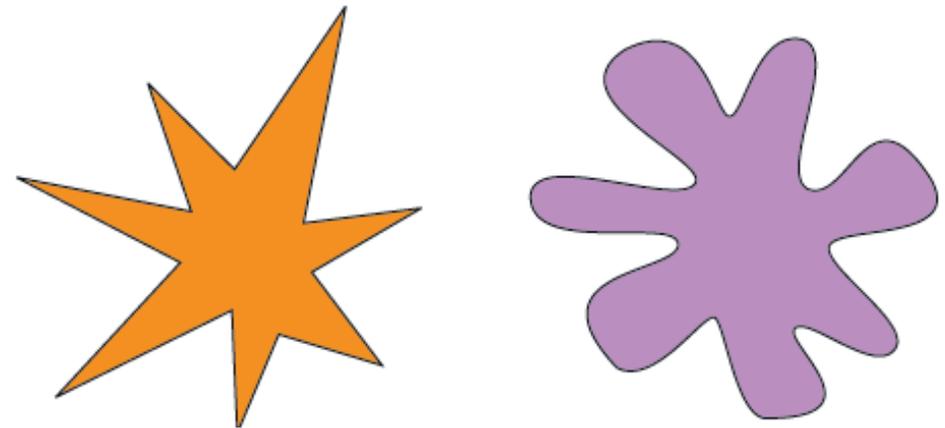
La explicación es que esta coincidencia está relacionada con las conexiones que existen en el cerebro, concretamente en las áreas sensoriales y las motoras. También podría influir la forma en la que ponemos los labios al nombrar las dos siluetas, o las semejanzas que comparten las letras de cada palabra con su figura.

Las letras I y K (de la palabra Kiki) formadas por astas totalmente rectas y colocadas en direcciones distintas, recuerdan a la figura puntiaguda. Por otro lado, las letras que forman Bouba (B, O y U) tienen formas redondas y bordes suaves.

Con el tiempo, otros científicos, con el fin de indagar más en este experimento, notaron que Kiki y Bouba no se limita a la vista y audición.

Diversos estudios probaron que Kiki y Bouba también repercuten en el resto de sentidos: el gusto, el olfato y el tacto.

En ejemplos como el agua con gas y el agua sin gas, o sabores picantes y sabores dulces, ¿cuáles recibirían el nombre de Kiki y cuáles Bouba?



Figuras del experimento de Kiki y Bouba.

El chef Heston Blumenthal (2017), que ha investigado acerca de la relación entre los sentidos, comenta "Hay todo un mundo por descubrir: si escribes 'vino' con una fuente puntiaguda y otra vez, con una fuente redondeada y tomas el mismo vino, pero miras una u otra versión, te sabe distinto".

En el ámbito de la audición y los sonidos, son pocos los que han explorado este fenómeno, sin embargo Kiki siempre se relaciona con frecuencias altas y Bouba con las frecuencias bajas. En muchas ocasiones este tipo de sonidos apelan a los sabores: "Si tomas un

trago de vino levantando la copa con la mano derecha sabe distinto que con la izquierda: con una mano te sabrá más astringente. Y si luego pones música, dependiendo del tipo de sonido cambiará de sabor” (Blumenthal, 2017).

Por lo tanto, la conclusión es la siguiente: nuestros sentidos están conectados entre sí: nuestro cerebro relaciona formas, sonidos, sabores... Tal y como indica el filósofo Barry Smith (2017), “Lo que es realmente excitante es que revela que nuestros sentidos están constantemente activos, interactuando sutilmente, y esas interconexiones moldean nuestras experiencias del mundo que nos rodea y de nosotros mismos”

Esto supuso todo un descubrimiento y los resultados fueron muy relevantes para posteriores estudios en el terreno de la psicología, la neurociencia y la lingüística.

44

FUENTE DESTINADA AL CONSUMO

Ya hemos visto como la tipografía tiene una notoria importancia, y de manera inconsciente, el ser humano añade a las tipografías un peso ideológico y psicológico.

Así lo afirma Sarah Hyndman (2016), autora de *Why Fonts Matter* (Por qué importa la tipografía): “La forma en la que aparecen las palabras, el tipo de letra que se elige para expresarlas, es sumamente importante. Y las marcas también deben entender ese conocimiento subliminal.” A continuación veremos una serie de ejemplos:

1. Los productos alimentarios:

Algunos tipos de letra parecen más apetitosos que otros, apelando a nuestros deseos. Y es que instintivamente asociamos los tipos de letra de forma redondeada y robusta con sabores dulces, y las fuentes angulosas con sabores salados o agrídulces. El ejemplo más claro de todos es el de la marca Coca-Cola, que destaca por sus colores llamativos y su reconocida tipografía, además de promocionarse enfocando su consumo principalmente en el público infantil y joven.

2. Lujo y elegancia:

Hay diferentes marcas que quieren reflejar ante todo, su exclusividad. En estas ocasiones, nuestra mente relaciona estilos como el Didot, con contraste y líneas finas, con la calidad, lo caro y la elegancia. Por este motivo, firmas como Vogue, Yves Saint Laurent y otras relacionadas con la moda, emplean estas fuentes en su imagen de marca.

3. Política:

La misma psicología que se aplica para las compañías que venden productos puede emplearse también a la venta de ideas políticas y estilos de vida. En ocasiones como esta, siempre se usaron tipografías tradicionales. No obstante, la primera campaña de Barack Obama de 2008 cambió el sistema y usando la tipografía Gotham combinó el sentimiento de modernidad con un sentimiento de nostalgia y atemporalidad (BBC News Mundo, 2018).

De nuevo Sarah Hyndman (s.f.), esta vez en un programa de la radio de la BBC, explicó “como consumidores, podemos absorber ese tipo de letra subliminalmente, pero recopilamos una gran cantidad de información de la fuente elegida”.

Por ello, las marcas deben poner especial cuidado en la elección de la tipografía que van a utilizar. Por ejemplo, no se puede usar la misma fuente para transmitir modernidad que para dar una imagen tradicional. De esta manera, las fuentes se agrupan de diferentes manera según los valores que transmiten.

PERSONALIDAD DE LAS FUENTES

A continuación se muestra cómo se agrupan las fuentes, qué valores transmiten según la psicología de la tipografía y qué rasgos de fuente son más efectivos en ciertos contextos:

SERIF

Las tipografías serif son letras clásicas que provienen de los inicios de la historia tipográfica. Las letras se tallaban en bloques de piedra, por lo que era muy complicado que los bordes quedasen totalmente rectos.



Logotipo de Vogue.

Por ese motivo se introdujeron unos remates en los extremos llamados serifas. Nos encontramos con una gran variedad de fuentes dentro de este estilo, todas ellas con una personalidad distintiva.

Al ser fuentes tradicionales, estas transmiten prestigio y formalidad, por lo que se emplean en bufetes de abogados o contables. La presencia de la serifas dotan a las letras de elegancia y sofisticación,

SANS SERIF

Las letras *sans serif*, también denominadas de palo seco datan del Siglo XIX en la actual Inglaterra. Son tipografías más modernas que las *serif*, carecen de contraste en tre sus trazos y tampoco poseen serifas.



Logotipo de Gillette.

Transmiten modernidad, seguridad, naturalidad y minimalismo. Se asocian a empresas tecnológicas, marcas de moda, webs y redes sociales, y aquellas empresas relacionadas con el entretenimiento.

Las fuentes de palo saco supusieron toda una revolución debido a todas las utilidades que tenían. Se podían usar tanto para titulares y carteles como en textos pequeños debido a su alto nivel de legibilidad. Su visibilidad en la pantalla fue crucial para la era digital de la tipografía, además de obtener una calidad considerable al ser impresa, de ahí que esté asociada a la tipografía comercial y al mundo del packaging (BBC News Mundo, 2018).

Fuentes como Helvetica, Arial, Gill Sans o Futura se engloban dentro de la categoría de tipografías *sans serif*.

Dentro de las *sans serif*, podemos diferenciar tres grupos: *rounded*, geométricas y condensadas.

MODERNAS

Se considera una derivada de las fuentes *sans serif*, pero debido a su rápido crecimiento en los últimos años y la enorme variedad de tipografías que engloba, se puede concebir como un grupo diferente.

Tiene una variedad de formas muy amplia, lo que dota de personalidad a las marcas que la emplean. Transmiten modernidad, profesionalidad, elegancia e inteligencia, además de la idea de tendencia. Algunas de ellas reflejan una sensación futurista, muchas marcas relacionadas con la tecnología recurren al uso de estas fuentes.



Logotipo de Fedex.

Dentro de las tipografías modernas encontramos fuentes como la Univers o Frutiger.

SCRIPT

Las fuentes *script* son fuentes que parecen estar escritas a mano, por lo general en cursiva. Se suelen utilizar para títulos o firmas solamente, ya que sus trazos más finos pueden llegar a desaparecer y hacer que pierda legibilidad el texto.



Logotipo de Cadbury.

Dentro de las tipografías *script* o manuscritas se diferencian las manuales y las caligráficas. Estas últimas se diferencian entre *script* formal y *script* informal, que se explicarán de manera más precisa en el próximo apartado.

Son elegantes, clásicas y formales. Dependiendo del contexto en que se usen pueden expresar diversión o modernidad a la vez que exclusividad y finura. Son letras muy elegantes que transmiten, lujo, glamour, sofisticación y calidad. En algunos casos se puede llegar a asociar con lo infantil o femenino.

Son ideales para proyectos que quieran reflejar productos muy elaborados y de lujo, con historia y tradición.

Algunas de las tipografías script son Parisienne, Zapfino, Chopin Script y Tangerine.

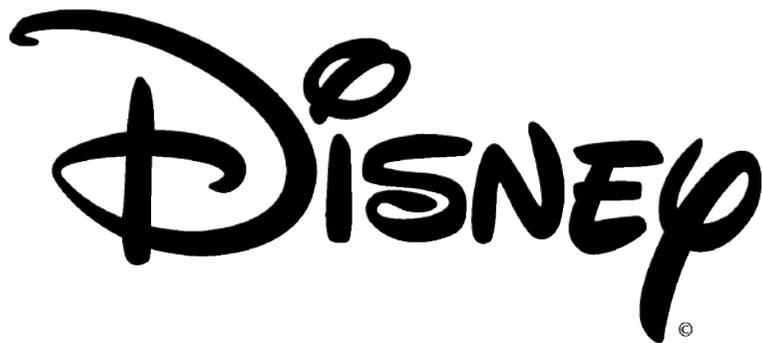
DECORATIVAS

También denominadas display o de fantasía, las fuentes decorativas son tipografías que no se ajustan a ninguna de las clasificaciones anteriores y se han creado con un fin específico.

Se trata de fuentes decoradas, de estilos muy variados y con muchísima personalidad dando la sensación de que son tipografías exclusivas y únicas. Es el tipo de fuente indicado para dar un toque personal y diferenciador a un proyecto, además de su notable capacidad de adaptación, ya que transmite diversas sensaciones.

La elección y creación de la tipografía de Disney es la mayor prueba de que estas tipografías aportan mucha personalidad.

Algunas de las fuentes más conocidas son Esténcil, Pop Art, Monoton o Grunge.



Logotipo de Disney.

EXPERIMENTO “EAT ME”

Sarah Hyndman, experta en tipografía ya mencionada previamente, durante una de las conferencias de TedxTalks, en 2014 llevó a cabo un breve experimento para confirmar que la tipografía influye de una manera tanto consciente como inconsciente en la mente de las personas.

El experimento comenzaba sirviendo al público unas golosinas mientras proyectaba las palabras “Eat me” (traducido como “cómeme”) con unas letras redondeadas, con un alto nivel de legibilidad y de apariencia cercana.

Repitió una segunda tanda, pero esta vez con una letra similar a la gótica, de terminaciones puntiagudas y algo más difícil de leer.

A pesar de que las gominolas que entregó en ambas tandas eran las mismas, el público aseguraba que las primeras eran más dulces que las segundas, y todo a causa del estímulo visual, las letras.

Para finalizar este apartado, se puede concluir que al igual que los colores o los sonidos la tipografía también transmite emociones y sensaciones. Las personas tenemos ciertos sentimientos, emociones y hacemos asociaciones como respuesta a los distintos tipos de letra y fuente.

LA TIPOGRAFÍA *SCRIPT*

Después de la investigación llevada a cabo y explicada previamente, la dirección que tomaría el proyecto estaba un poco más clara.

No obstante, para conocer más sobre la tipografía que se iba a crear, se realizaron varios análisis, clasificaciones e investigaciones sobre este grupo de tipografías: cómo surgieron, cómo se clasifican y cuáles son sus usos desde sus comienzos hasta hoy.

¿QUÉ ES LA TIPOGRAFÍA *SCRIPT*?

48

La ***script*** es una tipografía cuyo principal rasgo es la imitación de la escritura manual. Está basada en la variedad y el fluido del trazo creado en la escritura a mano.

En numerosas ocasiones este tipo de fuentes tienden a confundirse con la escritura cursiva, pero no tiene nada que ver. Las letras en cursiva (también denominadas itálicas) son una de las familias que derivan de una fuente. Estas letras están ligeramente inclinadas a la derecha y tienen un aspecto más manual, pero no se califican como letras *script*.

De hecho, el surgimiento de las tipografías *script* es muy reciente. Se calcula que las primeras fuentes de este tipo nacieron en Estados Unidos alrededor de los años 50. Por aquel entonces, Estados Unidos sufría las consecuencias de la II Guerra Mundial: entre ellas la bajada de precios y la enorme variedad de productos precisaba de un medio de comunicación que estaba en auge, la publicidad.

Las empresas demandaban que los diseñadores y letristas crearan nuevas tipografías que reflejasen alegría y el sueño de posguerra al que la sociedad aspiraba.

Asimismo, las primeras tipografías *script* nacen y cobran fuerza rápidamente. En los 70, tanto en Norteamérica como en Europa, las ilustraciones acompañadas de escritura *script* reinaban dentro del mundo publicitario.

CARACTERÍSTICAS *SCRIPT*

Las tipografías *script* están organizadas en letras manuales y letras caligráficas. Estas últimas, a su vez se dividen en tipos formales similares a la escritura en cursiva y en otros de tipo más informal.

La *script* es una tipografía cuyo principal rasgo es la imitación de la escritura manual. Las dos principales características de estas familias tipográficas son:

- Imitación del trazado manual
- Caracteres enlazados o sueltos

Se caracteriza por gozar de una alta velocidad de escritura, y en la mayoría de las ocasiones, al contener ligaduras, las palabras se perciben como un todo. Sin embargo, una de las mayores desventajas es que en función de su forma, algunas de estas tipografías pueden tener una legibilidad algo baja.

No se debe confundir con la tipografía decorativa o de fantasía, ya que su principal diferencia es que la letra *script* sí sigue un patrón.

Aunque en sus comienzos estas fuentes imitaban la escritura de los maestros escritores en la actualidad pueden encontrarse imitando cualquier variante de escrito: desde caligrafías de niño, a escrituras de apuntes, de pluma, de cartas antiguas y con diferentes variantes de trazos, *kerning*, *tracking*, interlineado y otras variantes tipográficas.

CLASIFICACIÓN

Como se ha mencionado previamente, las tipografías *script* se dividen en dos grandes grupos: tipografía *script* manual y tipografía *script* caligráfica, que esta se subdivide en *script* formal y *script* informal.

TIPOGRAFÍA SCRIPT MANUAL

Es un tipo de tipografía *script* en la que no se imitan otras formas sino que hay un trazado libre de escritura. Suelen tener los caracteres sueltos. En algunas ocasiones es muy difícil discernir correctamente entre algunas tipografías de fantasía y tipografías de escritura manual libre.

Podemos destacar fuentes como la One Stroke Script, la Lucida Calligraphy, o la Tekton.

Comic Sans
Tekton Bold

TIPOGRAFÍA SCRIPT CALIGRÁFICA

Es un tipo de tipografía en la que se imitan los estilos provenientes de las técnicas de escritura. Suelen tener los caracteres enlazados. Estas se dividen en *script* formales y *script* informales.

Tipografía *script* formal

La mayoría de las tipografías tipo *script* formales están basados en las formas de las letras de los maestros escritores de la Edad Moderna.

Tratan de imitar la caligrafía antigua, usando letras con mucha ornamentación y trazos muy finos. Cabe mencionar que las letras mayúsculas de este tipo de escritura destacan por su aspecto elaborado.

Snell Roundhand
Zapfino

Cumplir con el patrón de las tipografías de escritura es tener trazados muy regulares simulando cursivas (parecen ser escritas con pluma), siguiendo pautas en cuanto a alineaciones e inclinaciones.

Son tipografías usadas frecuentemente en invitaciones, diplomas y en documentos que quieren transmitir importancia, elegancia y sofisticación. Algunas marcas y empresas emplean la escritura formal para transmitir lujo e importancia.

Destacan la Snell Roundhand, la Shelley Script, la Chopin Script o la Lynotype Zapfino.

Tipografía *script* informal

También conocidas como escritas personalizadas, el tipo informal muestra unos trazados más imperfectos. Los trazados pueden variar en ancho, pero normalmente parecen que han sido creados con brocha en vez de con pluma.

Los tipos informales aparecen con la llegada de la composición fotográfica a principio de los años 50. Su número se vio incrementado rápidamente. Los *script* informales fueron muy usados en Europa y Norteamérica en la década de los años 70.

Podemos destacar entre otras: Brush Script, Mistral, Lucida Handwriting o Rage Italic.

Brush Script

Bradley Hand

Lovely Rainy

USO EN LA ACTUALIDAD

La gran evolución de las tipografías *script* en las últimas décadas ha supuesto su aplicación en diferentes ámbitos del diseño gráfico.

BRANDING E IDENTIDAD CORPORATIVA

En primer lugar, dentro del campo del *branding* y la identidad corporativa, cada vez hay más marcas empleando tipografías *script*.

Antes de analizar una serie de ejemplos, cabe destacar que estas marcas son conocidas por su tipografía principalmente. En función de la imagen que quieran dar optan por utilizar una fuente más familiar y desenfadada o por el contrario, una más elegante y sofisticada.

Sin ir más lejos, una de las marcas más influyentes y conocidas utiliza una tipografía muy particular. El logo de Coca-Cola destaca por el tipo de letra que usa: la fuente prima por encima de otros elementos como la paleta de color o las versiones que ha experimentado con los años. En esta ocasión y al estar dirigida principalmente a un público joven, la fuente destaca por el entrelazado de sus caracteres y el dinamismo que transmite.



Logo de Coca-Cola.

Para dar una imagen totalmente contraria al ejemplo anterior, marcas como Lindt o Ballantine's apuestan por el uso de una fuente

script claramente formal (con caracteres enlazados, en cursiva y de astas muy finas). Ambas firmas tratan de transmitir el lujo y la exclusividad de sus productos.



Logo de Lindt.

En el campo del *branding* la tipografía *script* abarca numerosas firmas, cada una de ellas con unos valores y público objetivo diferenciados. Existen otros ejemplos como Mr. Wonderful (productos de papelería y decoración), Harrods (famoso gran almacén situado en Londres) o Cadbury (marca de chocolate), entre otros.

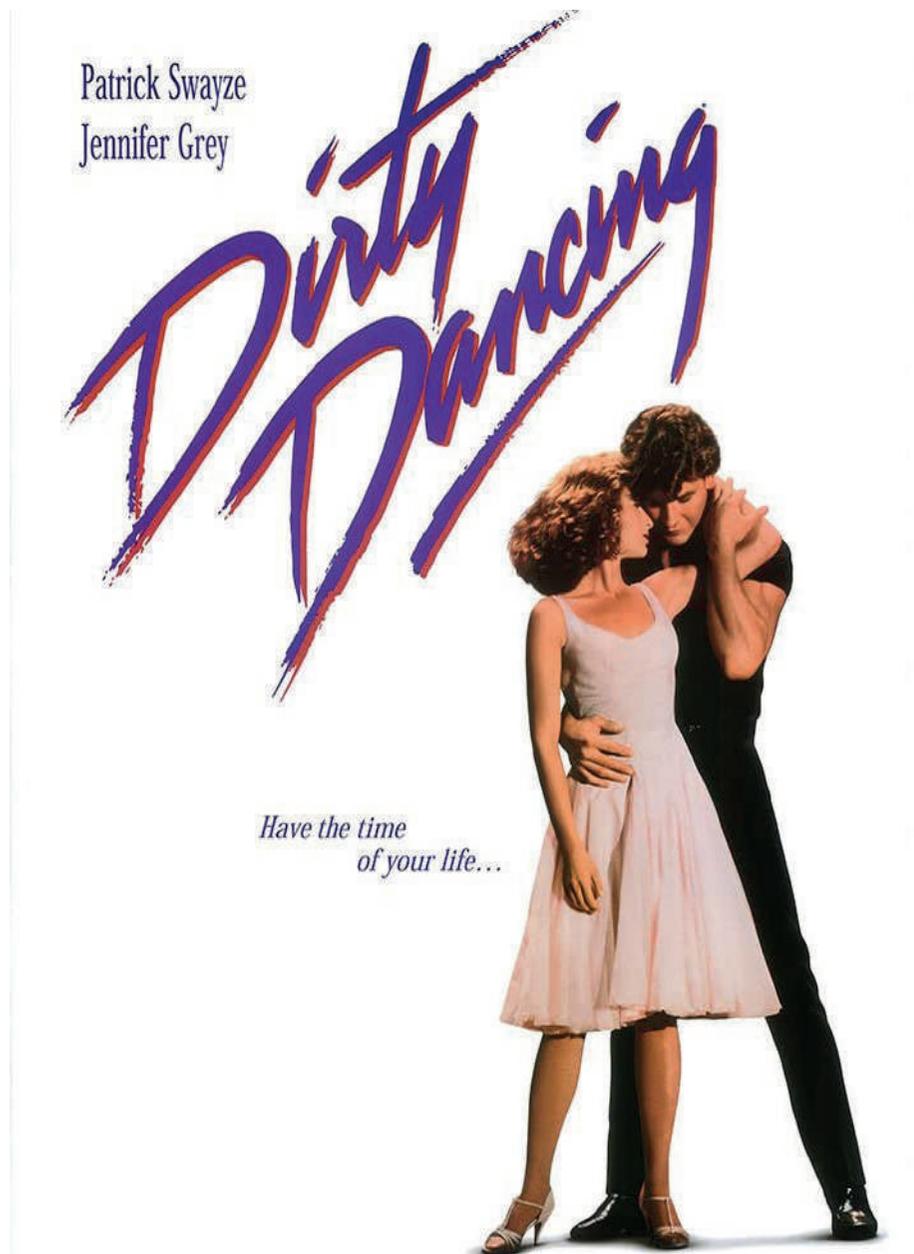
PUBLICACIONES EDITORIALES

Otro de los campos que explora la tipografía *script* es el de publicaciones en el diseño editorial, principalmente libros. En la mayoría de ocasiones, el propio título con una tipografía llamativa completa el diseño de la cubierta. Este tipo de portadas cuentan con una tipografía muy específica y se caracteriza por el predominio de la letra sobre la imagen.

Entre las portadas más destacables encontramos las publicaciones de John Green, conocido en el ámbito de la narrativa juvenil. Las portadas de sus novelas siguen un mismo patrón: la tipografía Chalkduster y el uso de ilustraciones sencillas. En ellas destacan Buscando a Alaska y Bajo la misma estrella.



Cubierta del libro "Bajo la misma estrella", de John Green.



Cartel de la película Dirty Dancing, de 1987.

Dentro de las publicaciones editoriales también se deben incluir todos los productos diseñados imprimibles: carteles, *flyers*, folletos, revistas, tarjetas, etc. Dentro de los carteles se pueden incluir, como ejemplo, los que encontramos en la cartelera del cine. Desde el auge del cine y la televisión, muchas películas son y han sido conocidas por la tipografía que usan en sus carteles promocionales, tanto cintas del siglo anterior como filmes actuales.

PRODUCTOS DE PAPELERÍA

Desde un marcapáginas hasta carpetas o libretas, los productos de papelería destacan por la enorme variedad de diseños que tienen. Las tipografías *script* cobran un papel cada vez más importante en este tipo de productos.

En particular, la marca Mr. Wonderful es una de las que más predominan ofreciendo una enorme variedad de productos de papelería: calendarios, agendas, libretas, cuadernos, estuches, utensilios de escritura, carpetas y otros elementos como tazas o botellas.

Y es que en Mr. Wonderful somos especialistas en crear productos que conectan a las personas y que alegran al personal, sacándoles una sonrisaza. Porque nuestras colecciones y diseños no son solo regalos rebonitos, son una forma de entender la vida optimista, sencilla y dedicada a convertir el día a día en algo más sorprendente, divertido y mágico. (Mr. Wonderful, s.f.)

En los últimos años, esta empresa ha crecido influenciando a otras marcas para seguir el mismo camino y emplear frases y juegos de palabras en sus productos, logrando llamar la atención del consu-

midor con dibujos simples y sencillos que acompañan dichas frases. El otro atributo que caracteriza sus productos es el uso de distintas tipografías en una misma frase, y muchas de ellas siendo tipografías caligráficas, manuales y *script*, sobre todo informales.



Productos de papelería de Mr. Wonderful.

DISEÑO DE INTERIORES

Por último, destacamos el uso de tipografías *script* en el diseño industrial y el diseño de interiores, otros de los ámbitos del diseño que no dejan de progresar día a día. La colocación de tipografías

en los espacios interiores es una de las tendencias que se aprecian actualmente.

Como se ha mencionado previamente, la tipografía es un elemento importante dentro del diseño gráfico y uno de los componentes que más posibilidades ofrece para jugar con sus distintas formas. Para empezar, las letras en 3D han aumentado su uso considerablemente. En muchas ocasiones, una buena forma de decorar alguna estancia, es colocando estas grandes letras formando alguna palabra en específico, un nombre o una frase que tenga algún significado especial.

Otra de los modos de emplear las tipografías y las letras es el llamado "estilo mural". Este tipo de decoración se podía usar de dos maneras: minimalistas o complejas. El uso minimalista suele ser una sola palabra o frase, mientras que los murales complejos consiste llenar las superficies con letras o palabras en diferentes colores y fuentes (Olacea, 2013).



Letras en 3D con tipografía *script*.



Mural con tipografía script.

También se deben tener en cuenta las tipografías iluminadas. Suelen tener un volumen considerable y funcionan como un foco o lámpara más dentro del espacio. Son de lo más llamativas y funcionales para transmitir un mensaje (Olachea, 2013).

Dentro de las tipografías iluminadas destacan los letreros de neón. Los hemos visto en los restaurantes de estilo *vintage*, como única iluminación en los bares nocturnos y como decoración en alguna velada de noche. En los últimos años el neón ha conquistado el mundo de la decoración de interiores.

Tras la introducción de la pizarra y los vinilos en la decoración del hogar, el neón ha tomado el relevo triunfando como elemento decorativo de cualquier habitación, dando un toque desenfadado a las paredes de casa (Olachea, 2013).



Letrero de neón en interiorismo.

DECORACIÓN Y TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA *SCRIPT* EN COMERCIOS

El uso de las tipografías *script* se emplea cada vez más en locales públicos y transitados como cafeterías, bares o restaurantes. Y es que tanto el diseño gráfico como el diseño de interiores son aliados fundamentales en la rentabilidad de un comercio.

El buen diseño atrae nuevos clientes y fideliza a los actuales, por lo que el uso de una tipografía adecuada es vital para marcar la diferencia frente al resto de competidores y es, además, una herramienta poderosa para comunicar los mensajes deseados. De esta manera, la tipografía se emplea en pequeños detalles como tarjetas de visitas o etiquetas hasta grandes elementos como luminaria, mobiliario o decoración de superficies.

TIPOGRAFÍA EN LUMINARIA

La luz es posiblemente, una de las herramientas más importantes en el diseño de un espacio comercial: nos permite ver con claridad los distintos productos y a la vez crear distintas sensaciones gracias a las propiedades del color o la temperatura (Decofilia, 2020).

Por lo tanto, si añadimos el otro gran elemento de la tipografía, obtenemos distintos resultados en lo que al interiorismo se refiere. Las grandes letras corpóreas o la tipografía creada a base de bombillas son las formas más útiles de añadir atractivo al estilo.



Letreros luminosos de locales.

TIPOGRAFÍA "VINTAGE"

La tipografía *vintage* es otra de las grandes tendencias en el diseño gráfico, y no solo en el interiorismo. Muchos de los locales que emplean tipografía *vintage* en la decoración del espacio también la aplica en activos de la marca.

Este tipo de fuentes, combinadas con el estilo industrial, forman lo que hoy se denomina el "estilo estrella" de los locales. La tipografía *vintage* da una sensación de decoración hogareña y transmite una imagen de interior cuidado y exquisito (Decofilia, 2020).

Este tipo de locales mezcla unas fuentes con otras creando composiciones curiosas, combinando mayúsculas, minúsculas, y astas finas y gruesas (Decofilia, 2020).

56



Tipografía *vintage* de una cafetería.

TIPOGRAFÍA "MINIMALISTA"

En el caso de que una empresa busque una imagen fresca y formal a la vez que elegante y moderna, la tipografía idónea es una que transmita sencillez, limpieza y claridad (Decofilia, 2020).



Tipografía minimalista de una cafetería.

Las tipografías de palo seco, sin remates, y geométricas son una opción bastante adecuada para el diseño de locales que transmitan esta idea.

Los colores más recomendables son tonos neutros (blanco, gris, negro...), aunque se mantiene la opción de utilizar algún color que resulte representativo en la marca.

TIPOGRAFÍA CORPÓREA

Aunque no es lo más frecuente, algunos locales quieren causar un gran impacto a través de sus tipografías. En este caso se dejan la luz, la pintura o los vinilos decorativos y se opta por jugar con diferentes relieves.

Estas tipografías destacan por ser letras de astas gruesas y con remates anchos. Deben ser fuentes tipográficas que permitan ser trabajadas y manipuladas en diferentes superficies.

Las letras corpóreas son letras en 3 dimensiones. Como se explicó en el apartado anterior, estas se usan para crear palabras o frases con un significado especial, o simplemente para decorar.

Sin embargo, en el caso de locales comerciales este tipo de letreros cobran mucha más importancia. Una buena ubicación de estas puede invitar a nuevo clientes, convertirse en una zona de mucho tránsito.



Letras corpóreas de un local de McDonald's.

Todo esto resulta de lo más favorable para el local, ya que el nombre del negocio se convertirá en un referente para todo el que se sitúe en la zona. En España podemos destacar el Edificio Carrión de Madrid, más conocido como el edificio que tiene el logo de Schweppes en letras corpóreas luminosas.



Letras corpóreas de un restaurante.



Edificio Carrión en Madrid, España.

Este tipo de letras están pensadas para perdurar en el tiempo lo máximo posible. Existen una infinidad de materiales con las que construir las pero el aluminio, el metacrilato o el acero son ideales para asegurar la durabilidad de estos letreros. En el caso de que estas letras sean luminosas, simplemente hay que añadir un frente acrílico que permitirá aportarles luz.

TIPOGRAFÍA MANUSCRITA

Finalmente llegamos a la tipografía *script*, que se emplea en el caso de querer dar una imagen más informal, desenfadada o *naif*³. Si además empleamos colores vivos añadiremos alegría y dinamismo a cualquier local (Decofilia, 2020).

58

El empleo de la tipografía en locales de restauración suele ser una idea inteligente para atraer al consumidor y ofrecerle un lugar acogedor y amigable.

Además de usar la tipografía para decorar, esta se puede usar en el diseño de menús, o simplemente, escribirlo en una pared a modo de pizarra.

Hoy en día, muchos de los establecimientos optan por esta idea, con el fin de mostrar sus servicios de una manera novedosa y además, cumpliendo la función informativa y estética a la vez.

En este tipo de composiciones se suelen combinar tipografías totalmente opuestas, lo cual llama la atención rápidamente e invita

³ Se trata de un estilo artístico que se caracteriza por simplicidad la de las formas y el uso colores vivos y llamativos.

a la lectura. El único requisito que estas fuentes deben cumplir es el de mantener un tamaño lo suficientemente grande como para posibilitar una lectura sencilla desde una distancia considerable.

ATÚN ROJO

TRIANA
DESDE 2006

ES UNA MESA
LA VIDA
DE TODA



SOCIAL
GENTE

LA MEJOR RED
RODEADA DE TU

GAMBAS
Salmorejo
BEPENJENAS REBOZADAS

Flamenquin
CAZÓN EN
ADOBO
Carnes



SUGERENCIAS
DEL CHEF
Chanquetes
con huevo
HUEVOS ROTOS
Pescados del día



Tipografía script en un menú de cafetería.



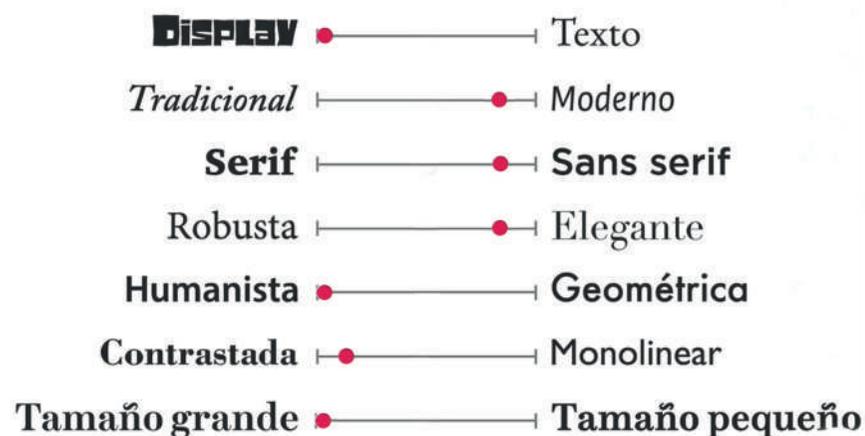
3. DEFINICIÓN DE PROYECTO

AUTOENCARGO Y BRIEFING

Antes de proceder con el proceso de la creación de una fuente tipográfica, es preciso saber qué función debe cumplir la tipografía que se va a crear. Siguiendo la recomendación de Juanjo López, importante diseñador especializado en tipografía, un método muy eficaz es llevar a cabo el siguiente ejercicio.

Previamente a empezar a dibujar letras, cifras o signos de puntuación, es importante realizar un autoencargo y a partir de él, un *briefing* concretando todo los puntos y metas que debe cumplir la tipografía en cuestión para lograr sus objetivos previamente mencionados.

Para concretar el autoencargo, se establecieron una serie de parámetros para tener una imagen más clara de cómo sería la fuente:



Como se puede observar, se eligen 7 características propias de las fuentes tipográficas y se concretan por cuáles de las opciones se va a decantar más la tipografía a crear.

Tras decidir el aspecto básico de la fuente, se redacta un pequeño *briefing* para que a la hora de realizar el proceso de creación de la tipografía, el resultado sea adecuado y así pueda cumplir los objetivos ya mencionados en el apartado correspondiente.

- La fuente debe dar una imagen alegre y cercana que inspire buenas sensaciones. De esta manera, logrando un resultado atractivo los productos que tengan esta tipografía llamarán la atención a primera vista y de manera inmediata.

- La fuente estará compuesta por todas aquellas letras que conforman el alfabeto latín, además de algunas específicas del español y el inglés, ya que la tipografía se usará en un principio en ambos idiomas.

- Ya que la letra se destina a la impresión en tamaños grandes, no es necesario diseñar todos los símbolos que se emplean en textos largos. Se añadirán los que se usen para crear frases sencillas, como el punto, la coma, interrogaciones y exclamaciones.

Para calcular la cantidad exacta de caracteres se realiza el siguiente cálculo:

26 letras mayúsculas; 26 letras minúsculas; la Ñ mayúscula y minúscula; las 10 cifras existentes, las cinco vocales con acento en versión minúscula y por último los signos de puntuación y símbolos que se van a emplear.



4. DESARROLLO

DIGITALIZACIÓN DE CARACTERES

Previamente a realizar este paso se consultó un curso de Domestika impartido por Juanjo López, experto diseñador en tipografía, en el que explica detalladamente cómo diseñar una tipografía íntegra desde cero.

Las recomendaciones de dicho diseñador a la hora de crear caracteres resultaron de lo más enriquecedoras, puesto que mostró algunos trucos, comandos, incluso ideas para avanzar correctamente en el proceso de trabajo.

En este caso, Juanjo López empleó el *software Glyphs*, que tiene un funcionamiento bastante similar a Adobe Illustrator. Aunque *Glyphs* es exclusivo para la creación de tipografías ya que viene con una retícula básica incluida, varias de las herramientas que posee las comparte con Illustrator: la pluma, el pincel, la cuchilla o herramientas para escalar y rotar caracteres, entre otras.

Se trata de un programa bastante agradecido en varios aspectos: es un *software* bastante intuitivo y entendible, fácil de manejar y facilita mucho la clasificación de los diferentes elementos de una tipografía: letras, dígitos, símbolos, signos de puntuación...

Para la digitalización de caracteres en primer lugar se creó una retícula marcando la línea de base, la altura de la x, las líneas de mayúsculas, ascendentes y descendentes, de modo que a la hora de combinar letras en las aplicaciones gráficas todas tuvieran las

proporciones correctas y así poder trabajar con ellas de una manera más sencilla.

Después de trabajar con ellas se estableció el espaciado de cada una de ellas combinando unas letras con otras para que el espacio entre unas y otra fuera el adecuado y que unas letras no se superpusieran con otras.

A continuación, la digitalización de caracteres se va a explicar individualmente de la siguiente manera: se van a explicar las dificultades y retos surgidos a la hora de diseñar las letras, los bocetos que se elaboraron, capturas mostrando los nodos y manejadores y por último, el resultado final de cada elemento.

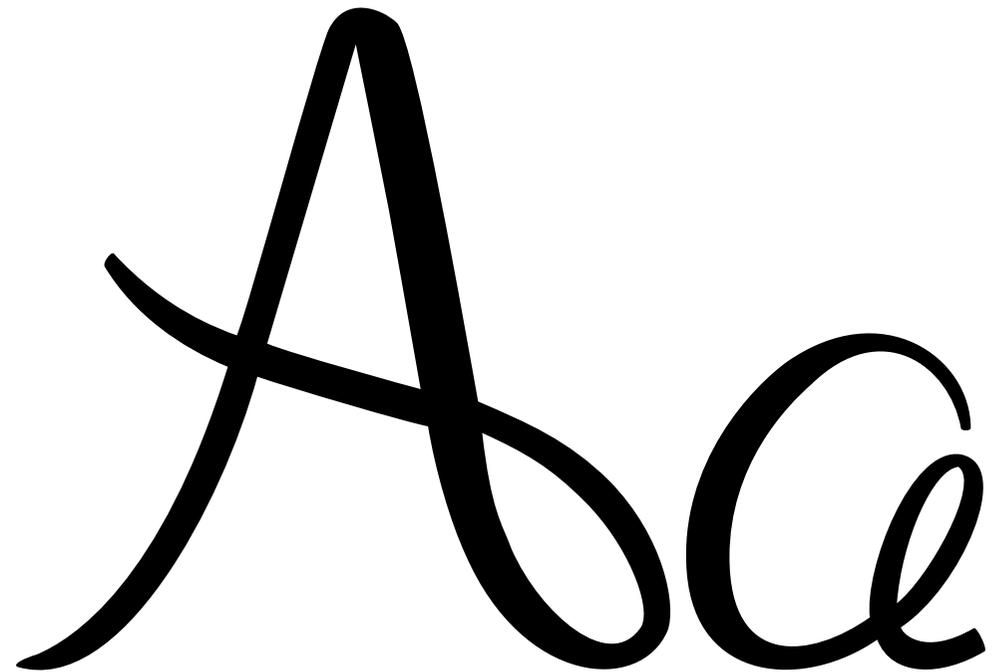
LETRA A

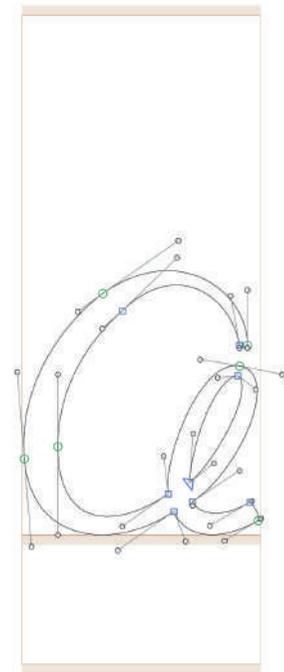
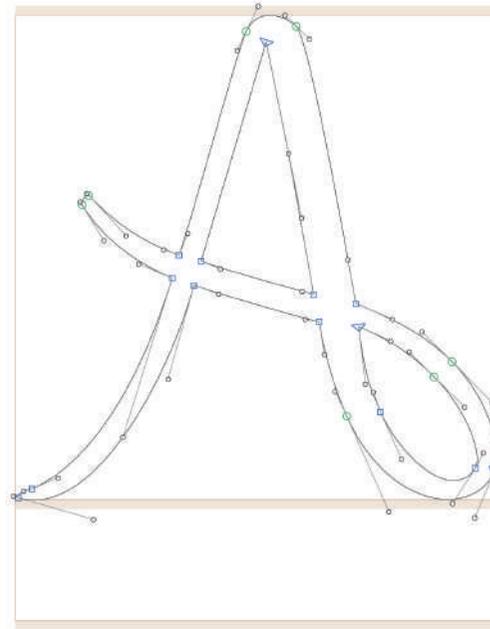
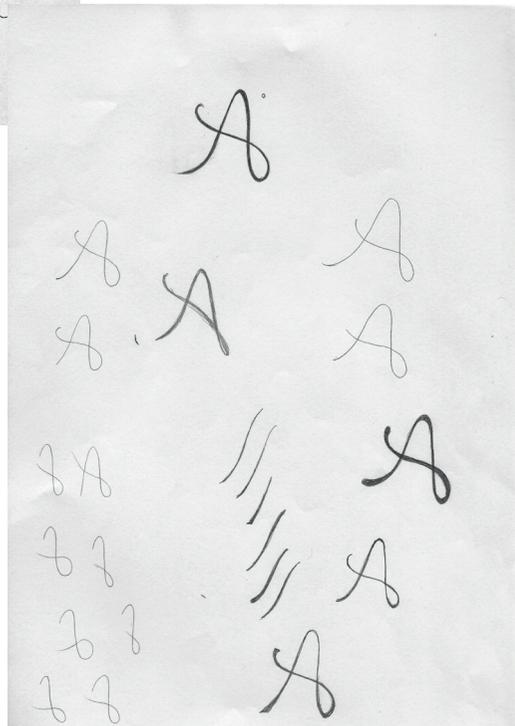
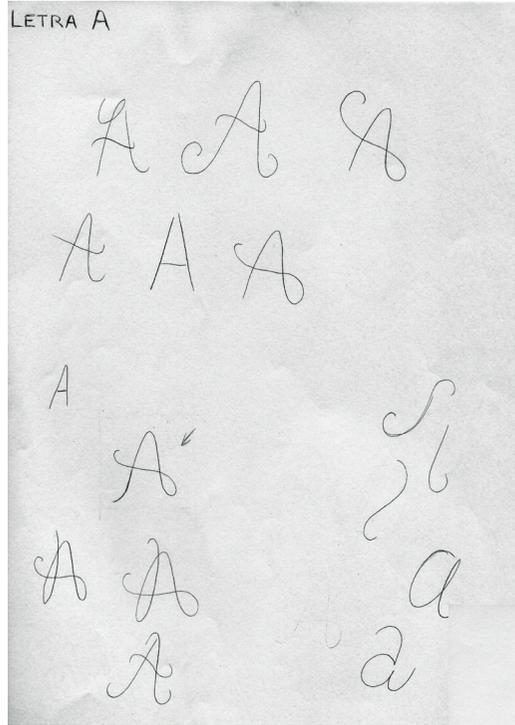
La primera vocal – y primera letra del abecedario – resultó muy sencilla de hacer, puesto que ya se tenía una idea base de como serían ambas versiones.

La letra mayúscula se ha realizado en un solo trazo, uniendo unas de las patas de la letra con el asta horizontal que cruza de manera perpendicular.

Como ya se había previsto, entre las características de la tipografía iban a predominar las curvas y la sensación de movimientos ondulantes. Por ello, las terminaciones y curvas de ambas versiones son pronunciadas y visibles a primera vista.

66 La a minúscula también se hace en un solo movimiento y es claramente parecida a la A caligráfica con la que se aprende a escribir, solo que en este caso carece de la ligadura delantera.





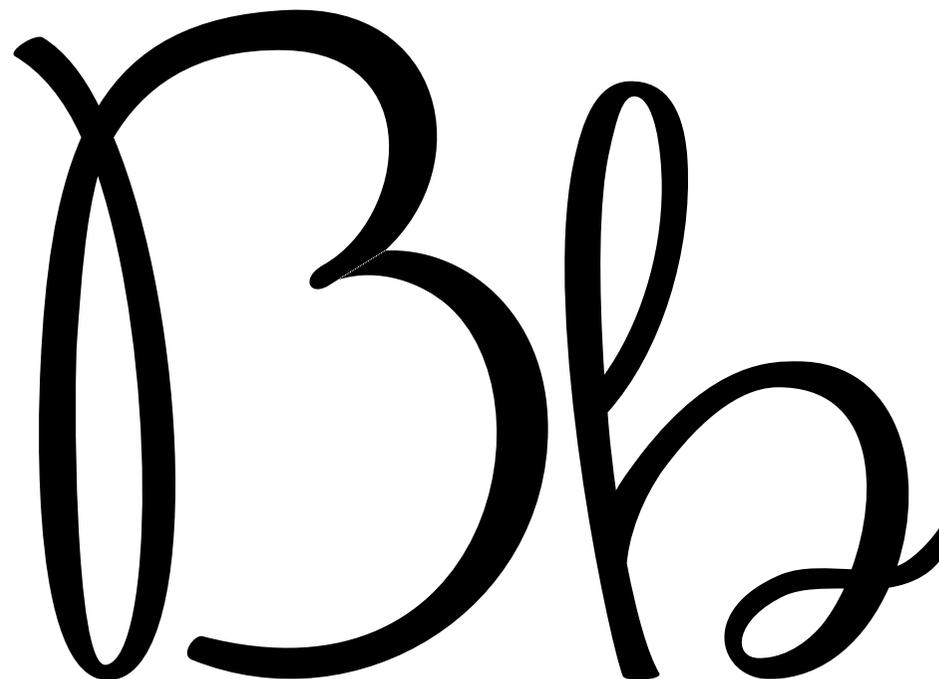
LETRA B

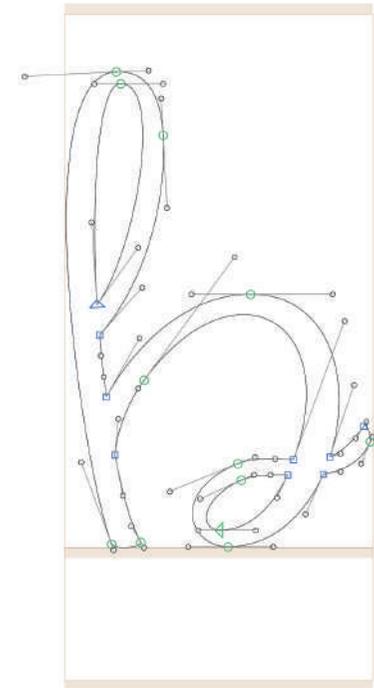
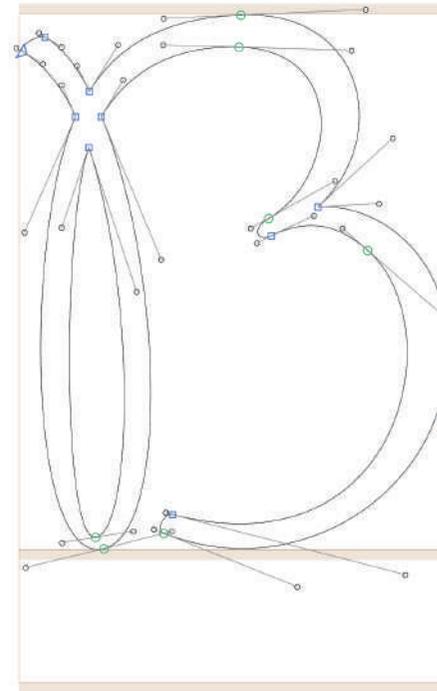
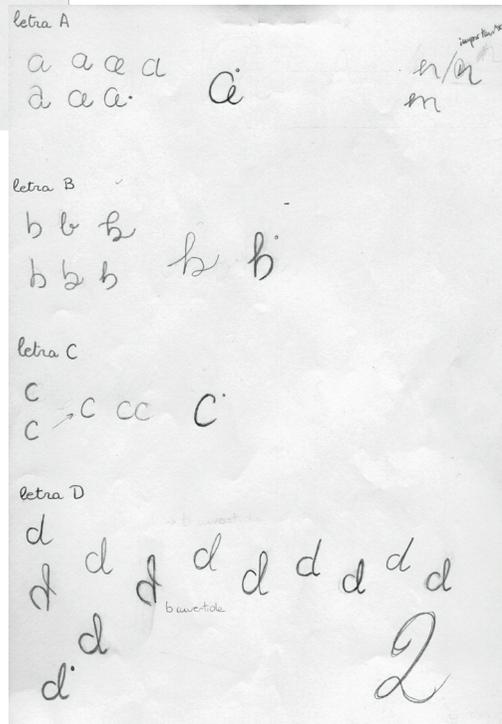
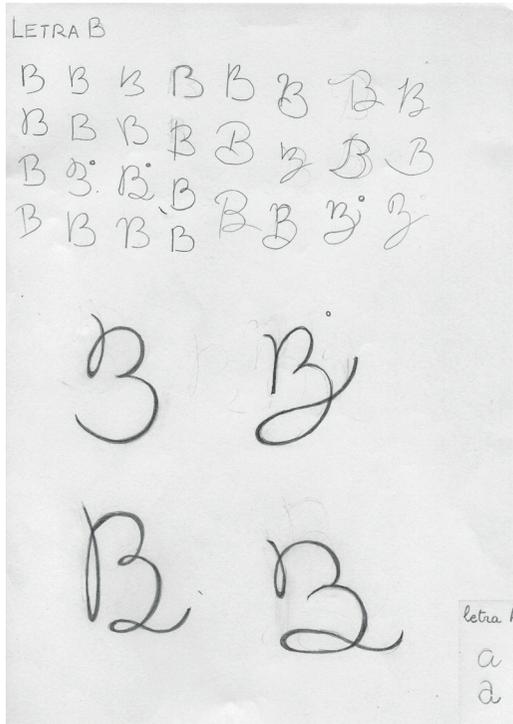
Tras la A, siguiendo el abecedario tenemos la B.

La B mayúscula mostró algunos problemas con una ligadura inferior que finalmente se eliminó. Este fue uno de los problemas que más tiempo llevó analizar y terminar porque era necesario respetar la cuadrícula pero sin renunciar a la forma que se había decidido.

No obstante, para que tuviera coherencia con los demás caracteres, se mantuvo un bucle en lo que sería el asta vertical.

La B minúscula, al igual que la A, mezcla una estética manual naturalmente, con la forma de las letra b de tipografías digitales. El modelo de la B minúscula se utilizó en la Q minúscula con ligeras modificaciones.





LETRA C

La letra C es una letra bastante particular en las tipografías *script*, y es que se haga como se haga, siempre resulta parecida a todas las letras C que ya existen.

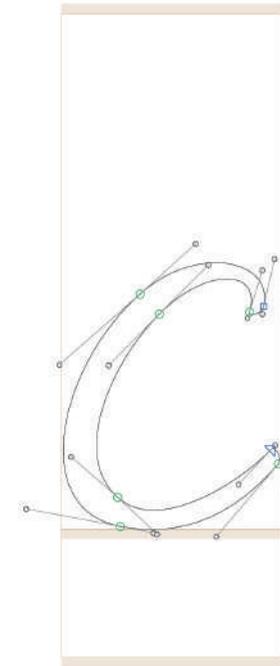
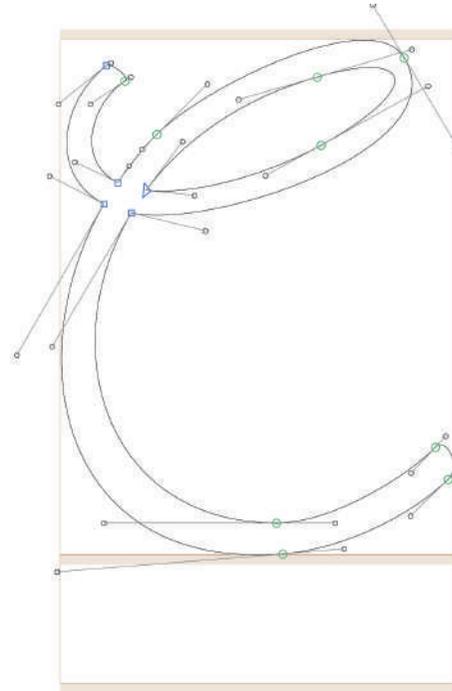
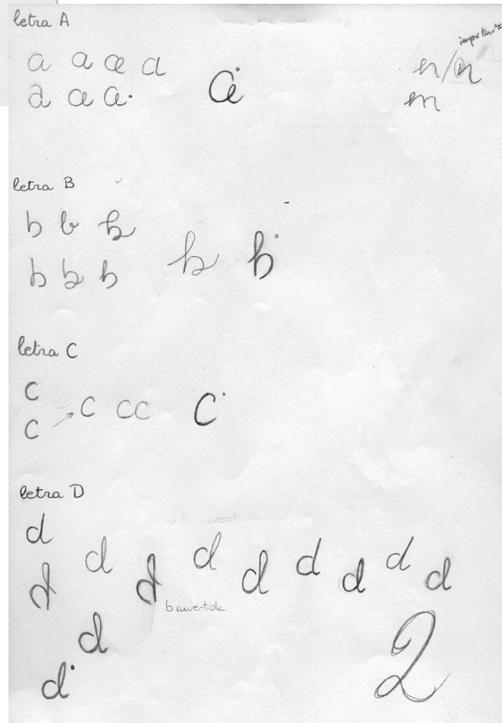
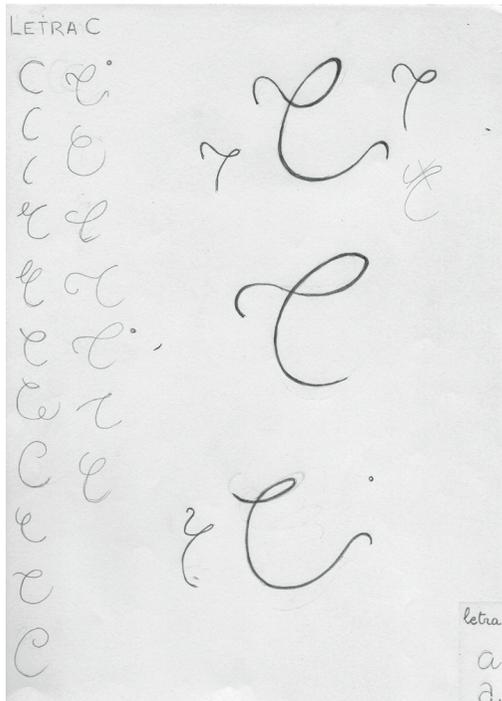
En los bocetos colocados a la derecha se observan las diversas soluciones propuestas para la C pero resultaron ser demasiado recargadas o algunas se confundían con una E minúscula o las curvas y espirales quedaban demasiado pronunciadas.

Se le suele añadir alguna curva en el comienzo o el final del trazo. A pesar de la reticencia a caer en las mismas soluciones, se decidió este camino.

70 Otro de los grandes retos que presenta la C es que cualquier decoración que se le añada puede llevarla a confundirla con otra letra por lo que hay que saber cuántos cambios permite sin llegar a causar confusión.

La C de caja baja se realizó de la misma manera que la C de caja alta pero con curvas más suavizadas y omitiendo el bucle del comienzo. La C minúscula si que requería mucha más sencillez y sobriedad que una mayúscula ya que al combinarla no debía sobresalir y ganar más peso visual que otras consonantes o vocales.





LETRA D

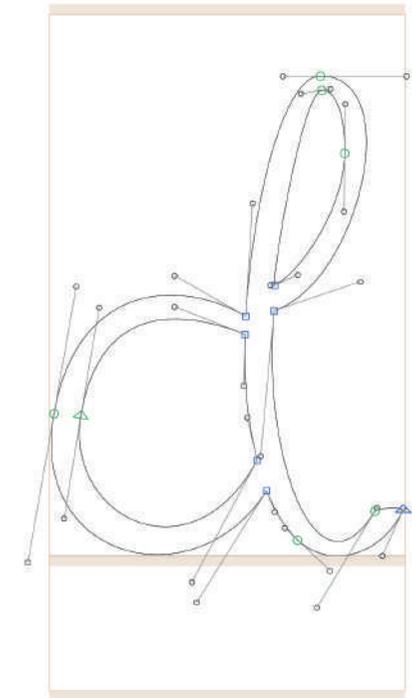
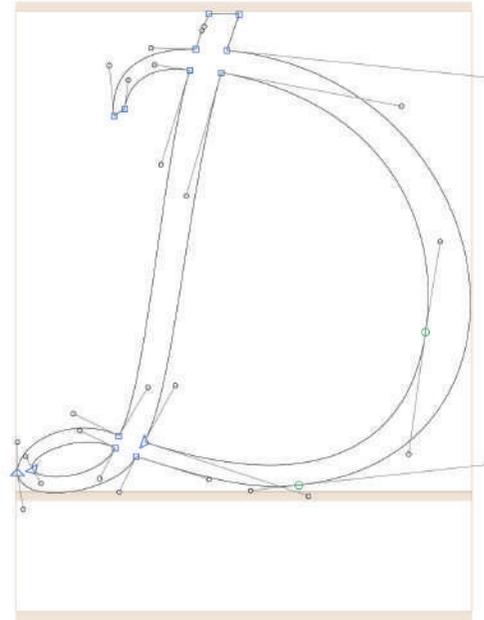
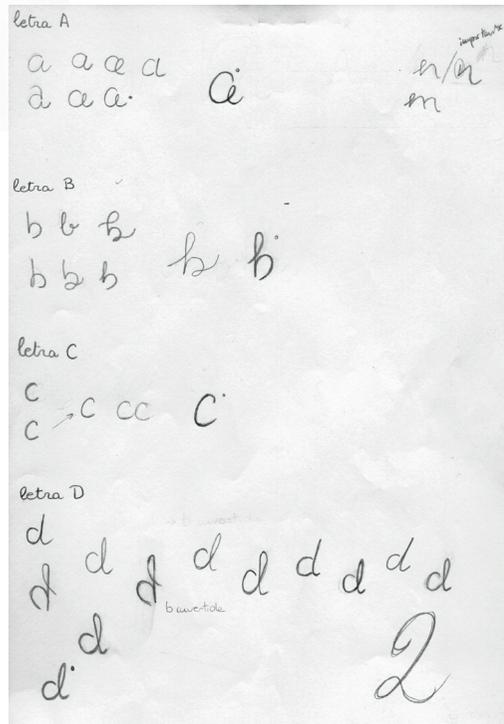
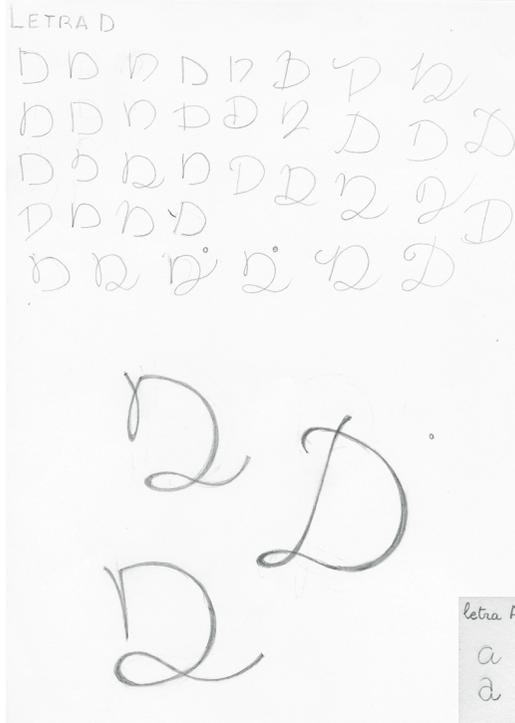
La D no presentó demasiadas dificultades. De hecho, ambas letras no distan mucho de las letras convencionales. El cambio más llamativo es que tiene algo más de decoración que las de las tipografías prestas a la construcción de textos largos.

En los bocetos de la letra D mayúscula se observan que a pesar de la cantidad de propuestas para la D, todas son muy similares y con darle una forma algo más inclinada y hacerlo de un único trazo, la D ya adoptaría coherencia con el resto de la tipografía.

La D minúscula, por otro lado, se mantiene como la D caligráfica que se enseña cuando se aprende a escribir. La única distinción es que el asta ascendente se compara con la de la B minúscula y es similar a la descendente de la P y Q minúscula.

Cabe destacar que las dos panzas de ambas letras se han elaborado con un trazo modulado puesto en práctica previamente en papel, aportando grosor a la parte más curvada y estrechando las astas que carecen de curvatura.





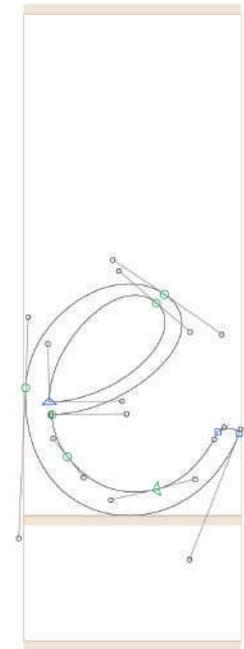
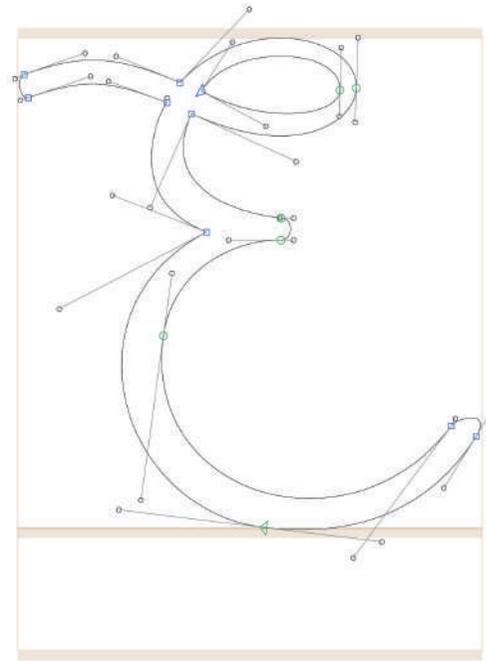
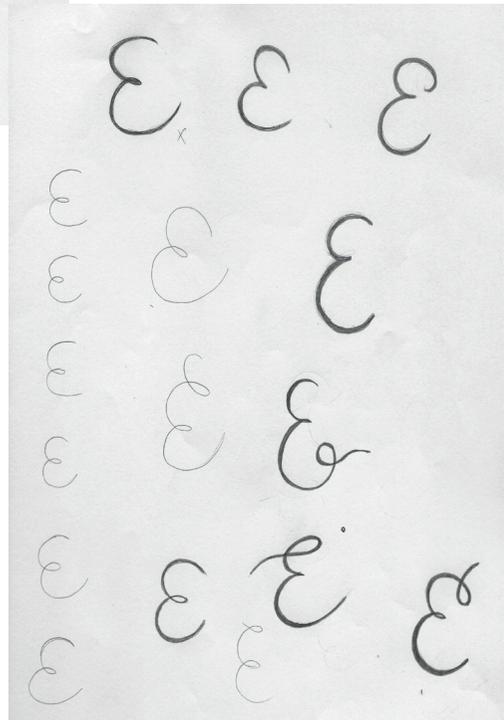
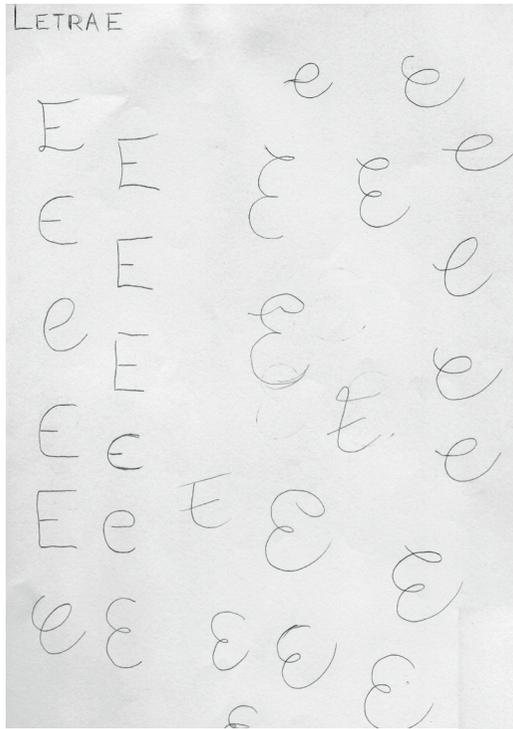
LETRA E

La letra E fue resuelta de un modo parecido a la letra C, aunque la E mayúscula puede tener más posibilidades creativas.

La E de caja alta comparte con la C una curvatura en el comienzo del trazo. La forma curvada de la letra se impuso para mantener la armonía con el resto de letras.

La E minúscula no da mucho campo a la imaginación, por lo que se diseñó siguiendo la manera convencional pero suprimiendo la ligadura izquierda e inclinando la figura completa.





LETRA F

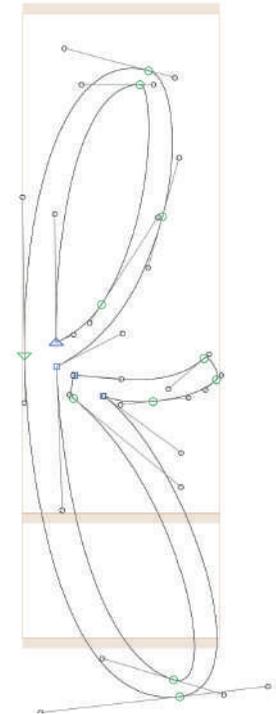
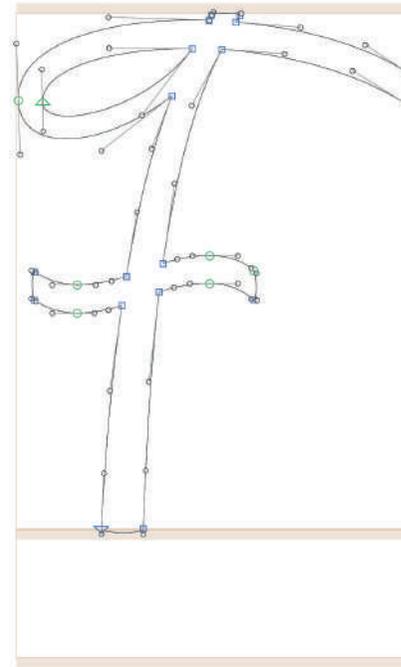
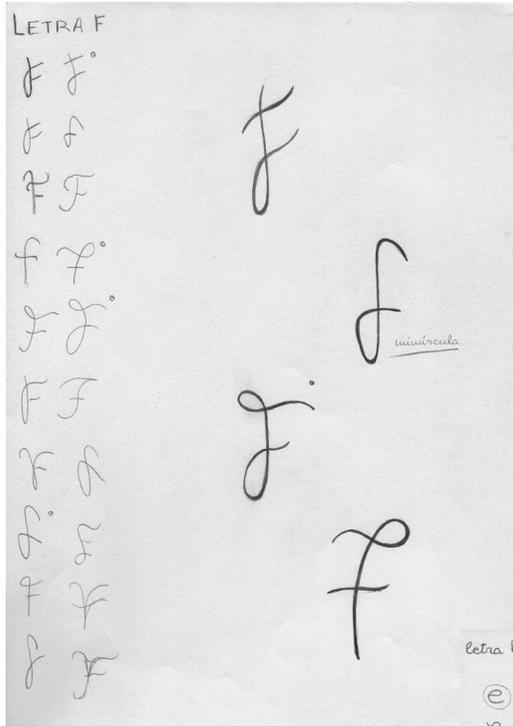
La letra F destacó por un largo proceso de bocetaje.

Es una letra con muchos elementos, por lo que presenta muchísimas posibilidades. Tal y como se observa en los bocetos de la izquierda, la F pasó por muchas formas y las ideas que en principio se habían elegido finalmente se desecharon.

La F de las tipografías *script* es una de las letras más diferenciadas ya que debido a sus infinitas posibilidades, tiene aspectos muy diversos.

En el caso de la F minúscula de esta se barajaron en un primer momento ideas muy parecidas y minimalistas. Sin embargo, al querer obtener una coherencia con el resto de letras, la F se cambió en el último momento por la que se muestra en el resultado final.





LETRA G

Para crear la letra G se recurrió a la creación de hacer ambas letras similares, tanto en mayúscula como en minúscula.

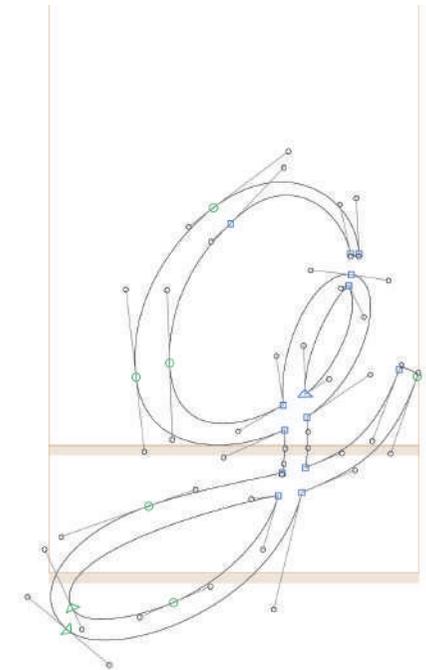
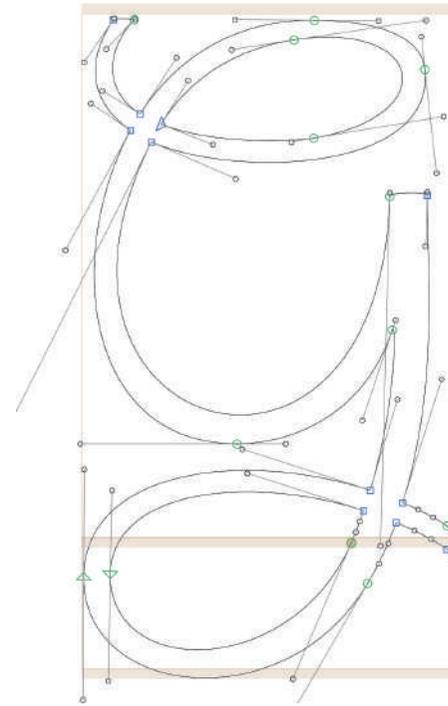
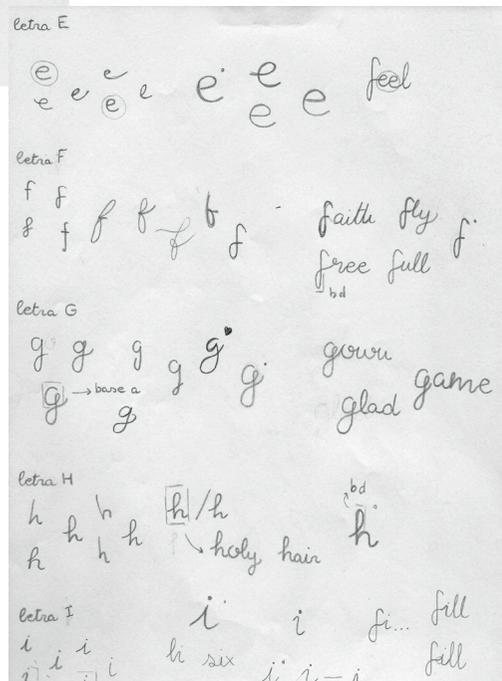
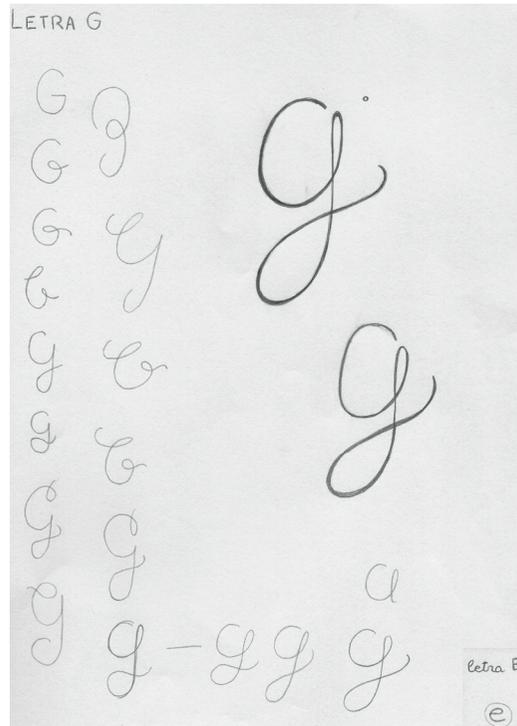
Durante el roceso de creación de la letra G de caja alta se comenzó a jugar con la forma mayúscula convencional, pero ningún resultado conseguía el efecto que requería y tomando inspiración de otras tipografías *script*, se observó que muchas de ellas empleaban la forma de la G minúscula en ambas versiones.

Por lo tanto, se empezó a probar como hacer la G mayúscula con forma minúscula pero con algo distintivo que la diferenciara de la de caja baja además de la escala.

78 Finalmente se hicieron bucle distintos para cada una de ellas.

El bucle de la G mayúscula se hizo mucho más redondeada al contrario que la de la G minúscula que es mucho más fina y alargada. Esta última tuvo que tener un trazo más estrecho para compensar el peso visual de la letra.





LETRA H

Al igual que ocurrió con la primera vocal, de la letra H ya tenía una idea preconcebida, lo único que se experimentó con las curvas que se colocarían en las astas.

Conociendo la composición normal de una H mayúscula, la disposición de las astas presta una infinidad de formas que aportar a las mismas. En esta ocasión la H se resolvió utilizando la forma de la J como la asta de la izquierda.

Es cierto que hay muchas maneras de proceder para formar una H tal y como se observa en los bocetos que se elaboraron. No obstante, para seguir un hilo conductor se utilizó una letra ya elaborada para conformar parte de otra.

En la H minúscula se utilizó la base de la N minúscula a la que se le añadió el asta ascendente con un bucle similar al del asta ascendente de la B y L minúsculas, pero únicamente modificando la modulación de los trazos para corregir el peso visual.



LETRA H

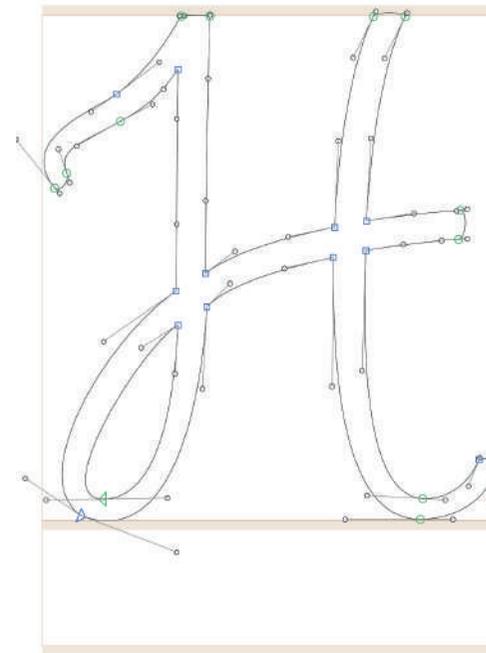
2 trazos

H H H
 H H H
 H H
 H H
 H H

1 trazo

H H H
 H H H
 H H H
 H H H

usar la jota



letra E

e e e e e e feel

letra F

f f f f f faith fly f.
 free full f.

letra G

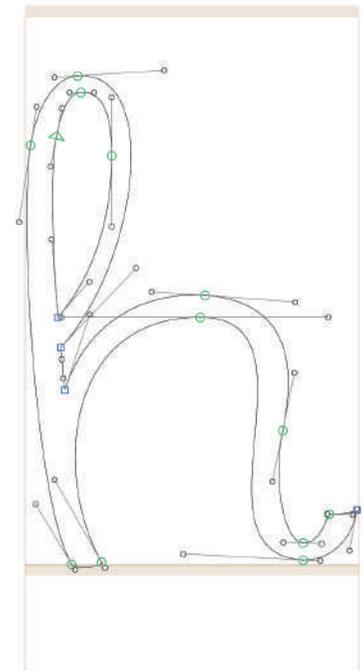
g g g g g gown
 glad game

letra H

h h h h h/h h
 h h h holy hair

letra I

i i i i i fill
 hi six i i-i fill



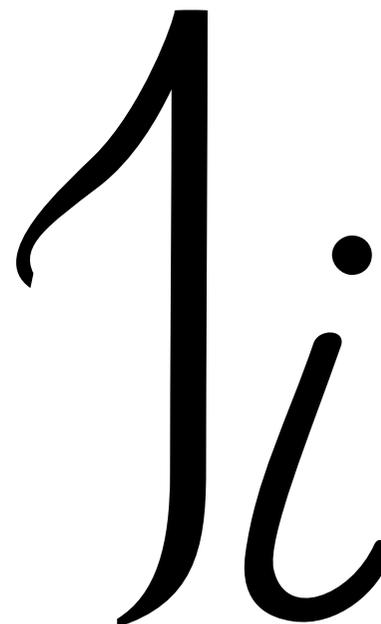
LETRA I

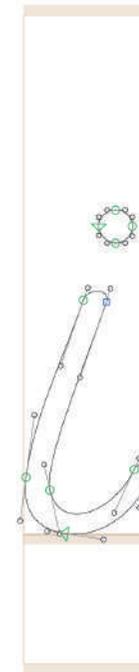
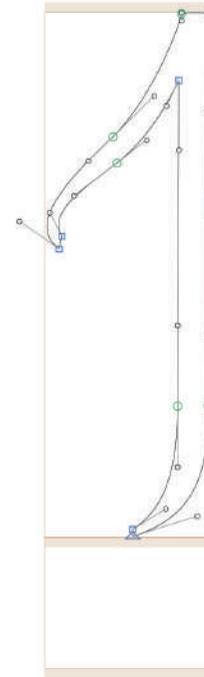
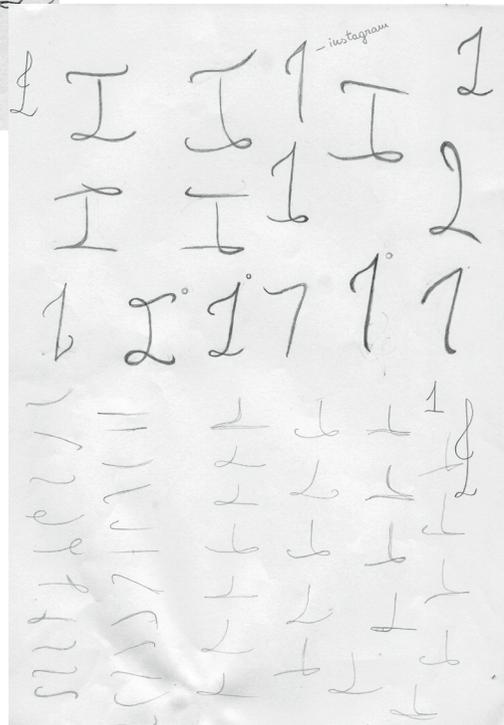
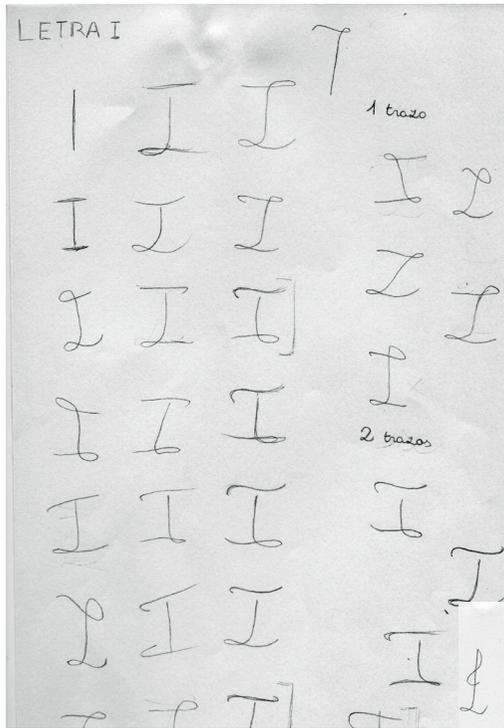
La I fue otra de las letras más complicadas de elaborar, sobre todo con la versión mayúscula.

En primer lugar, la I presenta las mismas dificultades que la C. Es una letra muy sobria y sencilla, y añadiéndole alguna curva o espiral se puede confundir fácilmente con una J o una L minúscula. Se elaboraron muchísimas propuestas, tratando de encontrar el equilibrio visual adecuado y buscando el resultado de una I coherente con el resto de caracteres.

Finalmente, su elaboración se resolvió tratando de imitar la letra J, que se mostrará a continuación, pero con unas curvas más suavizadas.

En el caso de la i minúscula, se adoptó la forma de la i caligráfica convencional, pero con una pequeña inclinación para darle más sensación de fluidez y movimiento y suprimiendo ligaduras.





LETRA J

La letra J supuso un proceso muy interesante.

A medida que se realizaban los bocetos, surgían nuevas ideas y nuevas direcciones obteniendo varias jotas muy distintas entre sí. Podían tener un bucle entero, medio bucle, o simplemente una descendente curvada. En la parte superior de la J se podía añadir otra curva hacia la izquierda, hacia la derecha, que sobresaliera por los dos lados o no añadir nada. Había una inmensa cantidad de opciones.

Se planteó hacer una J elegante y a la vez alegre, la parte más complicada fue unir ambos conceptos en una misma letra. El resultado final se empleó en la construcción de otras letras como la H mayúscula previamente mencionada, la K mayúscula, y sirvió de inspiración para el diseño de la I mayúscula

En el caso de la J minúscula la I minúscula se usó de base y después se añadió un bucle descendente muy similar al de la G minúscula, pero con trazos algo más finos, siempre intentando igualar el peso visual.



LETRA K

La K mayúscula, al igual que la H, puede tener infinitas posibilidades por la cantidad de astas que posee, ya que pueden adoptar diferentes inclinaciones, longitud, altura, etc.

Al comienzo la K tuvo muchas versiones que se contemplaron como posible resultado final, sin embargo se aplicó la J como base a la que después se le añadía el pie.

La que más dificultades presentó fue la K minúscula. Ciertamente es que hay diversas soluciones para esta letra si se estudian varias tipografías manuscritas, pero ninguna de las que se valoraron conseguía alcanzar el resultado deseado.

86 Dentro de las opciones que se probaron el fallo principal era el peso visual, que quedaba muy descompensado.

Finalmente se decidió que la modulación de los trazos fuera menos diferenciada que en el resto de letras.



LETRA L

El reto más difícil con la letra L fue la elaboración de la minúscula, ya que se estaba buscando realizar una que no fuera demasiado convencional y al tener similitud con la I mayúscula de palo seco, tampoco puede tener mucha decoración.

La L mayúscula no fue un reto demasiado complicado, pero si que se consideraron diferentes propuestas, a pesar de que la única diferencia era la pronunciación de las curvas.

Tras resolver la L mayúscula, tocó el turno de la minúscula.

Además de la dificultad de que presentaba por su sencillez, había que considerar que la L de caja baja podía servir como bucle de base para otras letras, pero finalmente esta opción se descartó.

Debido a las diversas complicaciones, la L minúscula se resolvió con un resultado similar a la caligráfica convencional.



LETRA L

L → L L L

L → L L L

L → L L L

L → L L L

L → L L L

L → L L L

L → L L L

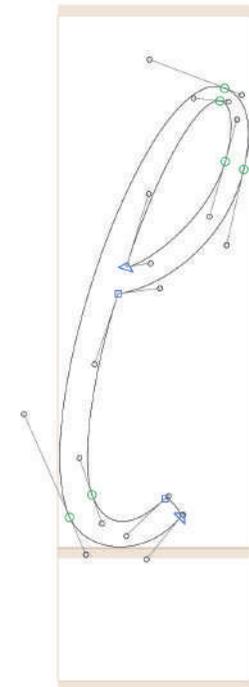
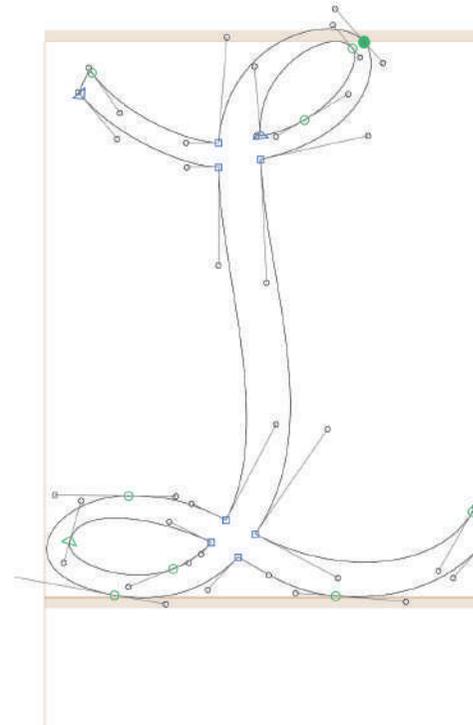
L → L L L

L L

L

LETRA Ñ

n → ñ ñ



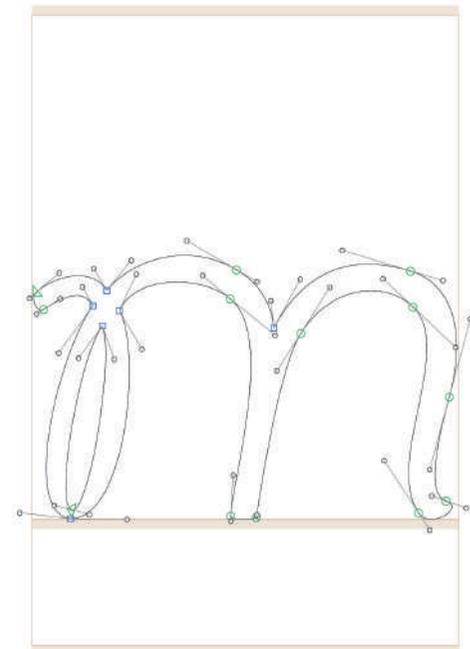
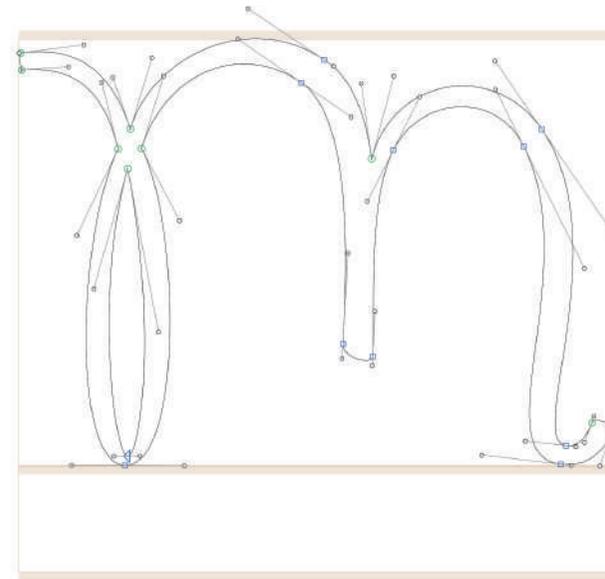
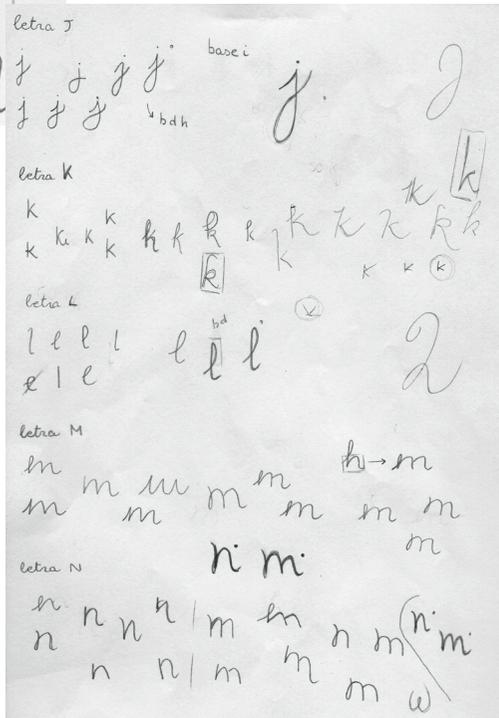
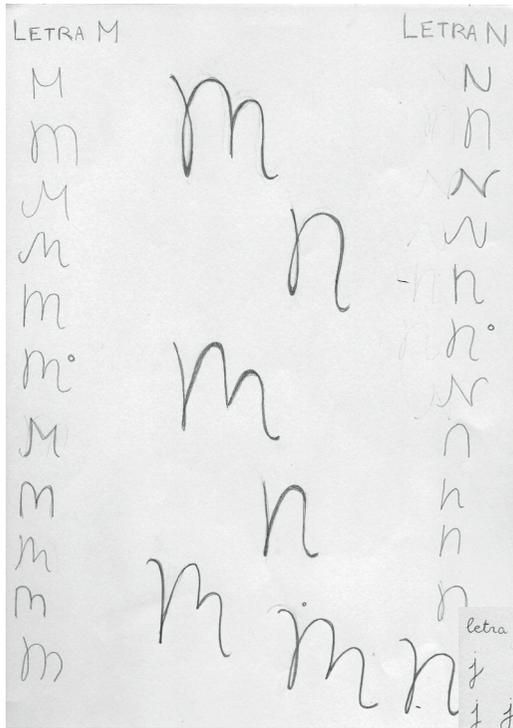
LETRA M

La letra M se llevó a cabo mediante la unión de dos N, tanto de la caja alta como de la caja baja.

Antes de elaborar la M derivada de la N, se consideraron varias opciones para hacerla de otra manera, pero la idea se desechó rápidamente ya que la similitud de ambas letras ayudaría a aportar coherencia a la tipografía.

Aunque la idea principal era solo aprovechar dicha táctica para la M de caja baja, después se aplicó también para las mayúsculas dado que estas seguirían la misma filosofía que la letra G: que ambas versiones tuvieran el mismo aspecto, o al menos uno similar.





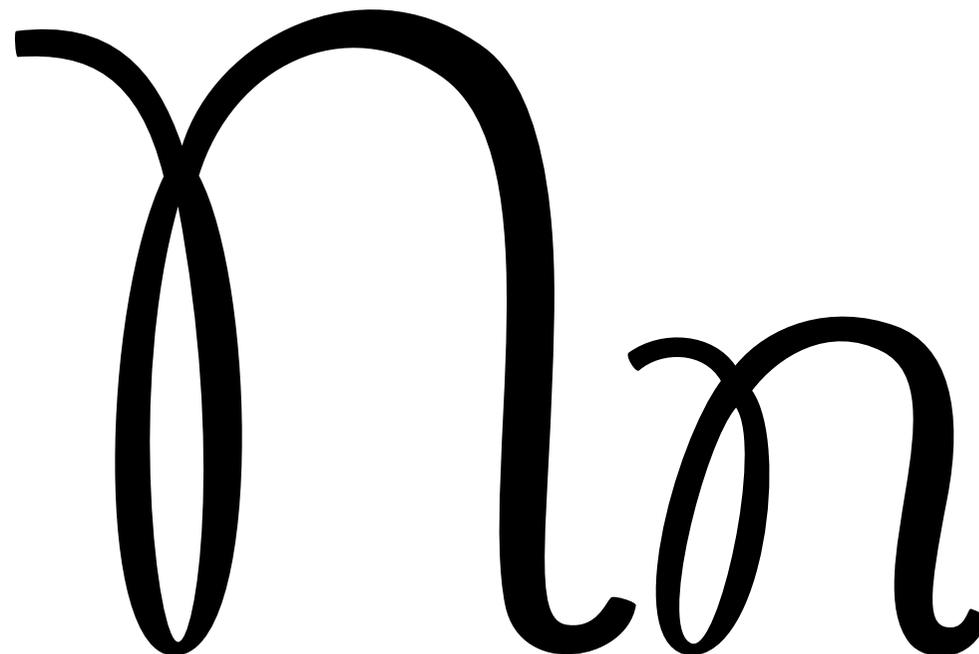
LETRA N

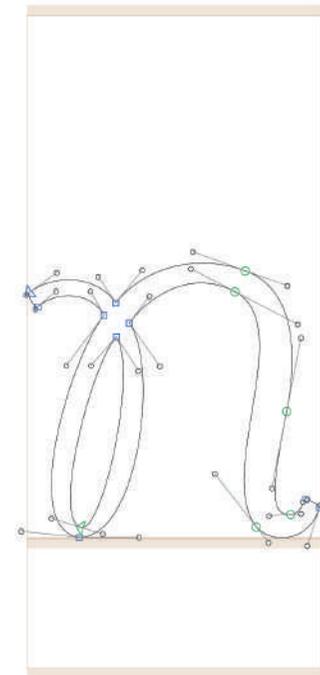
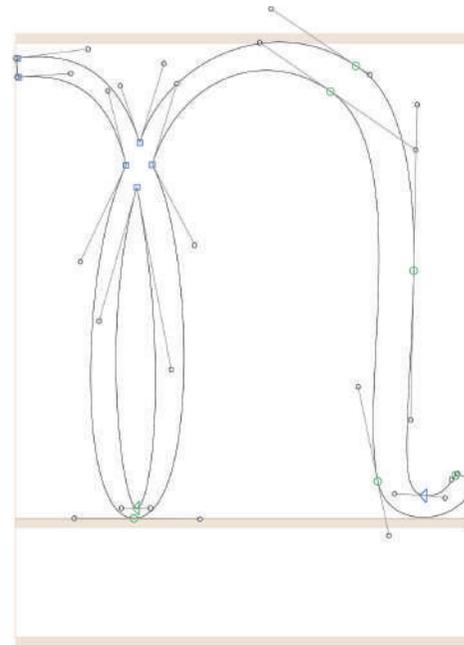
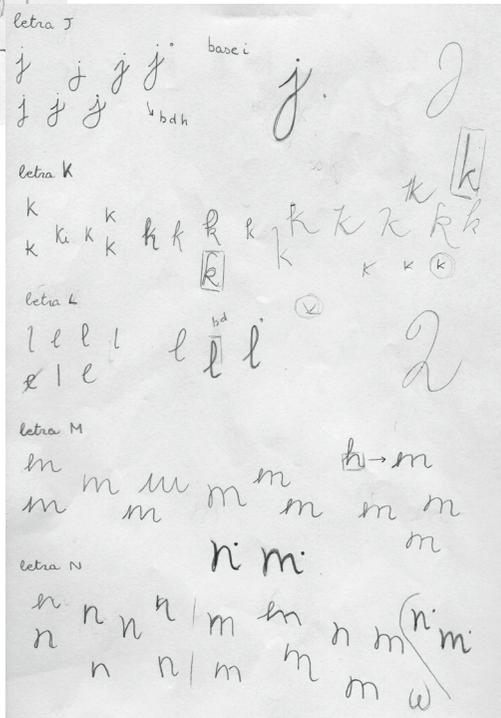
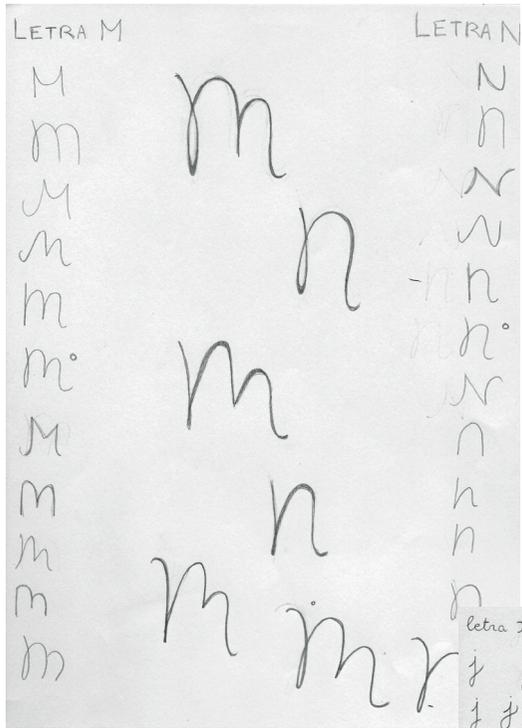
Como se mencionó en la página anterior, la M es una derivada de la N, creando la primera con la unión de dos N unidas.

El aspecto de la N mayúscula siempre se inclinó por un aspecto de caja baja, la única diferencia sería que la asta izquierda se sustituiría por un bucle.

De este modo, La N minúscula se elaboró con la intención de servir de base únicamente para la M, pero se utilizó para la Ñ naturalmente y para la H minúscula.

La elaboración de La N (y la M y Ñ) mayúscula se llevó a cabo aumentando el tamaño de la minúscula, detallando las proporciones y cambiando la asta izquierda.

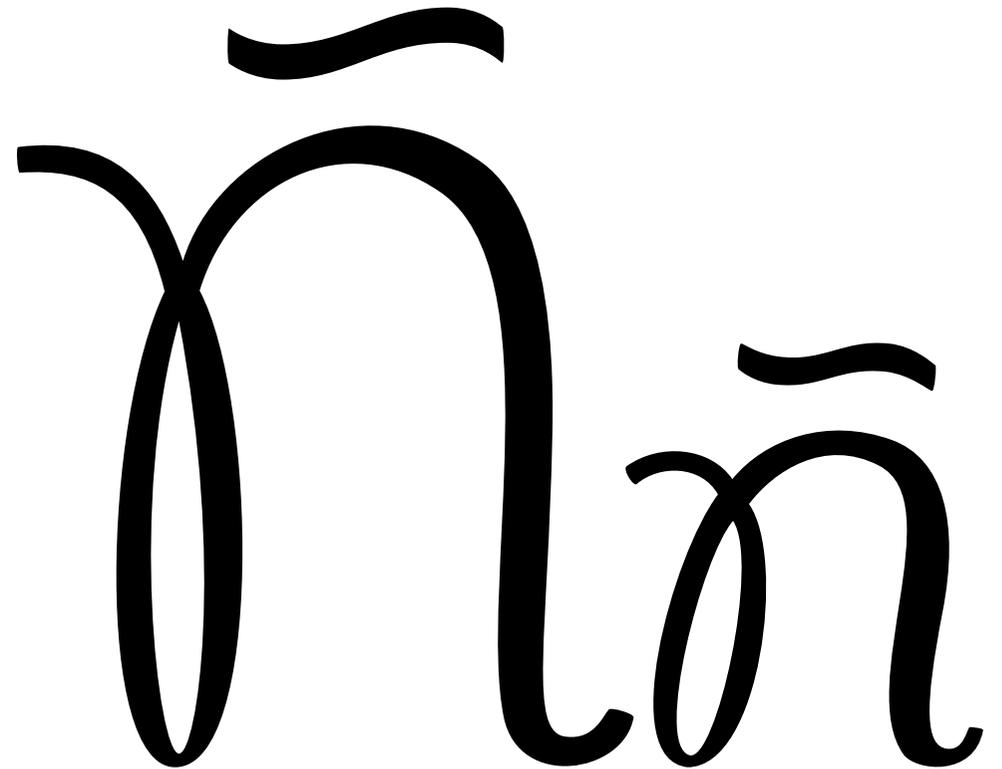


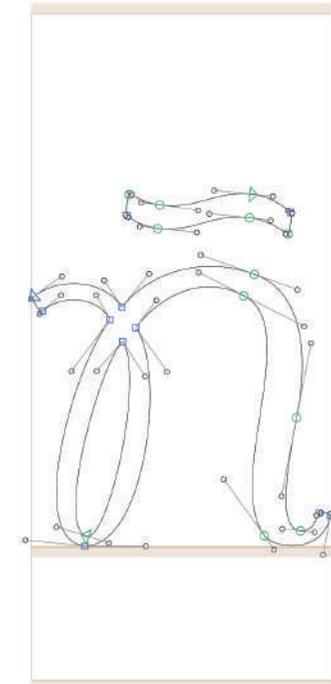
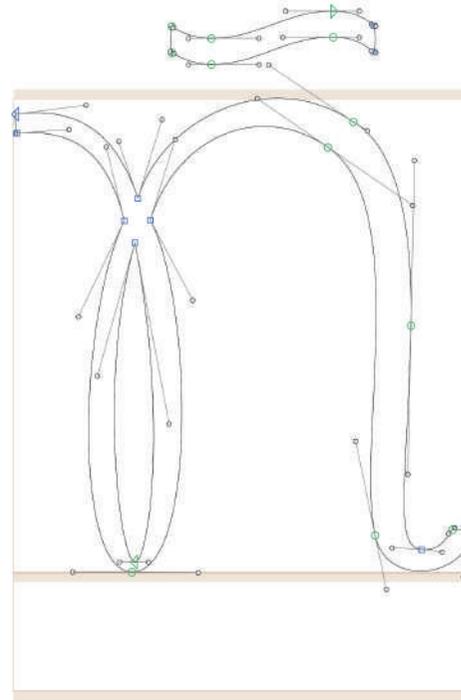
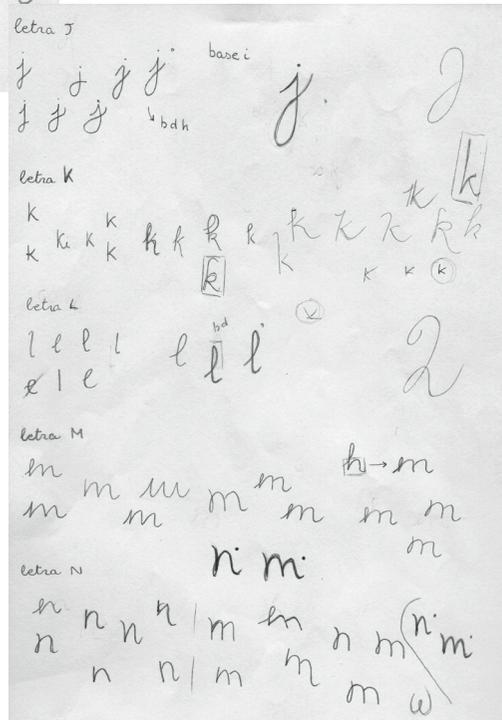
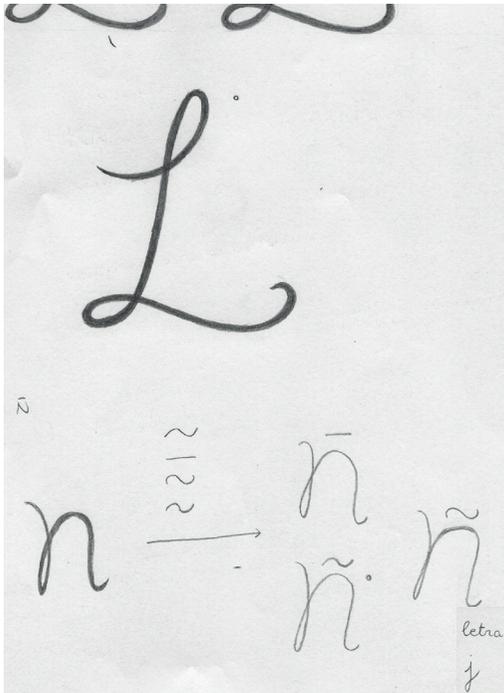


LETRA Ñ

La letra Ñ no requiere una explicación, dado que como se explica brevemente, la N y la Ñ son la misma letra. La única y clara diferencia es que la última contiene el glifo tan característico que contiene.

Este glifo que se creó en un primer lugar para la Ñ, se utilizaría en otros elementos de la tipografía como la T minúscula, la Q minúscula o en el número 7, entre otros.





LETRA O

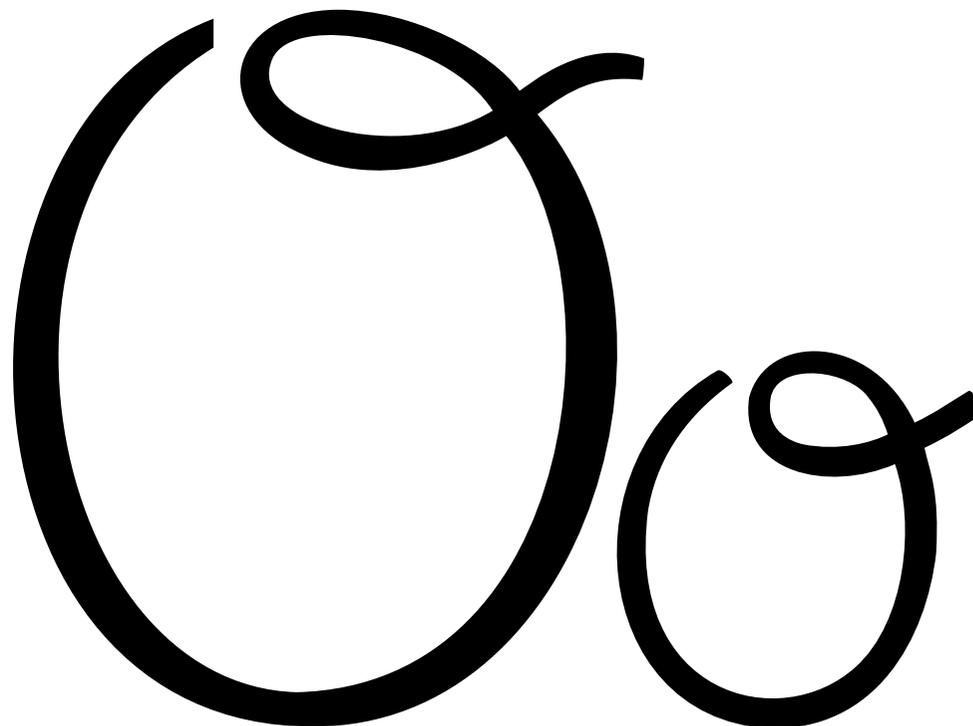
En cuanto a la vocal O, el único impedimento que mostró fue diseñarlo de manera que no se confundiera con el dígito 0. La solución fue darle a la O una forma más redonda mientras que la del 0 sería más alargada.

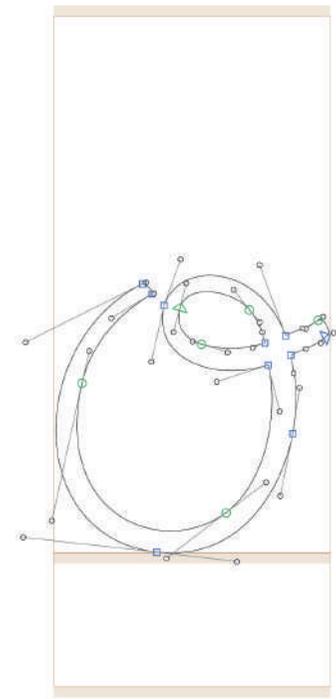
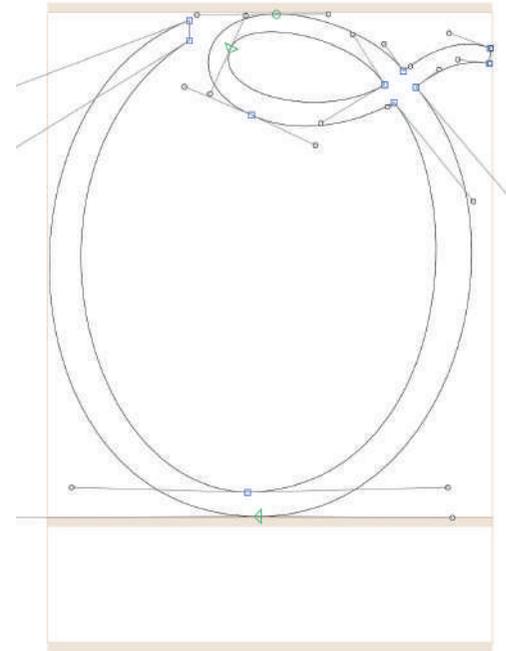
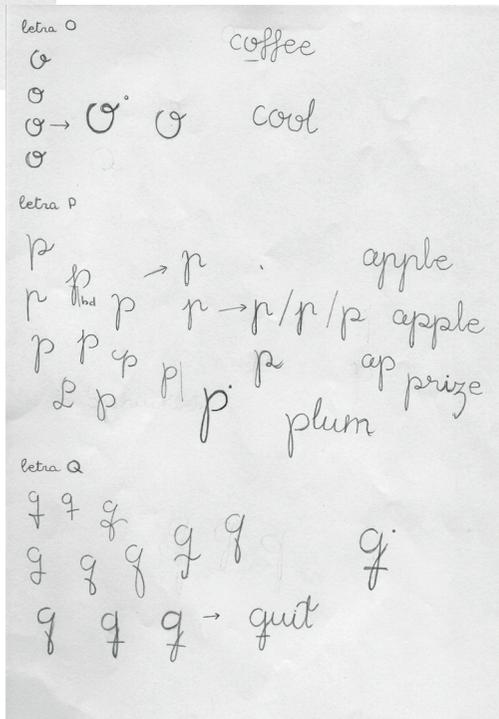
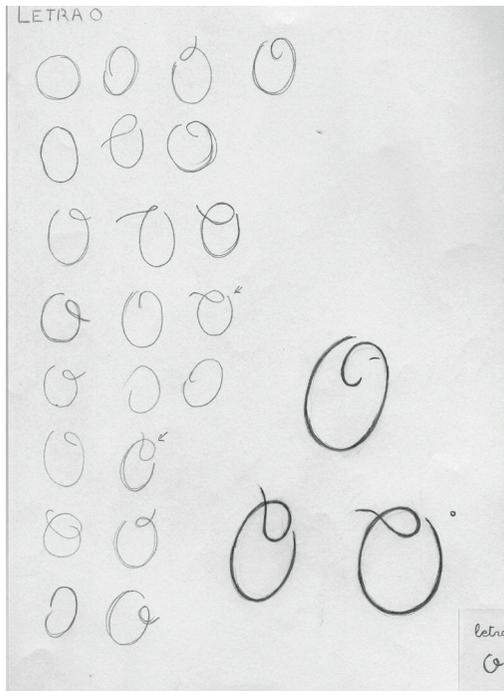
No fue una letra particularmente complicada, ya que la idea de la O minúscula iba a ser similar a la caligráfica convencional.

La O de caja alta, sin embargo, fue algo más difícil de realizar, ya que se propuso desde un principio darle un aspecto novedoso y distintivo.

Después de diferentes pruebas como se observa en los bocetos, se cogió la idea del bucle de la O minúscula y se trató de añadir a la mayúscula de alguna forma.

Finalmente se probó a hacer la O sin cerrar completamente la forma circular y terminar con un bucle. Más tarde, el diseño de la O de caja alta se usaría para la Q mayúscula.





LETRA P

Otra de las mayúsculas más complicadas fue la P.

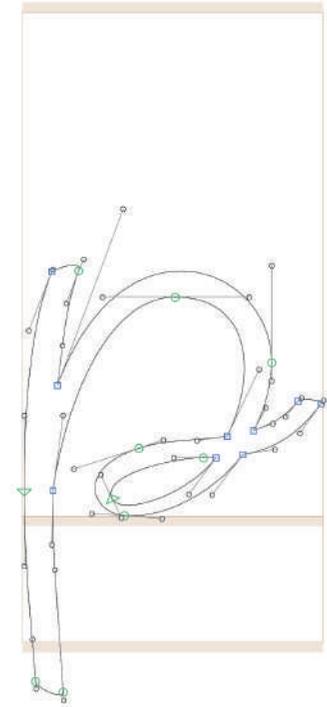
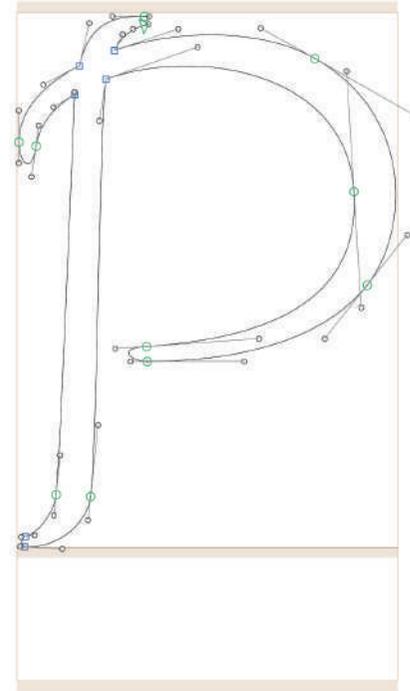
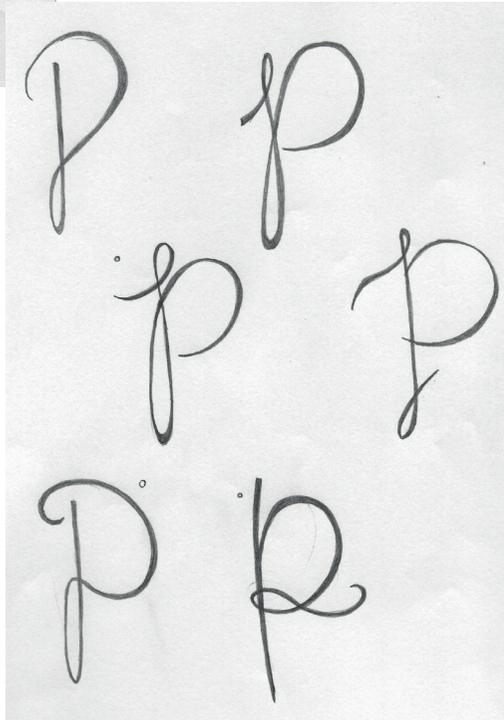
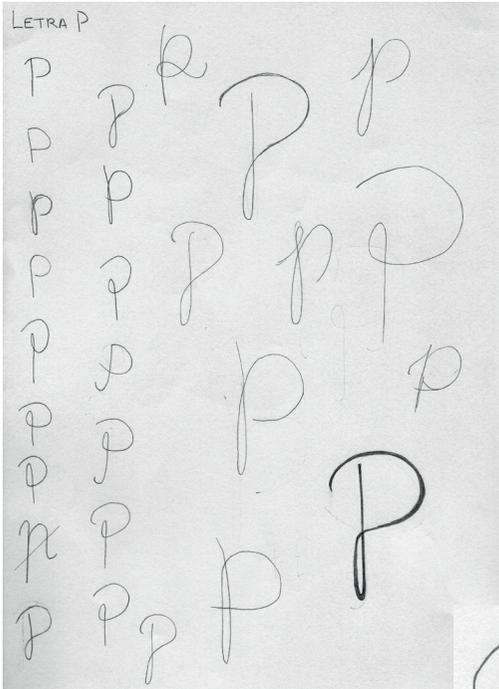
El principal problema era decidir el número de trazos, si uno continuo o por varios trozos, ya que como se indicó en el *briefing* lo ideal era hacer la mayoría de las letras de un único trazo.

No obstante, todas las P realizadas de un solo trazo no eran estéticas lo cual complicó bastante el proceso de esta letra. Todos los diseños eran muy similares, y los más trabajados daban una sensación de letra minúscula.

Finalmente se optó la elaboración de la P en dos trazos totalmente distintos, para emplear las curvas de una manera más coherente. A pesar de ello, para llegar a la P mayúscula definitiva, se realizaron muchísimos bocetos.

Por el otro lado, la minúscula no presentó problema alguno: se diseñó una similar al de varias tipografías *script* ya creadas y conocidas, aportándole una inclinación algo más peculiar, para seguir el hilo conductor de otras letras minúsculas.





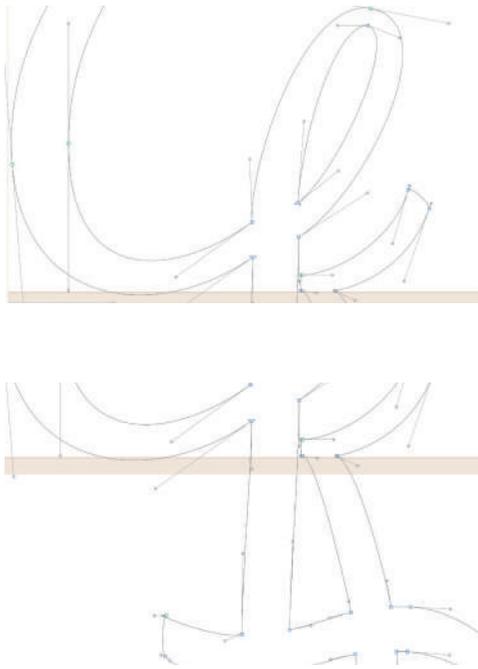
LETRA Q

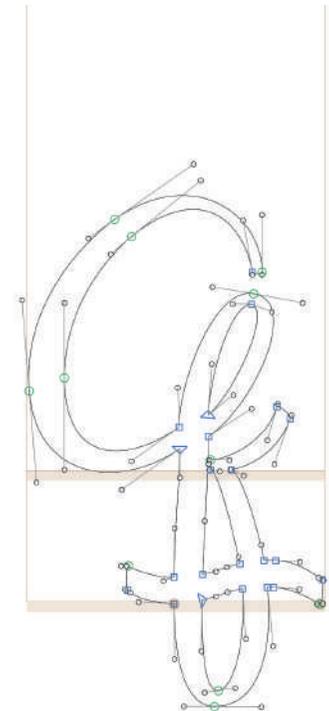
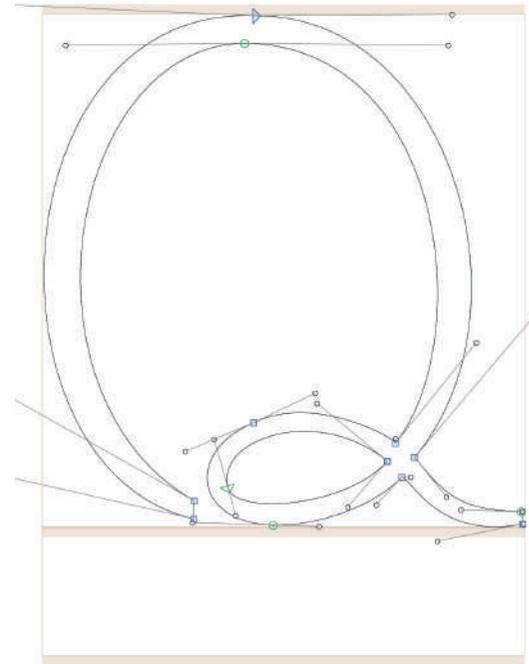
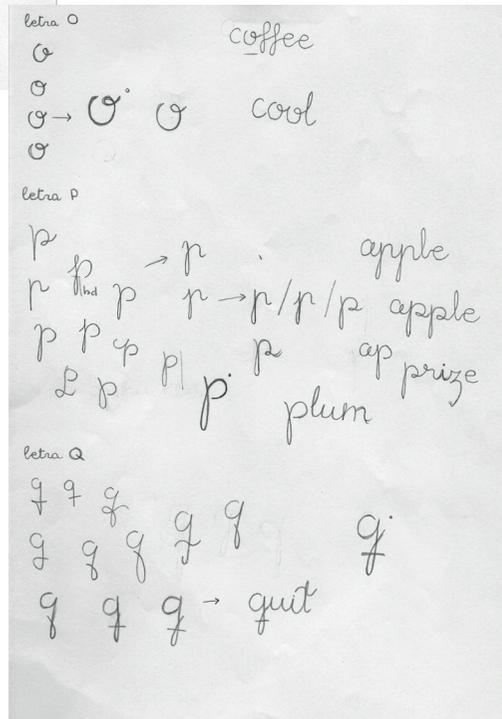
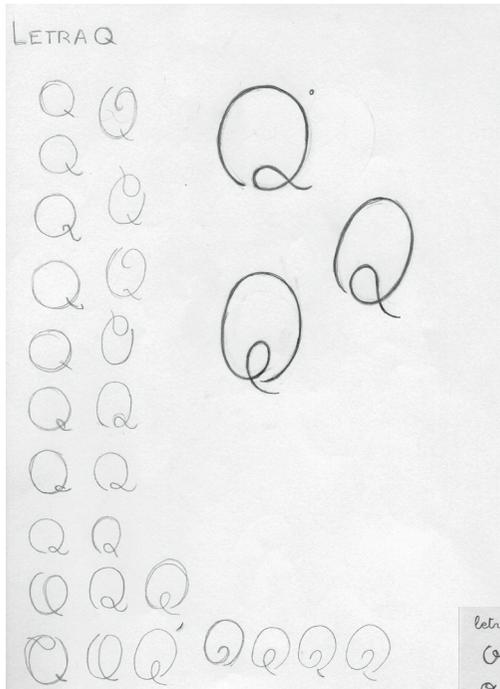
Como ya se mencionó en la explicación de la O, la Q mayúscula es el mismo diseño de la O mayúscula pero en versión espejo, es decir, como si fuera un reflejo horizontal.

Mientras tanto, la Q minúscula se realizó utilizando la B minúscula, modificando su dirección, inclinación y otros detalles. Finalmente, para terminarla se le añadió el glifo de la Ñ.

Bajo estas líneas se aprecian ciertos detalles de la construcción de la minúscula.

100





LETRA R

La R presentó un problema parecido a la P, pero dado que la R tiene más astas, por consiguiente tiene más posibilidades creativas y el reto que supuso diseñar la R mayúscula se solventó rápidamente.

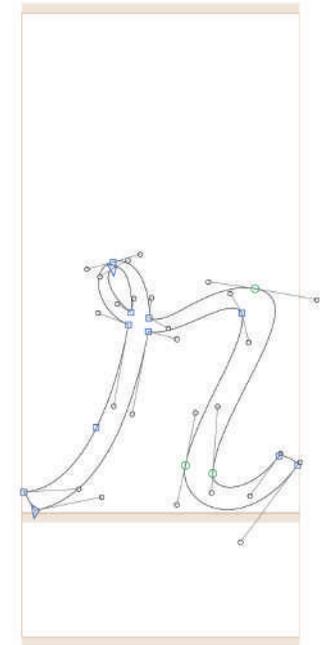
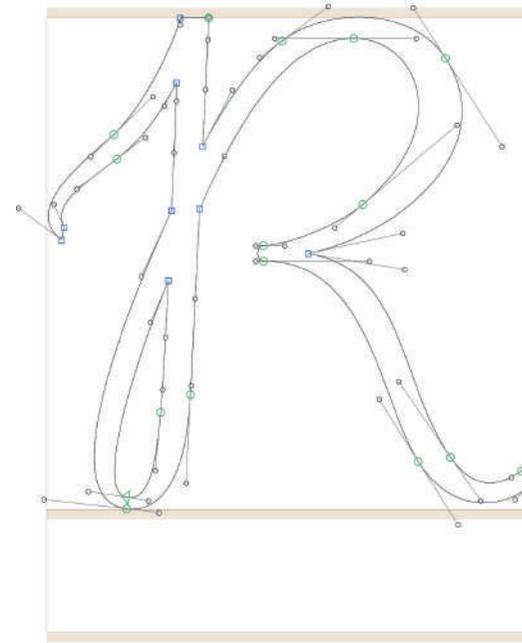
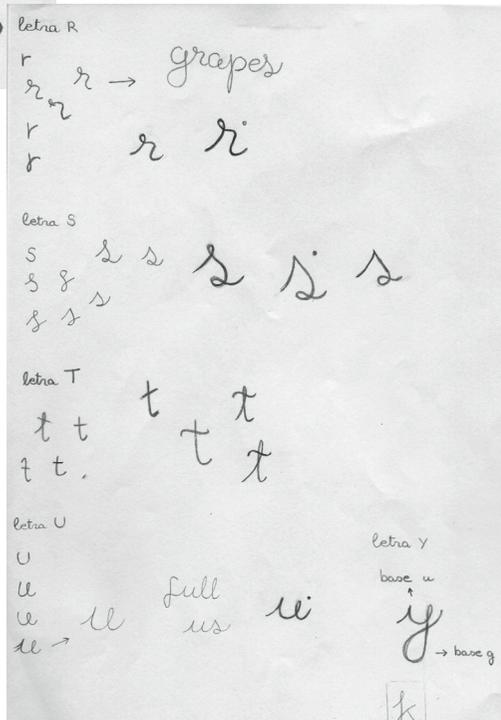
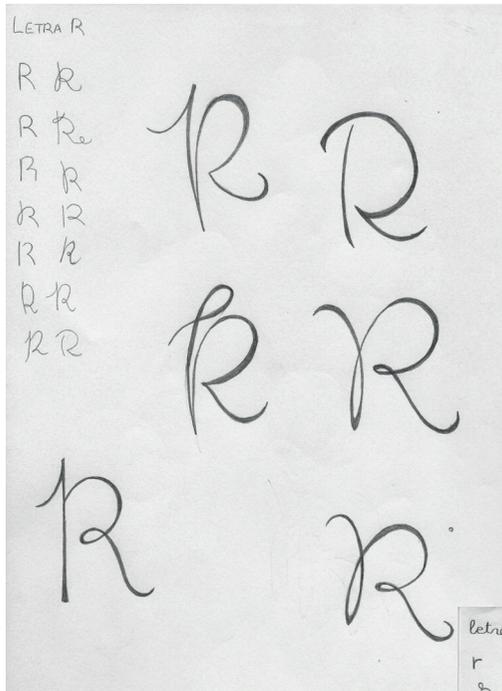
Al igual que con otras letras como la K, para elaborar el asta horizontal se cogió el diseño de la J completando luego la forma propia de la R.

El hecho de coger detalles o componentes de otras letras es, como puede apreciarse, una buena forma de mantener armonía en la tipografía al completo.

Por otro lado, para la R minúscula se barajó la posibilidad de escoger entre una R propia de fuentes como Avenir o Helvetica o una más caligráfica.

Finalmente, para mantener la coherencia se optó por diseñar un R caligráfica que funcionaría mejor con el resto de minúsculas, además de tener la posibilidad de unir algunas de ellas mediante ligaduras.





LETRA S

La S es una letra que ofrece una enorme cantidad de opciones para diseñar. En el proceso de bocetado surgieron una infinidad de posibilidades como resultado final.

La letra S es una de las mayúsculas que más cambios sufrió durante todo el proceso de desarrollo de la tipografía. Se barajaron muchísimas posibilidades, tratando de elegir la más adecuada basándose en dos puntos: un peso visual equilibrado y armonía con el resto de letras.

Mientras tanto, al proceder con la S minúscula, esta tenía dos opciones claras: la forma convencional de tipografías de palo seco como Helvetica o Arial, o diseñar una S de la forma caligráfica.

Tal y como se hizo con la versión mayúscula, se empleó la segunda opción para mantener coherencia con el resto de minúsculas. Además, una S minúscula con estos rasgos funcionaría perfectamente con otras letras y ofrecería la misma posibilidad de unión de unas y otras con ligaduras.



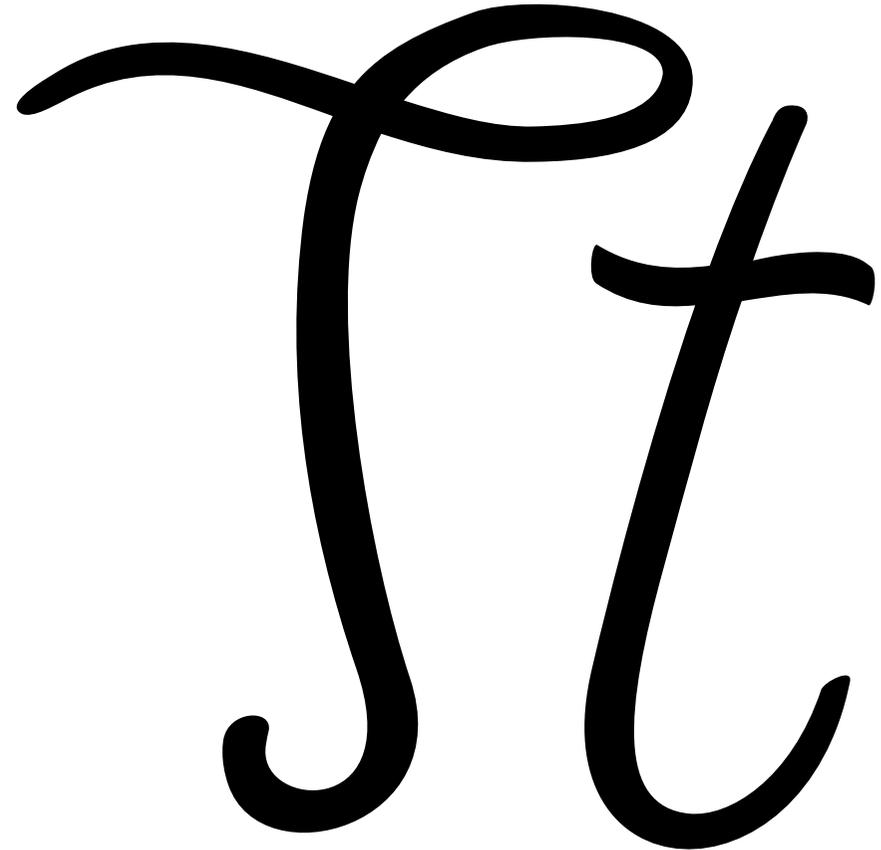
LETRA T

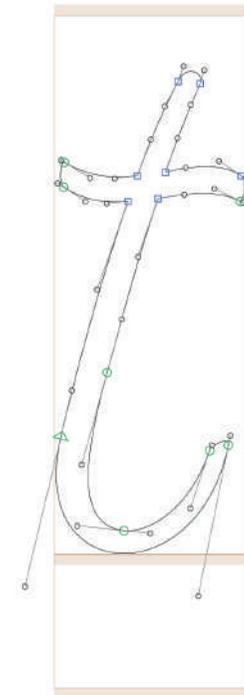
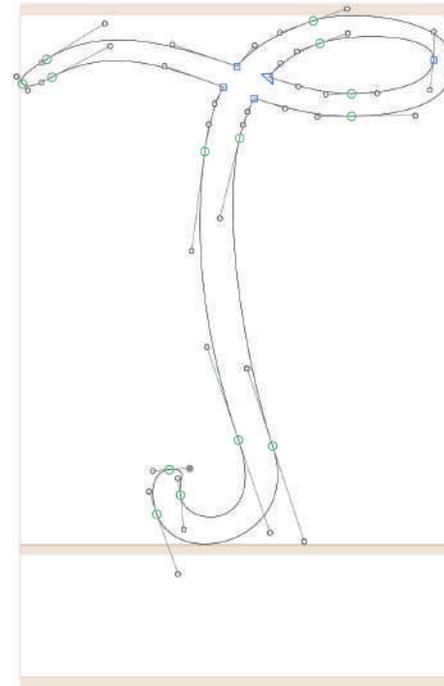
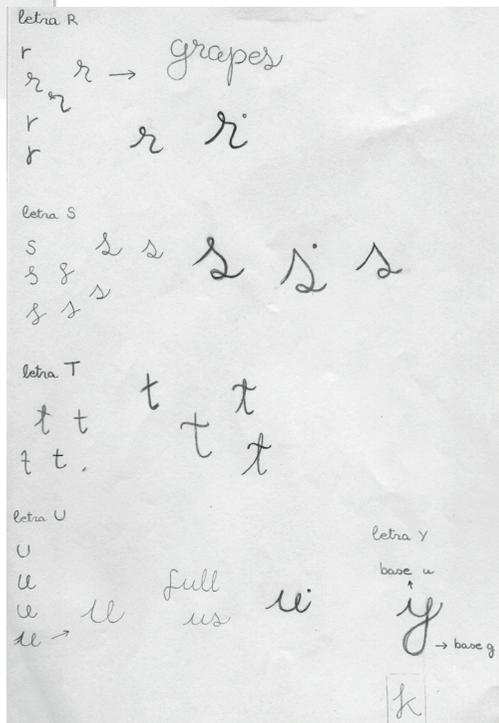
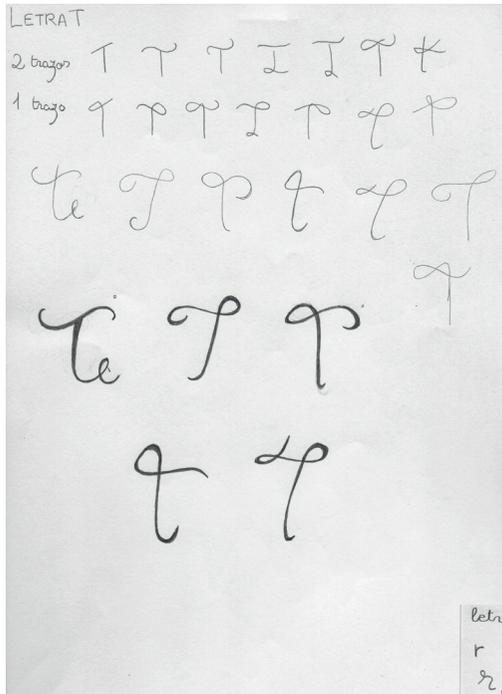
En esta ocasión la T supuso un problema parecido al de la I mayúscula.

Al ser una letra bastante sencilla el hecho de aportar astas más elaboradas puede alterar demasiado el aspecto de la T provocando confusión y esta se podría entender como otra letra.

Se elaboraron diferentes bocetos y tras simplificar algunas ideas, se llevó a cabo el resultado final que se muestra junto a estas líneas.

En el caso de la T de caja baja y siguiendo la estética de las otras letras, esta se realizó como una minúscula caligráfica. Para hacer el asta horizontal de la T minúscula se utilizó el glifo propio de la Ñ.





LETRA U

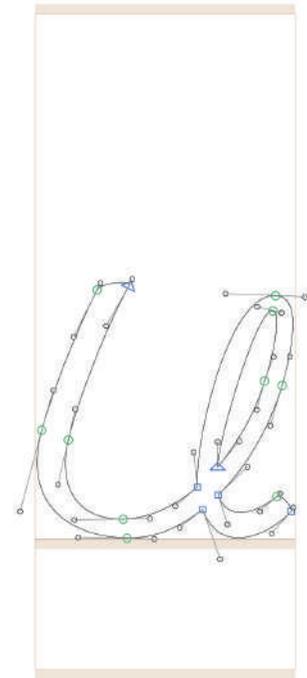
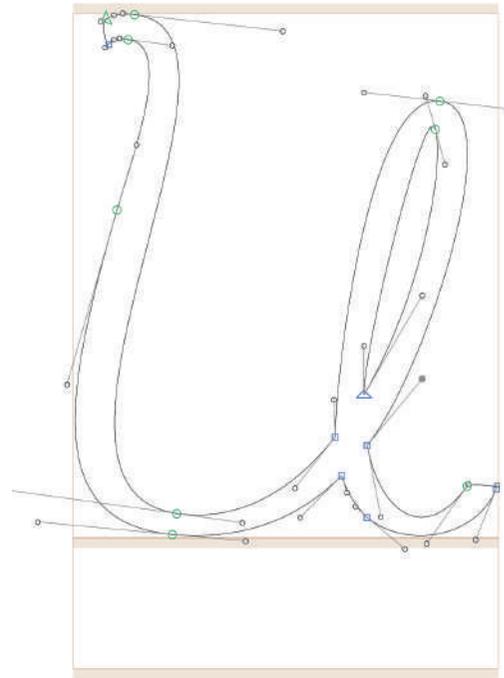
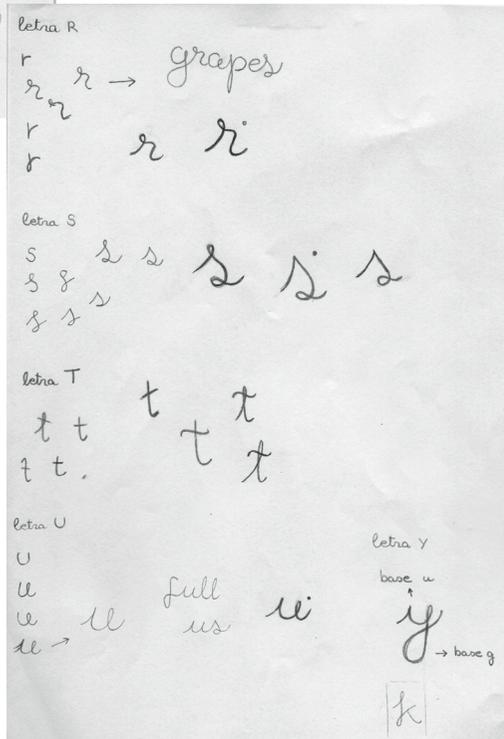
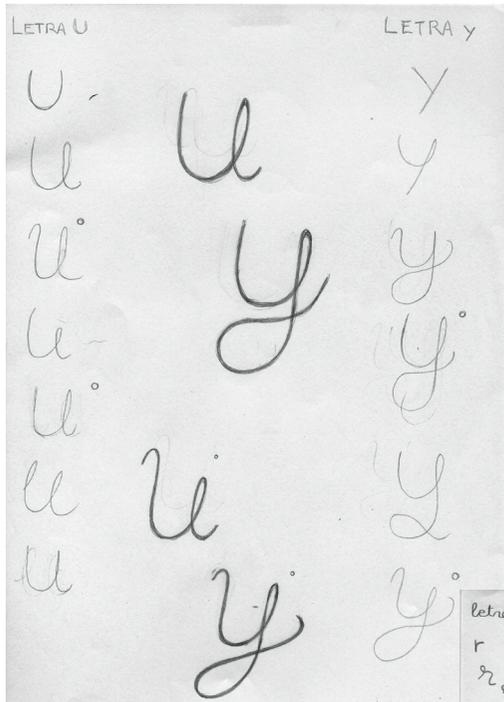
La última vocal siguió la misma idea de la G, la M o la N: que la versión mayúscula y la versión minúscula tendrían un aspecto similar. De hecho, es una de las letras que en ambas versiones, más características comparten entre sí., como se aprecia claramente en esta página.

De esta manera la elaboración de la U se llevó a cabo primero después de la realización de diferentes bocetos e ideas, y la opción que finalmente se escogió fue una elección muy acertada.

Cabe añadir que la U funcionó de igual manera que la N y la Ñ, pues sirvió de patrón base para otra letra, la Y en este caso.

Después de formalizar la letra U, la Y tomó la base y se le añadieron los bucles en ambas versiones.





LETRA V

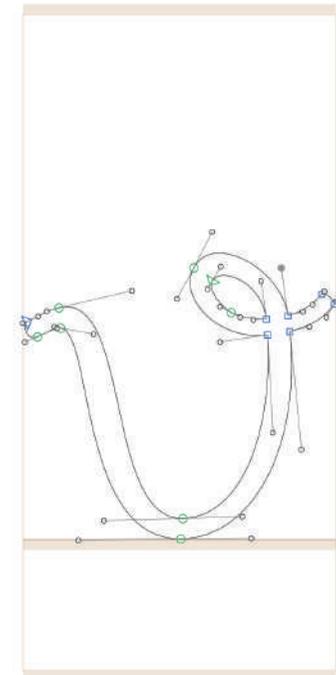
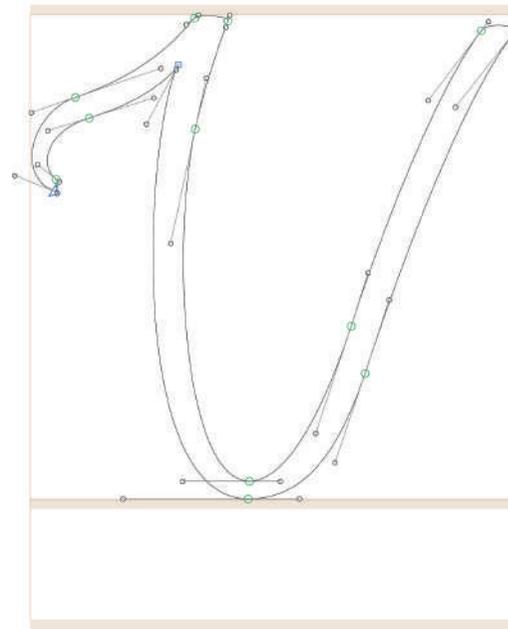
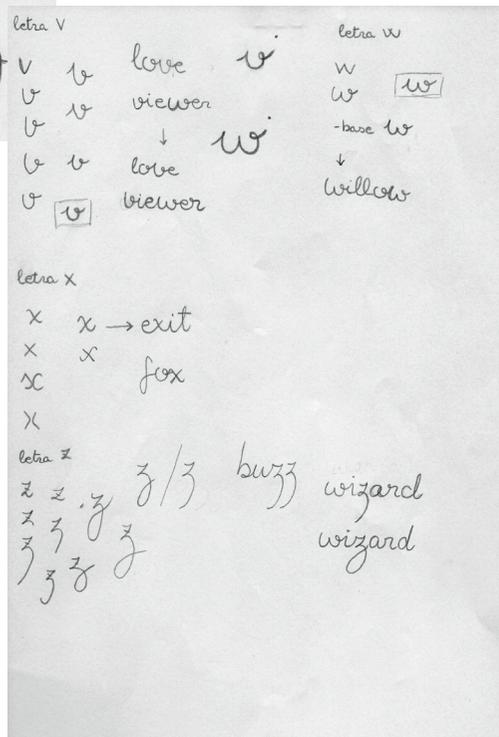
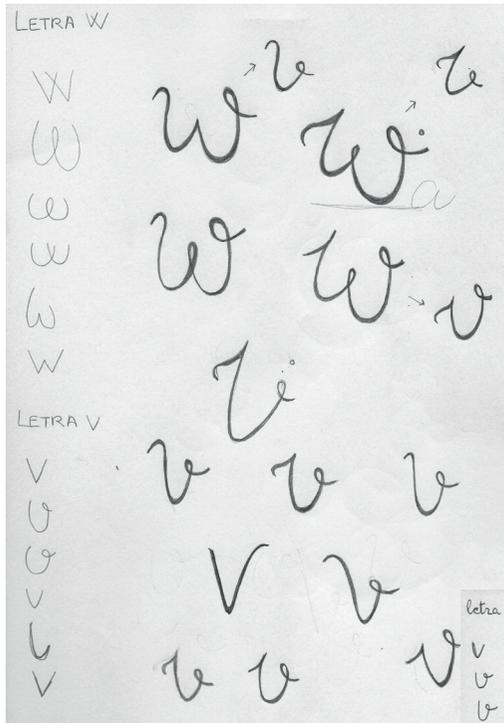
Siguiendo la premisa de algunas letras previas, la V mayúscula sería muy similar a la V minúscula caligráfica: tendría una forma más alargada y una altura más considerable, naturalmente.

En el momento de realizar los bocetos ambas versiones, tanto la caja alta como la caja baja se llevaron a cabo con una forma muy similar, aunque esto se modificaría a la hora de digitalizar.

Esta letra en particular no se presentó como un reto difícil de elaborar, ya que desde un principio se tenía una idea predeterminada del aspecto que se quería atribuir a la V.

La V sirvió como hilo conductor para la letra W, que se muestra en la siguiente página.





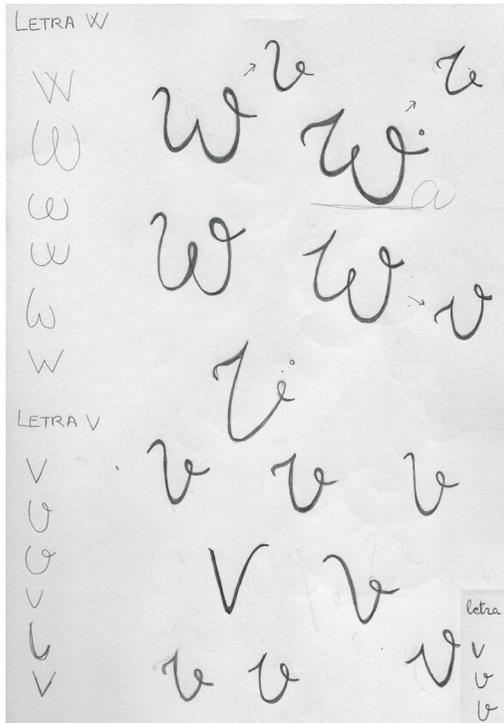
LETRA W

En un primer momento, la W se contempló como una letra que no se llevaría a cabo dado su poco uso en el idioma castellano. No obstante, tras plantear que las aplicaciones gráficas estarían tanto en español como en inglés, se tuvo que elaborar un proceso de trabajo con esta letra tan peculiar.

La V mayúscula se usó como base para esta letra, pero para conseguir un resultado adecuado y armonioso esta sufrió muchos cambios, por lo que no parece que una de las letras derive de la otra.

En cambio, la W minúscula si presenta un parecido más notable con la V de caja baja.





letra V

V	love	v
v	viewer	
v	↓	w
v	love	
v	viewer	

letra w

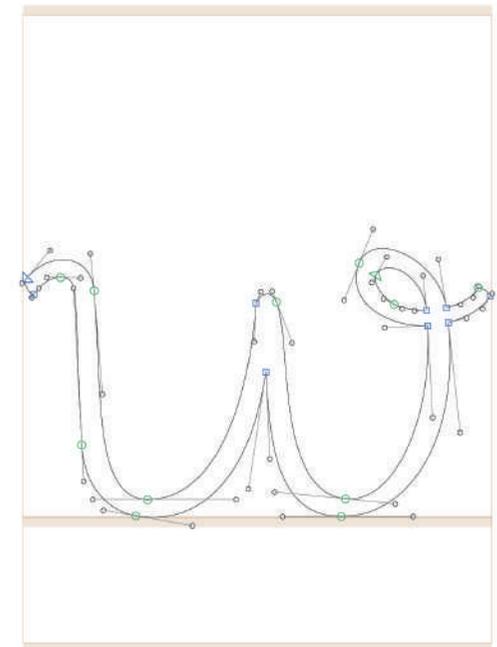
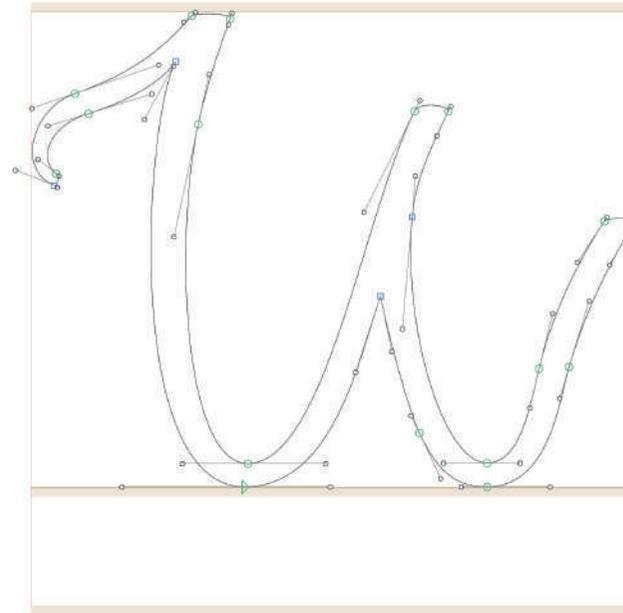
w	
w	<u>w</u>
-base w	
↓	
willow	

letra x

x	x → exit
x	x
x	fox
x	

letra z

z	z	z/3	buzz	wizard
z	z	z		wizard
z	z	z		
z	z	z		



LETRA X

La X es una letra de lo más sencilla, por lo que añadirle bucles o curvas que la enlazaran con el resto de la tipografía resultó más complicado de lo parecía al principio.

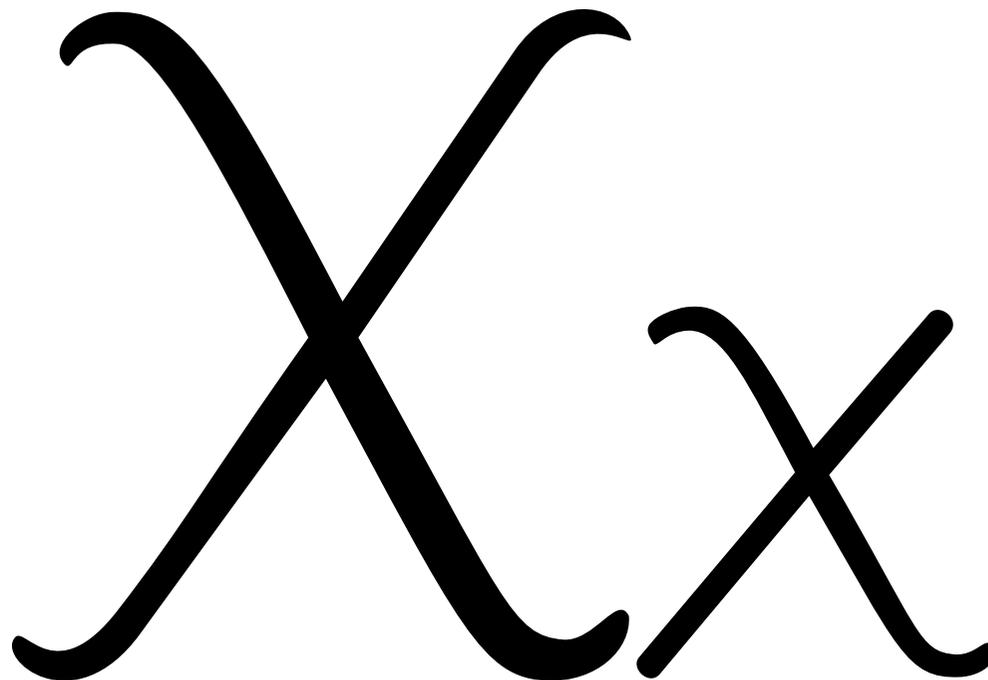
Además de ello, es una de las pocas letras que se escribe en trazos separados.

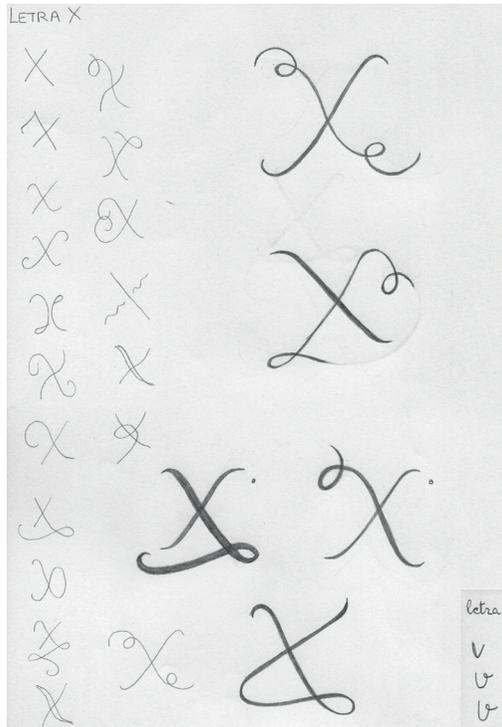
En esta ocasión, las dos versiones son muy parecidas. Se ha optado por suavizar los extremos de todos los segmentos lineales y se han curvado algunos de estos.

En el proceso de trabajo de los bocetos para la letra mayúscula, se contemplaron varias ideas, pero la mayoría mostraba un desequilibrio en cuanto al peso visual, por lo que se descartaron muchas de ellas decidiendo finalmente utilizar la que se muestra en esta página.

En la X mayúscula se aprecia como uno de los trazos (el que cuenta con un bucle) es más grueso que el otro, que es mucho más simple.

Mientras, la X minúscula no cuenta con tanta ornamentación. Simplemente los extremos de uno de los trazos presenta curvas, y el otro se mantiene sencillo sin ninguna modificación ni elemento decorativo.



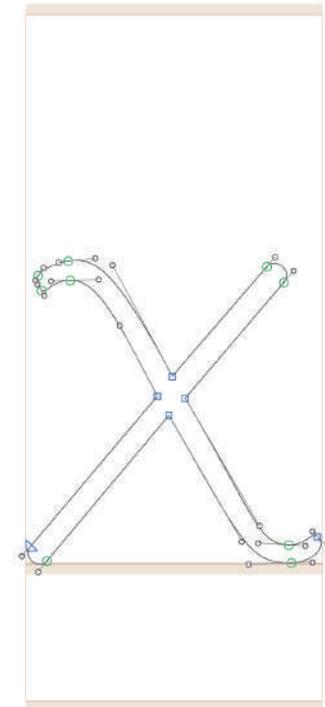
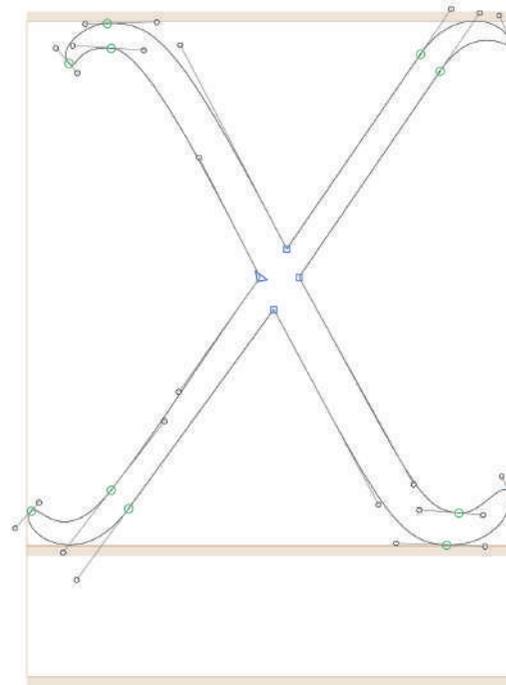


letra v
 v to love v
 v viewer
 v ↓ w
 v to love
 v viewer

letra w
 w w
 -base w
 ↓
 willow

letra x
 x x → exit
 x x
 x fox
 x

letra z
 z z z/3 buzz wizard
 z z z
 z z z wizard



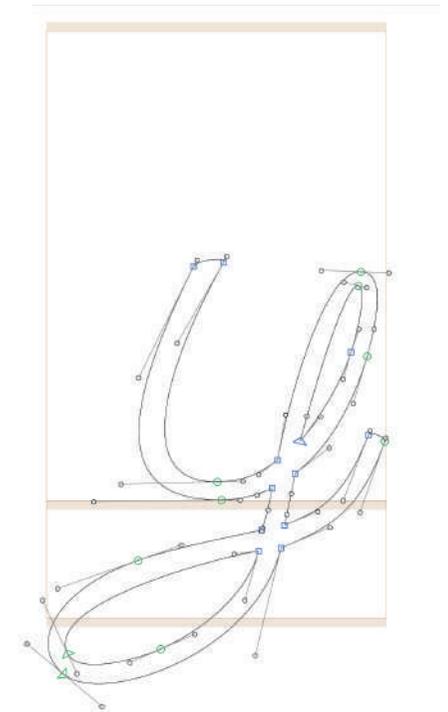
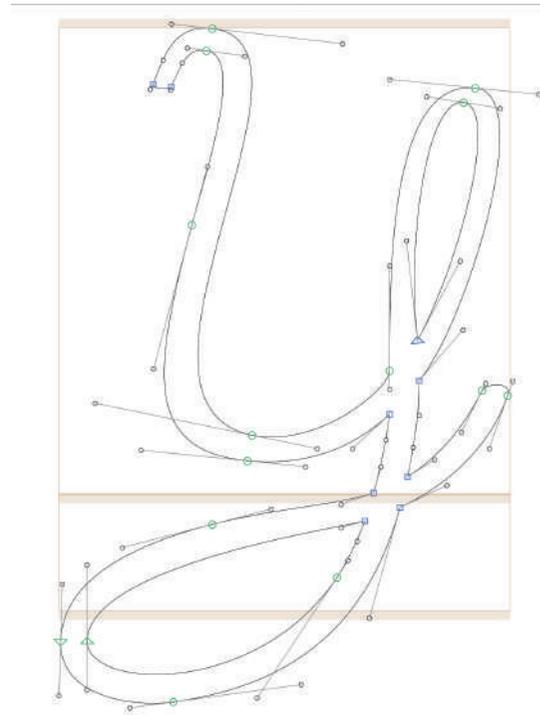
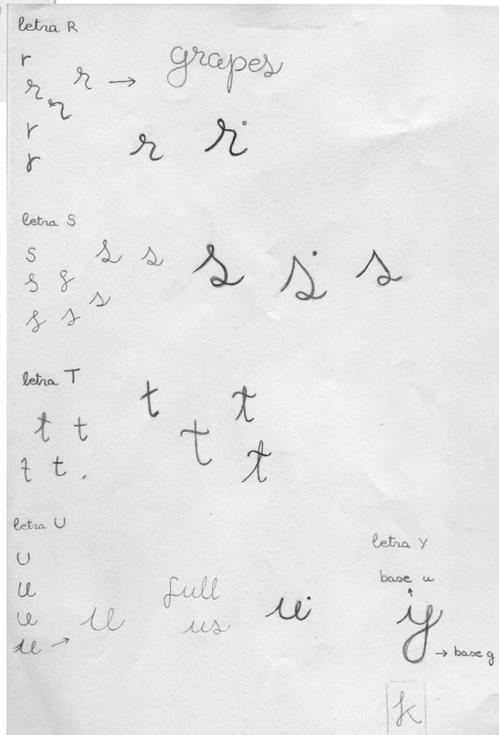
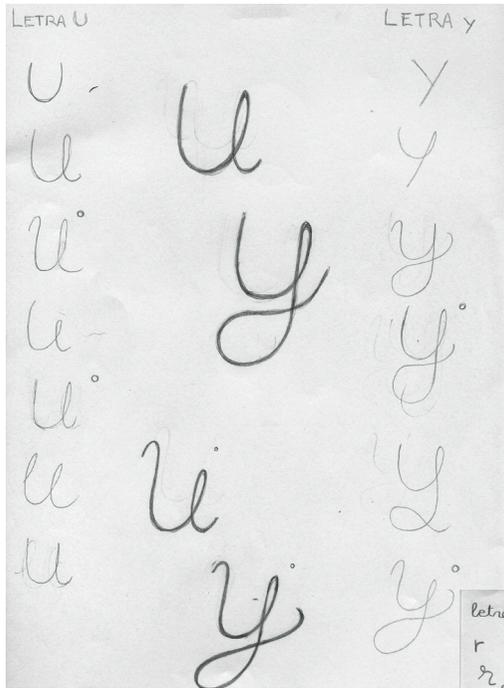
LETRA Y

Ya se mencionó en una de las páginas anteriores que la Y es igual a la U, puesta esta último sirvió de patrón para el proceso de elaboración de la Y.

Se valoró la misma idea de la G, la N o la M, y es que ambas versiones de la letra, tanto la caja alta como la caja baja, tendrían la misma forma.

Bien como se mencionó previamente, la Y se ha formado combinando la U y el bucle de la letra G.





LETRA Z

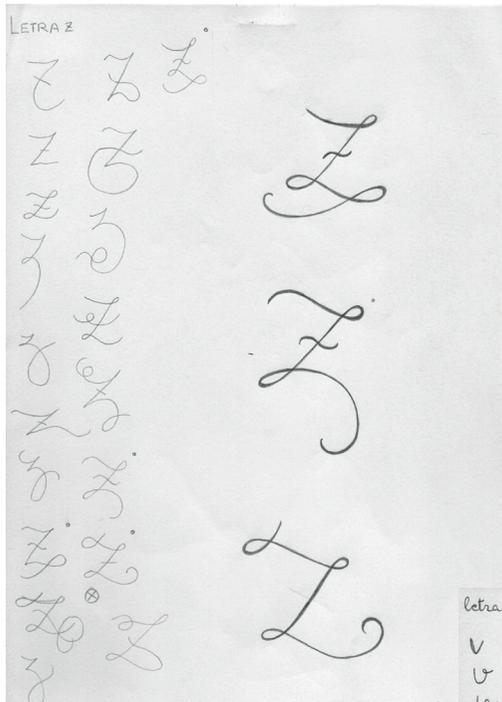
Para terminar, la letra Z. Cuando se hicieron los bocetos de la Z, estaba muy claro que la versión de caja alta destacaría sobre otras mayúsculas, dado que esta letra presenta muchas opciones donde añadir curvas, espirales y bucles.

La Z mayúscula es una letra que por lo general, en la mayoría de tipografías manuscritas, está muy elaborada y a pesar de tener una legibilidad algo baja, se reconoce.

En un principio se había planteado añadir el bucle de la minúscula clásica y que a día de hoy no se utiliza, por lo que finalmente se decidió que ninguna de las versiones contendría dicho componente.

El resultado final de las dos versiones al final derivó en dos letras muy similares. La única diferencia es que la Z mayúscula posee el glifo de la Ñ (también empleado en letras como la T o la Q), mientras que la minúscula es más sobria y sencilla.





letra V

v	v	love	v
v	v	viewer	
v	v	↓	w
v	v	love	
v	v	viewer	

letra w

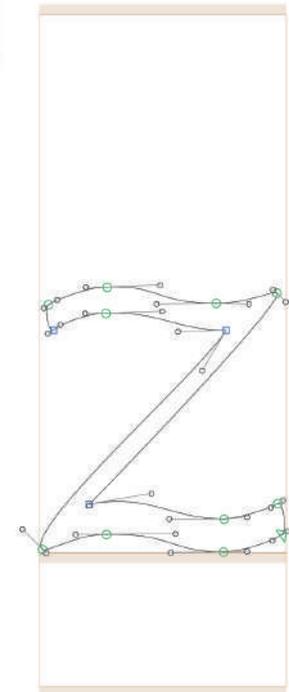
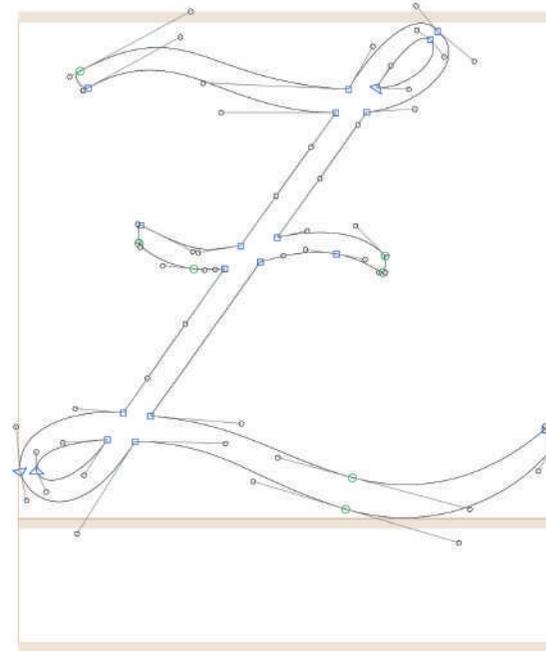
w	w	
w	w	-base w
		↓
		willow

letra x

x	x	→ exit
x	x	fox
x		

letra z

z	z	z/3	buzz	wizard
z	z	z		wizard
z	z	z		
z	z	z		



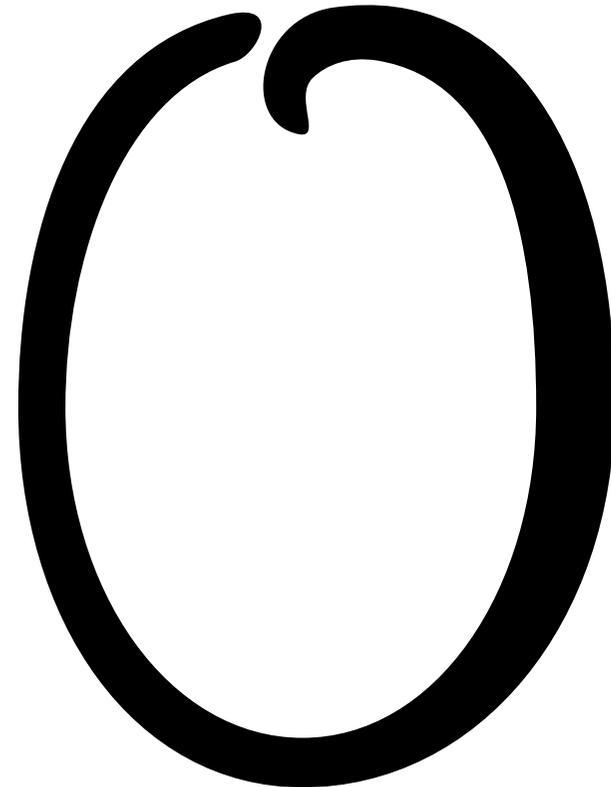
DÍGITO 0

Para empezar tenemos el dígito 0 (se denomina dígito o cifra ya que realmente el 0 no es considerado un número).

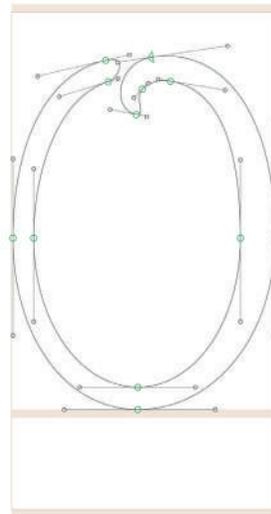
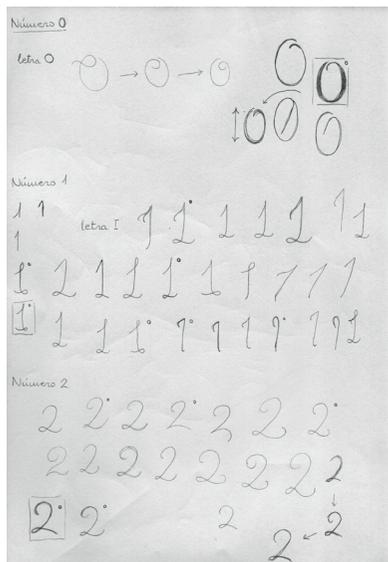
El principal problema que presentaba el 0 es que debía ser diferente a la letra O mayúscula para no confundirlas. Es por ello que la letra O incluye el pequeño bucle que lleva en algunas versiones manuscritas tanto en caja alta como en caja baja.

Para ello, el 0 se elaboró de una forma más alargada, tomando la forma de una elipse y no de un círculo normal.

Para continuar el hilo conducir de los trazos curvos en vez de cerrar la figura se colocó una espiral sin cerrar el número del todo, al igual que se hizo con algunas formas previamente comentadas.



120

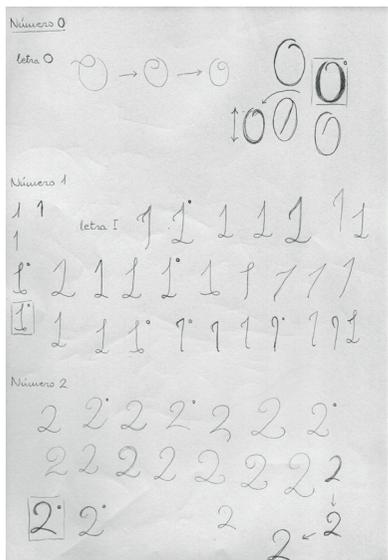


DÍGITO 1

Al igual que ocurre con el 0, el número 1 podía prestarse a confusiones con la I mayúscula, por ejemplo, teniendo en cuenta la forma de esta letra.

Se elaboraron diversos bocetos pero todos se parecían demasiado a la I así que buscando otro enfoque, se optó por mantener las curvas características de esta tipografía tan solo en la parte más baja del número, para poder diferenciarlo de otras letras ya diseñadas.

El 1 puede contener formas muy diversas, pero las otras opciones no permiten utilizar curvas de manera estética, por lo tanto, se eligió la forma convencional.

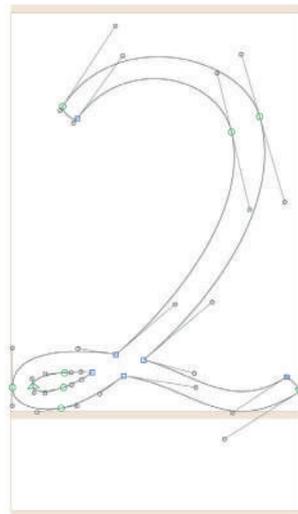
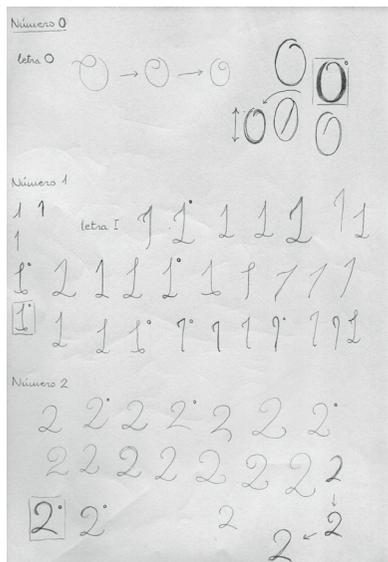
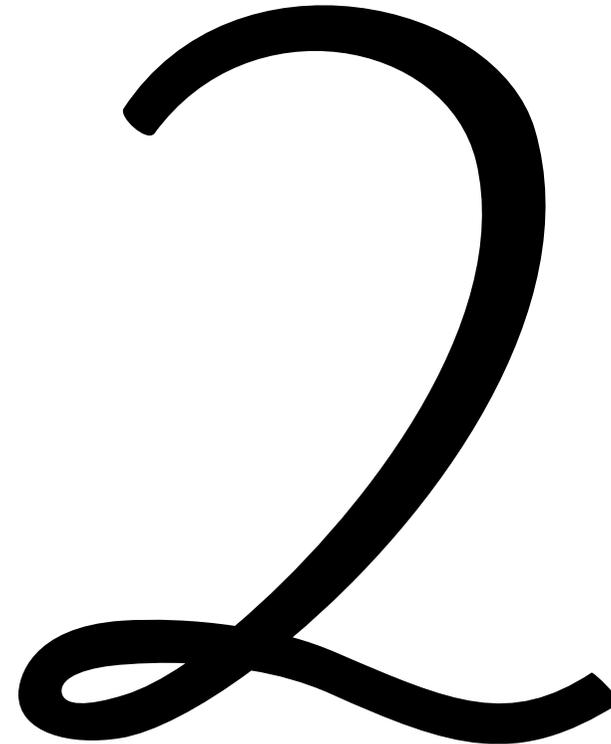


DÍGITO 2

El número 2 se podría decir que fue uno de los más complicados, porque a pesar de querer huir de las formas más convencionales los números no dejan tanto margen a la imaginación como las letras.

Por ello, los bocetos del número dos se veían bastante similares entre ellos, su única diferencia era la posición de las curvas en los extremos del número.

Finalmente, se decidió ensanchar la parte alta del 2 y reducir un poco la parte baja, al contrario que la mayoría de otras versiones del 2 que son más equilibrados o la parte superior es menos extensa que la inferior.

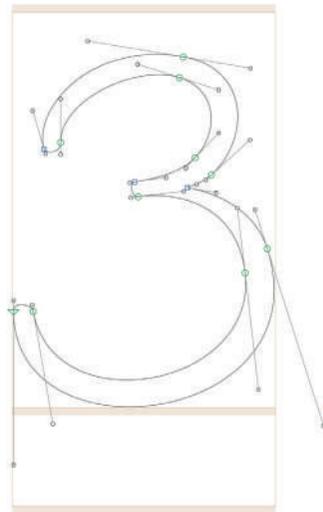
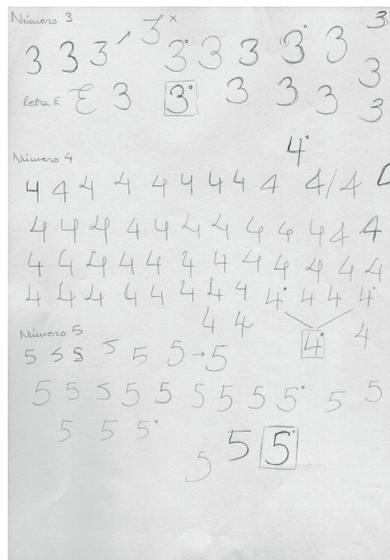


DÍGITO 3

A primera vista, el número 3 muestra varias similitudes con la E de caja alta, y nada más lejos de la realidad. El 3 y la letra E se diseñaron de manera paralela, siempre teniendo en cuenta que debían tener pequeñas diferencias.

En este caso no hizo falta buscar detalles que cambiar ya que la letra E cuenta con una curva en uno de sus extremos, elemento suficiente para diferenciar al número de la letra, además de la dirección de ambos.

Al igual que con la letra E, las formas semicirculares son de diferente envergadura. Al contrario que el número 2, la parte inferior en este caso ocupa más que la superior. En el punto donde ambas partes se unen hay un bucle que es otra de las diferencias existentes entre el 3 y la E.



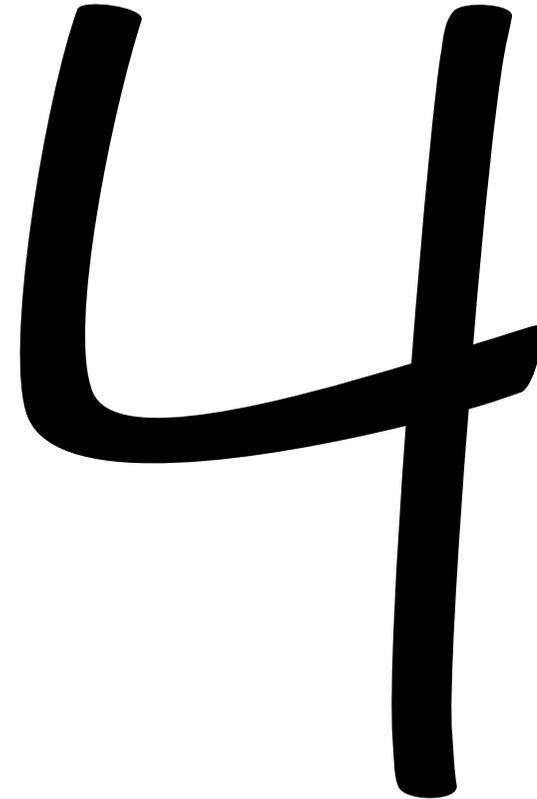
DÍGITO 4

El 4 ha sido uno de los más sencillos, y es que es difícil encontrar una letra que se parezca a este número.

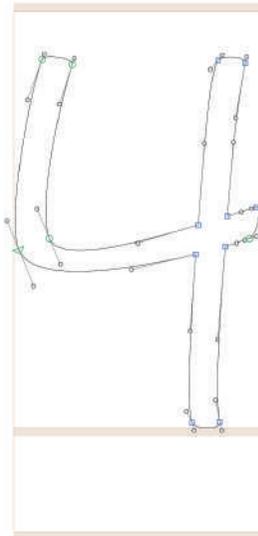
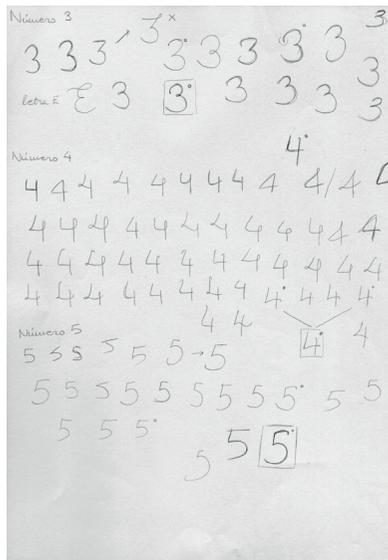
Además de ello, hay dos versiones del número 4: tenemos uno similar al que se diseñó, y el otro tiene una forma cerrada.

El único problema del cuatro es que no tenía muchas opciones donde colocar curvas o espirales, de modo que se hizo de una manera algo más lineal pero suavizando todas las curvas y los extremos de los segmentos que conforman al número.

En esta ocasión se ha evitado la modulación de trazos de forma notable, se ha recurrido a un modo algo más sutil, todo ello con la intención de evitar un desequilibrio visual, ya que estamos trabajando con formas algo más finas que las del resto del proyecto.



124



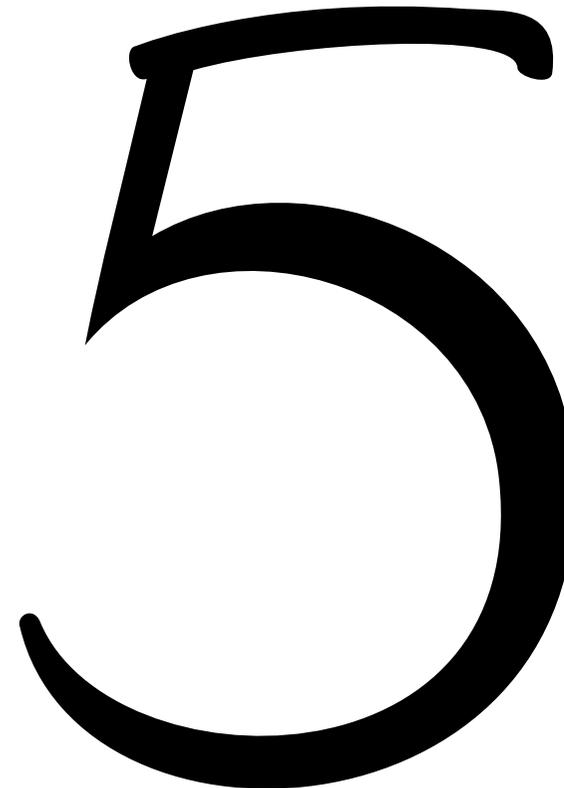
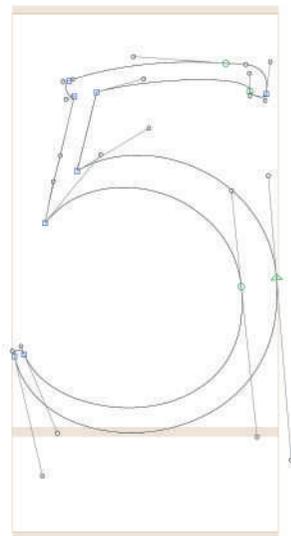
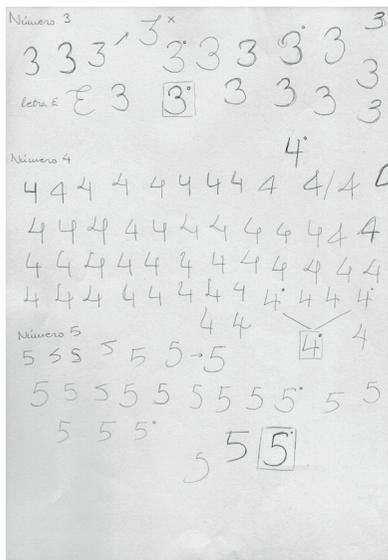
DÍGITO 5

El número 5 fue irónicamente uno de los más sencillos. Aunque su forma alude a la S, este número tiene un abanico inmenso de posibilidades en cuanto al diseño.

Aunque uno de los puntos a cumplir de la tipografía era usar el trazo entero, el 5 ha servido entre otros, como la excepción.

El número cinco ha seguido la misma línea del 3 y su parte superior se ve claramente más reducida que la inferior. De esta manera, logramos un 5 bastante distinguido y muy acorde con la tipografía en cuestión.

Además de su forma redondeada, el palo que está en horizontal posee una pequeña espiral en su extremo derecho.

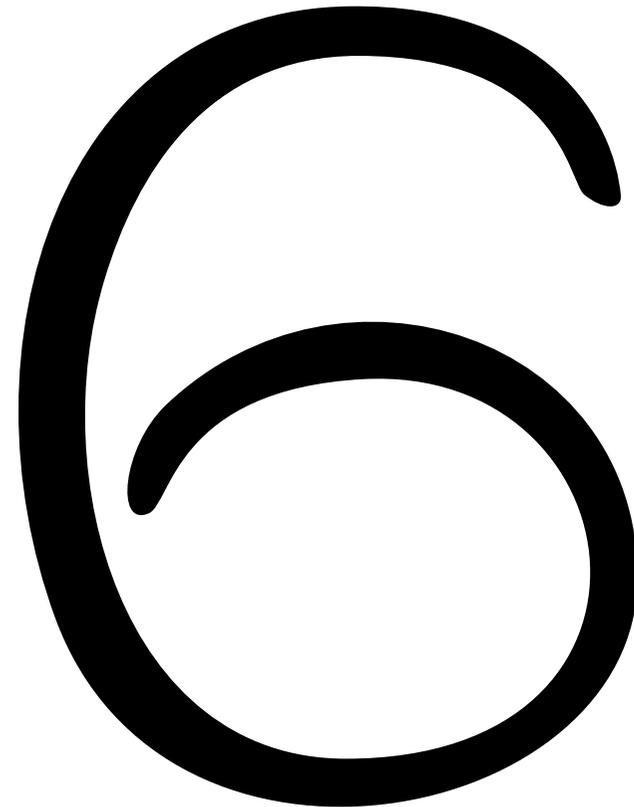


DÍGITO 6

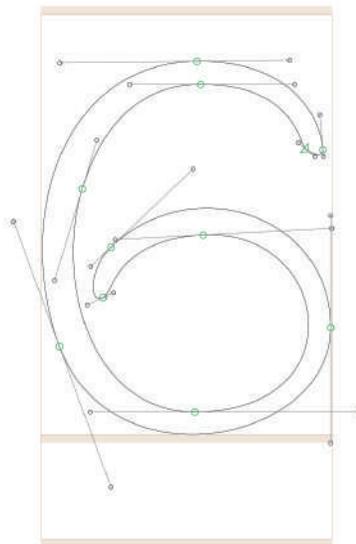
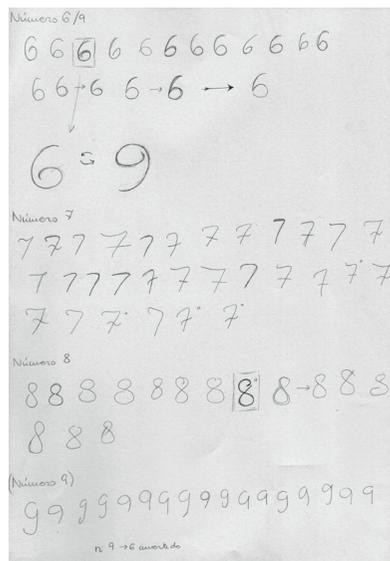
El número 6, desgraciadamente, no da mucho pie a la imaginación.

El rasgo distintivo que se eligió para el 6 es el mismo que el 0, y es que la forma de este número tampoco está cerrada y la espiral tan característica de nuestra tipografía se añade en donde debería cerrarse.

Se hizo un 6 de lo más convencional, exceptuando la espiral que ocupa del lugar del cierre. Como se aprecia claramente, se mantiene una forma curva de manera que el número al completa que simula una espiral.



126

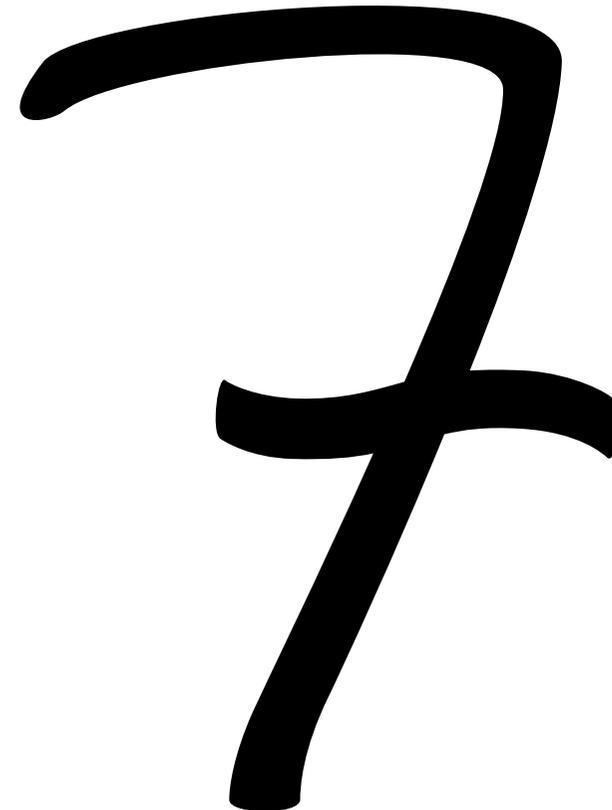
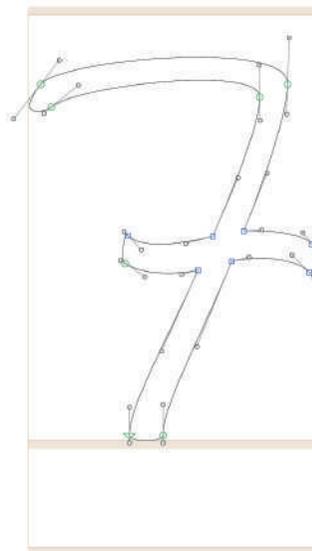
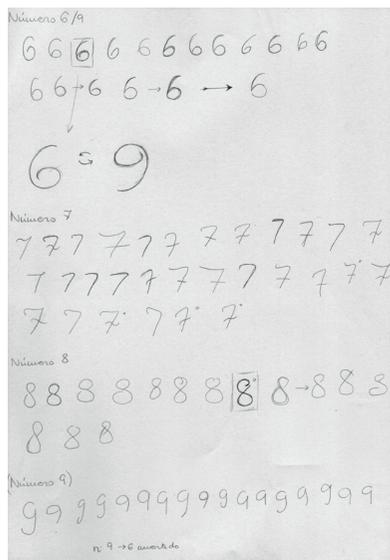


DÍGITO 7

Después de elaborar varias propuestas para el 7, se decidió una idea que al igual que ocurre con el número 5, va a dotar al número una forma distinguida.

En primer lugar, en el 7 se aprecia una ligera inclinación en la parte superior y un extremo curvado. A medida que baja, el segmento principal también está en diagonal, lo que aporta movimiento y fluidez al número.

Para terminar, el segmento que cruza la línea vertical, es el glifo de la Ñ ligeramente modificado. La asta es un poco más estrecha que la original y algo más alargada por los lados.



DÍGITO 8

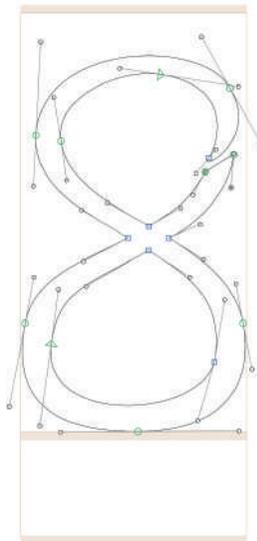
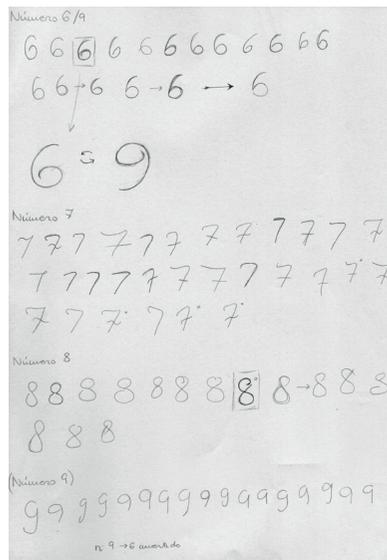
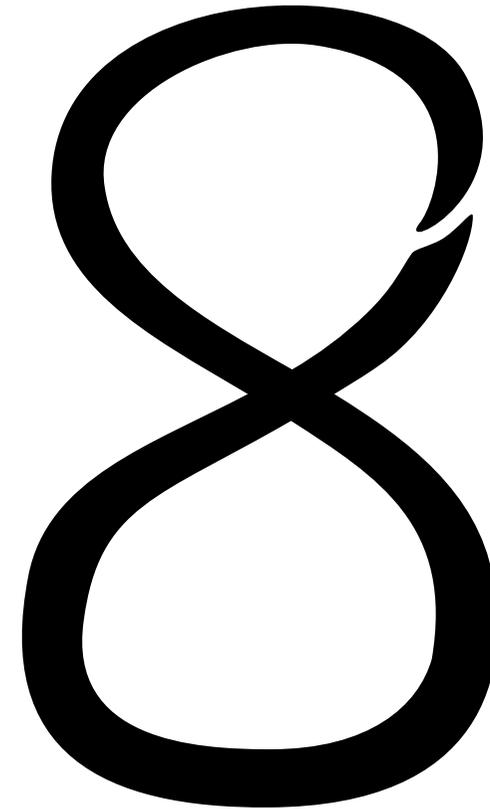
El 8 presume de tener una forma muy característica y diferenciada, aunque debido a ello el principal inconveniente es que este número debe conservar su forma tan única.

Como ya ha sucedido con algunas números, la anilla superior es ligeramente más pequeña que la inferior, además de que esta última es algo más gruesa.

El elemento distintivo del 8 en este caso es que la anilla superior no se cierra y se simula una pequeña curva al igual que ocurre con el número 6 o el 0.

La principal dificultad del 8 fue su elaboración, ya que llevó bastante tiempo que las anillas tuvieran una forma semejante y que no tuvieran las dimensiones de un círculo perfecto.

128



NAMING

El *naming* es el proceso mediante el cual se determina el nombre de una marca. Un buen proceso para crear un nombre de marca o *naming* ayuda a desarrollar el diferenciador básico de una marca.

El *naming* es uno de los activos fundamentales para las marcas, ya que va ser el medio por el cual se va a dar a conocer y por el que la conocerá el público objetivo.

Existen una infinidad de técnicas para darle un nombre a una marca. Una de las más populares y más efectiva es la denominada “técnica de los seis sombreros”, ideada por Edward de Bono. También puedes decidir si el nombre que va a llevar es descriptivo, abstracto, sugerente o si usará un acrónimo (es decir, una abreviatura).

Independiente de la manera en la que se decida el *naming*, es recomendable que siga una serie de premisas: debe ser un nombre distintivo, único, atemporal, fácil de recordar y coherente con la marca.

No obstante, en el caso de nombrar una tipografía, no se cumplen las mismas condiciones que en alguna marca o producto. Tras un análisis de las fuentes más conocidas y empleadas en varios campos del diseño, ninguna de ellas comparte referencias o rasgos similares con su nombre.

Es por ello que para esta ocasión, he optado por emplear una técnica diferente a las que se suelen usar de manera frecuente en el mercado.

En primer lugar, he recurrido a elegir una palabra que haga referencia a la temática del trabajo, en este caso la tipografía: palabras que hagan referencia al tema (imprenta, lectura, tipografía) o que se empleen en el proceso de creación de la fuente (letra, número, símbolo, mayúscula, minúscula). Todas las palabras elegidas se muestran a continuación:

- Letra
- Símbolo
- Palabra
- Texto
- Alfabeto
- Minúscula
- Diseño
- Dibujo
- Gráfico
- Lectura
- Leer
- Imprenta
- Número
- Signo
- Frase
- Abecedario
- Mayúscula
- Tipografía
- Creatividad
- Boceto
- Decoración
- Escritura
- Escribir
- Impresión

La técnica utilizada para buscar un nombre a la tipografía nueva funciona de la siguiente manera: tras llevar a cabo la lista expuesta estas palabras se traducirán a otro idioma, a ser posible no muy conocido, y entre todas, elegir la que más se adecúe al tema o la más atractiva.

Los idiomas son de libre elección. En esta ocasión y debido a mi gran interés por estas culturas, decidí buscar lenguas nacidas en los países nórdicos o aquellos territorios en los que se han encontrado indicios de la civilización celta, tales como el galés, islandés, y lenguas muertas como el latín.

Después de varias pruebas, se eligieron los más cortos, fáciles de pronunciar y de sonoridad atractiva, resultando los siguientes:

- Dylunio, diseño en galés.
- Addurn, decoración en galés.
- Zaluso, creatividad en *nyanja*.
- Consilio, diseño en latín.
- Lesa, leer en islandés.
- Textar, letra en islandés.
- Skissa, boceto en islandés.
- Lestur, leyendo en islandés.

Cabe mencionar que muchas de las palabras finales son del islandés, un idioma con una sonoridad curiosa y a mi parecer, también atractiva. Sin embargo, el galés es una lengua mucho más desconocida y con vocablos bastante peculiares.

Finalmente, decidí bautizar a la nueva tipografía como **Dylunio**. Su significado es diseño, una palabra que está claramente vinculada con el TFG.

Además de lo evidente, la sonoridad de la palabra me recuerda a la palabra Luna. En el ámbito personal, todo aquello relacionado con los astros, las estrellas y cuerpos celestes tienen mucha importancia en mi vida por diferentes razones.

Es por ello, que me pareció una elección acertada, a pesar de que no sea la palabra más fácil de recordar o escribir.

The background is a solid dark blue color. Overlaid on this are several thick, white, curved lines that sweep across the frame from the left and right sides towards the center. These lines are abstract and fluid, creating a sense of movement and depth. The text '5. APLICACIÓN GRÁFICA' is positioned in the upper right quadrant of the image, centered horizontally relative to the right side of the frame.

5. APLICACIÓN GRÁFICA

APLICACIONES GRÁFICAS

En este apartado se mostrarán las diferentes aplicaciones gráficas que se han elaborado con la tipografía Dylunio.

En primer lugar se ha elaborado un calendario de mesa, donde naturalmente el elemento más destacado es la tipografía, que va acompañada por un dibujo minimalista y la estructura propia de un calendario, con los días colocados siguiendo una cuadrícula.

Las medidas de este calendario de mesa son de 14,8x14,8 cm, y dividido en meses, cada papel cuenta con un mes. Su impresión se realizaría sobre un papel rígido o cartulina y a color, para resaltar las ilustraciones decorativas y además, aportar rigidez.

Además de este calendario, también se diseñaron dos páginas de un calendario de pared, con un formato de 30x30 cm. Sin embargo, en este diseño la tipografía no tiene el protagonismo que debería. En este caso, el papel empleado tendría un acabado satinado y sería algo más resistente que un papel normal. La impresión sería a color.

En segundo lugar, se han creado dos carteles que anuncian un curso de caligrafía y un curso de tipografía. Aquí se muestra que la fuente Dylunio funciona bien con otras tipografías, ya sea cumpliendo un papel funcional e informativo, u otro puramente estético.

Dichos carteles tienen un tamaño DIN-A3, impresos en cuatricromía y en un papel satinado.

Por último, y dirigido a un público infantil, se han realizado una serie de fichas cuyo fin educativo sería para aprender el abecedario tomando nombres de animales como ejemplo.

Las fichas tienen una medida de 20x20 cm, que se imprimirían en color y en un papel de gramaje normal que después sería plastificado, con el fin de aportarle protección y resistencia.

Finalmente, y con el objetivo de cumplir uno de los objetivos específicos, se realizaron aplicaciones en otros ámbitos del diseño como la identidad corporativa, el *packaging* o el diseño de interiores.

Se creó una marca enfocada al público infantil, cuyos productos son moda y juguetes para niños. El nombre se eligió basado en la experiencia personal: la palabra "piposa" es la que yo empleaba siendo pequeña cuando intentaba pronunciar la palabra mariposa, de ahí que el logo de la marca tenga esa forma.

Se realizó un logo en positivo y negativo haciendo uso de la fuente tipográfica creada y aplicaciones de la marca en diferentes soportes, elementos de *packaging* y diseño de interiores.



enero

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

febrero

L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						



marzo

L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

abril

L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	



mayo

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

junio

L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			



julio

L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

agosto

L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



septiembre

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	18	29	30		

octubre

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						



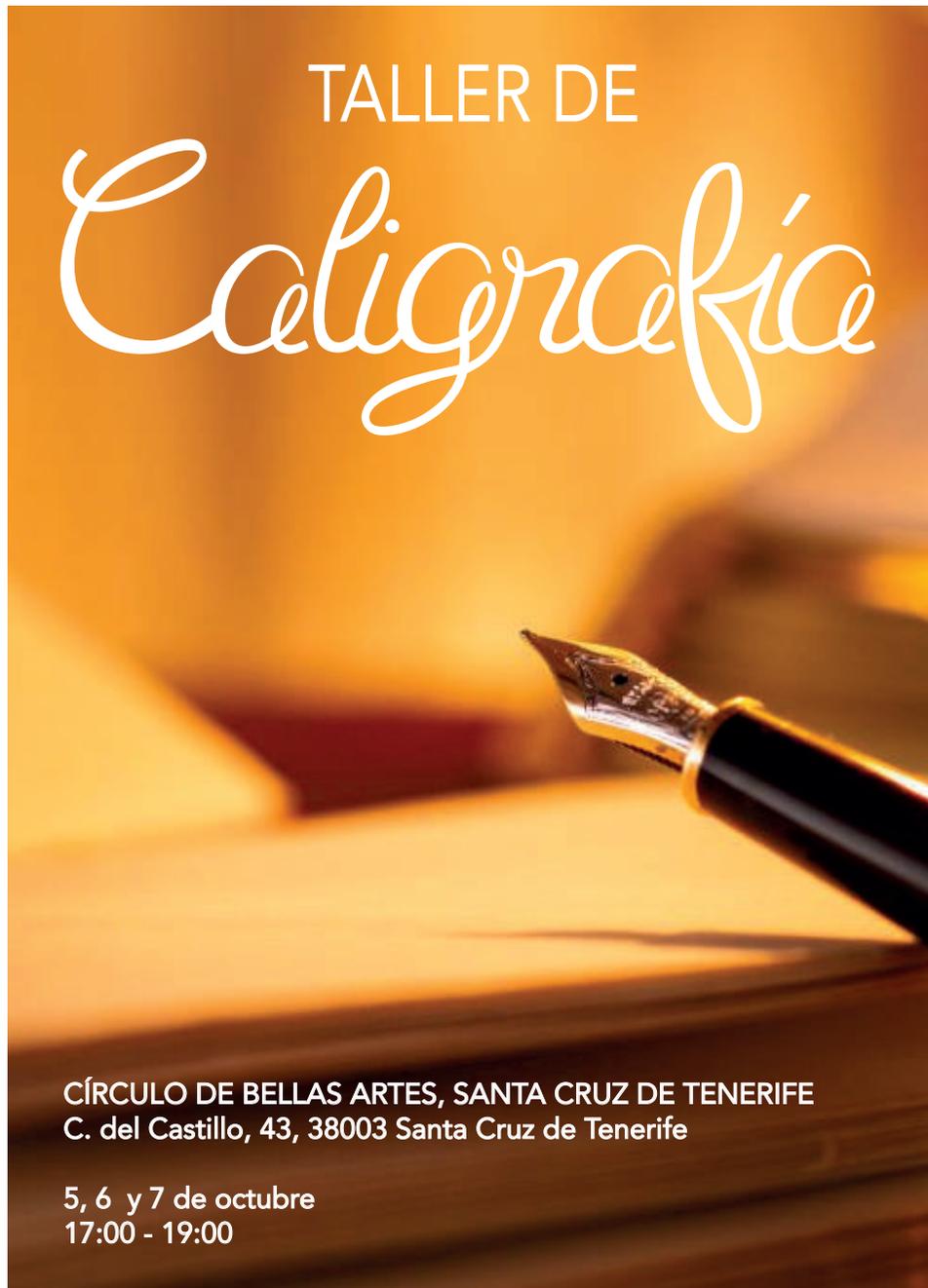
noviembre

L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

diciembre

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	18	29	30	31	





TALLER DE TIPOGRAFÍA

CÍRCULO DE BELLAS ARTES, SANTA CRUZ DE TENERIFE
C. del Castillo, 43, 38003 Santa Cruz de Tenerife

5, 6 y 7 de octubre
17:00 - 19:00



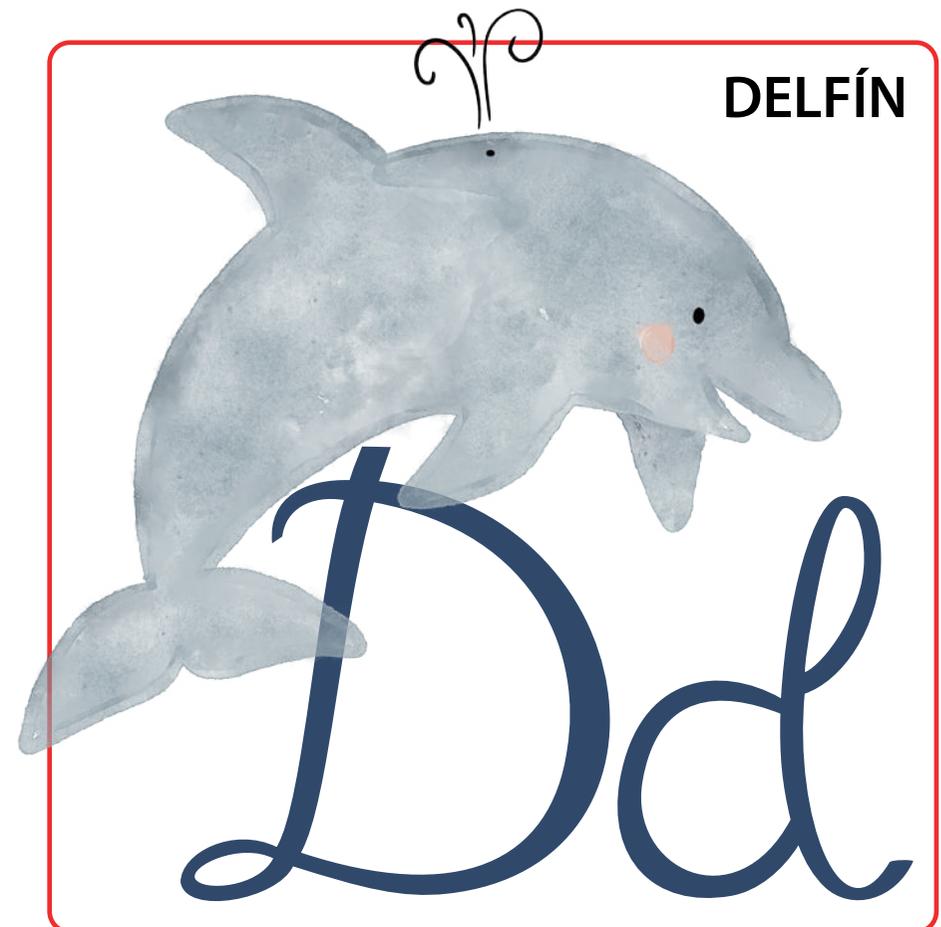
ABEJA



BALLENA

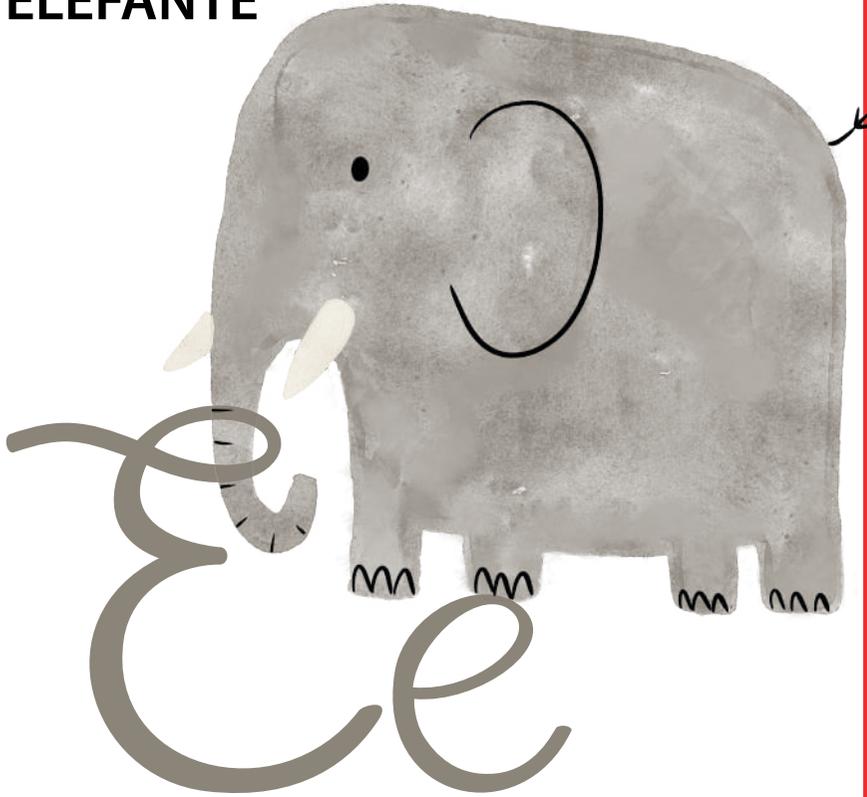


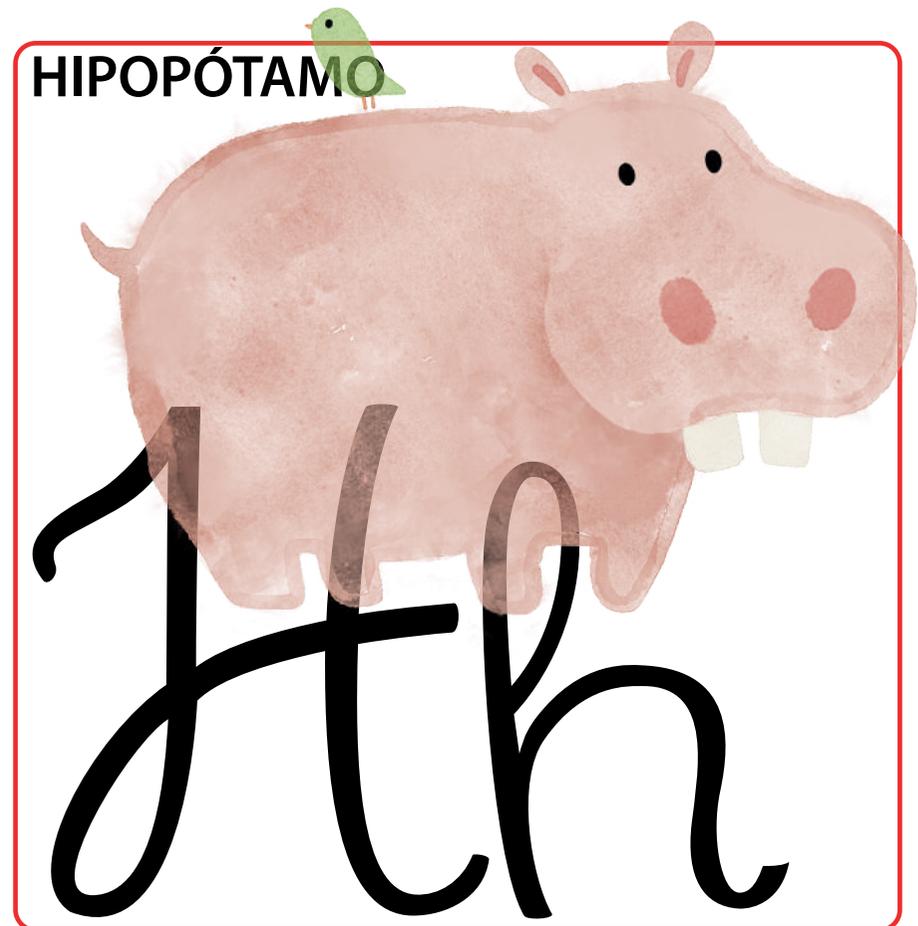
CEBRA



DELFIN

ELEFANTE





IGUANA



JIRAFA

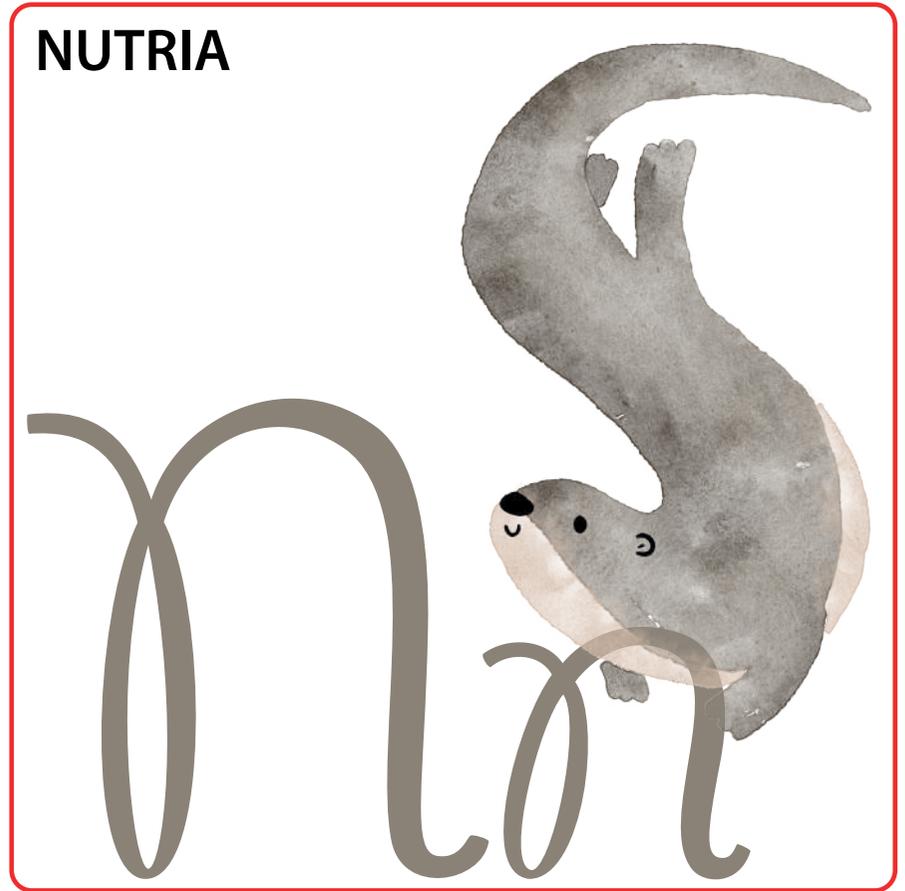


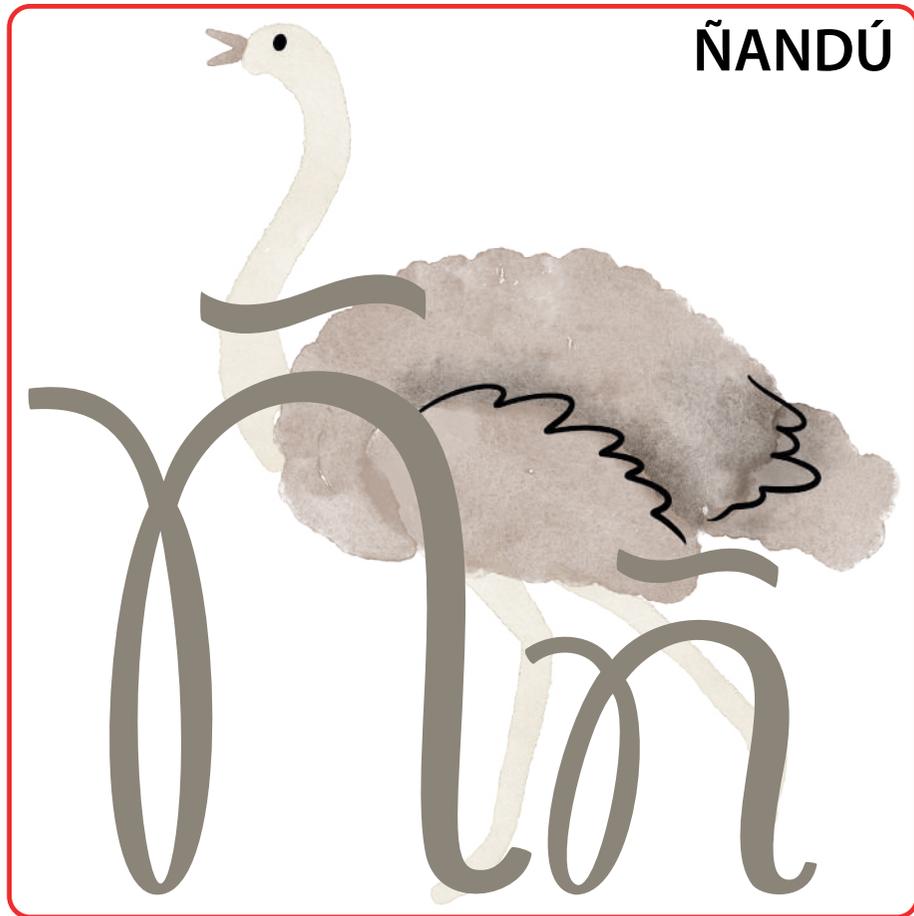
KOALA



LEÓN

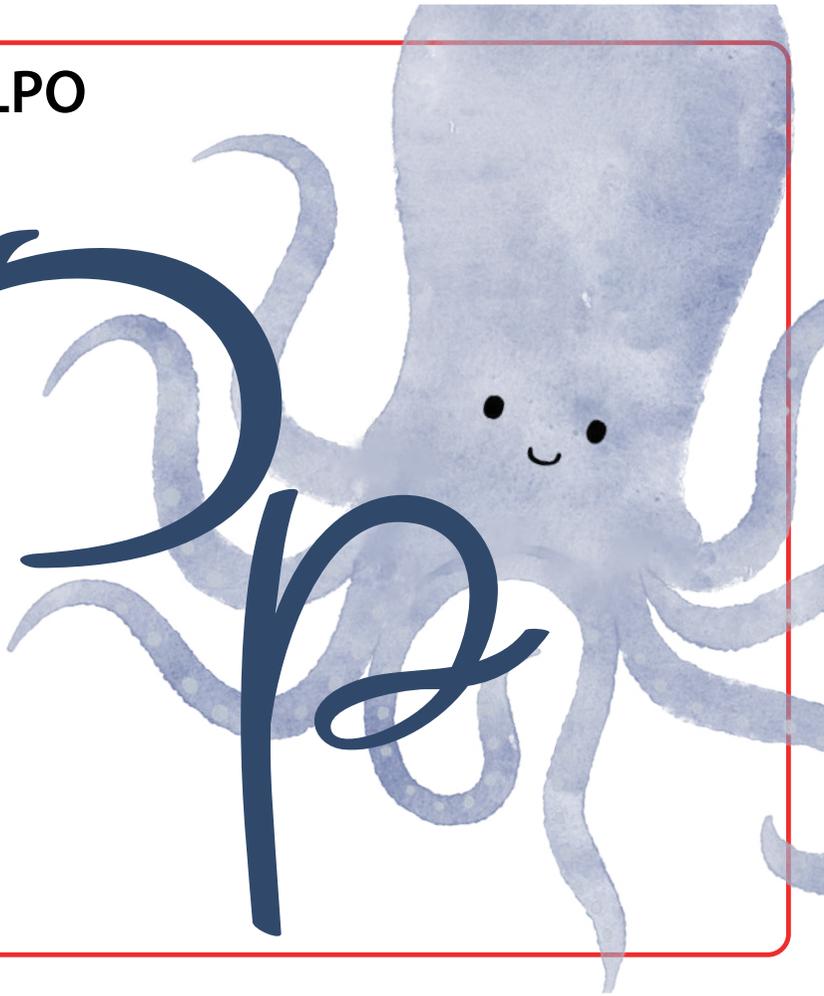






PULPO

P p



Q q

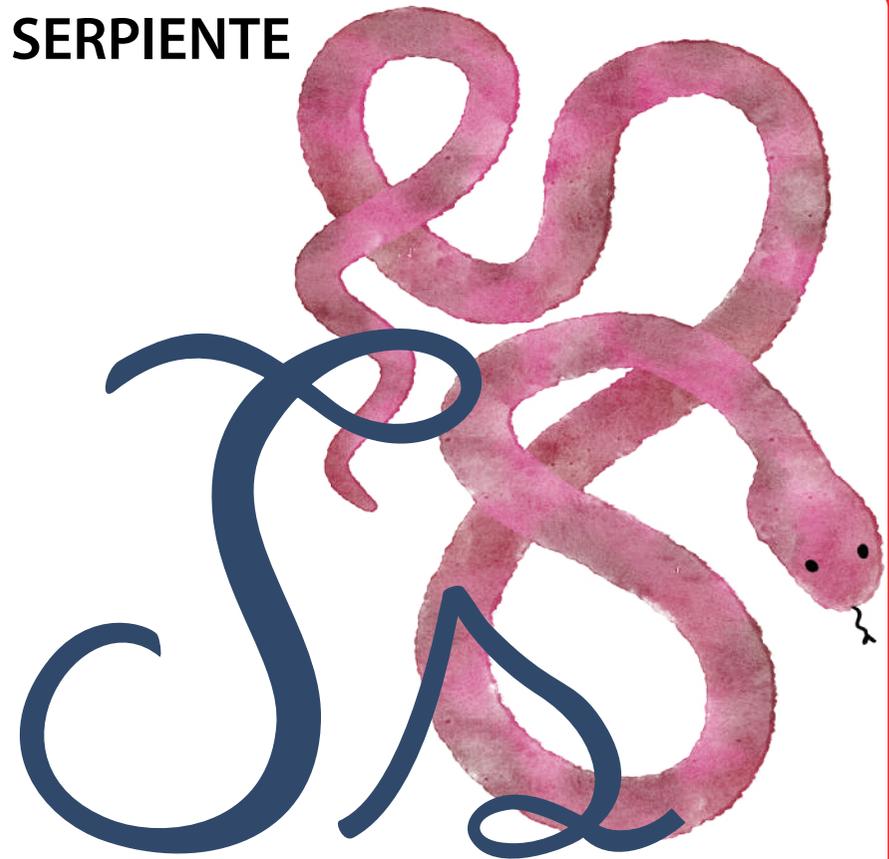
QUETZAL



RATÓN



SERPIENTE



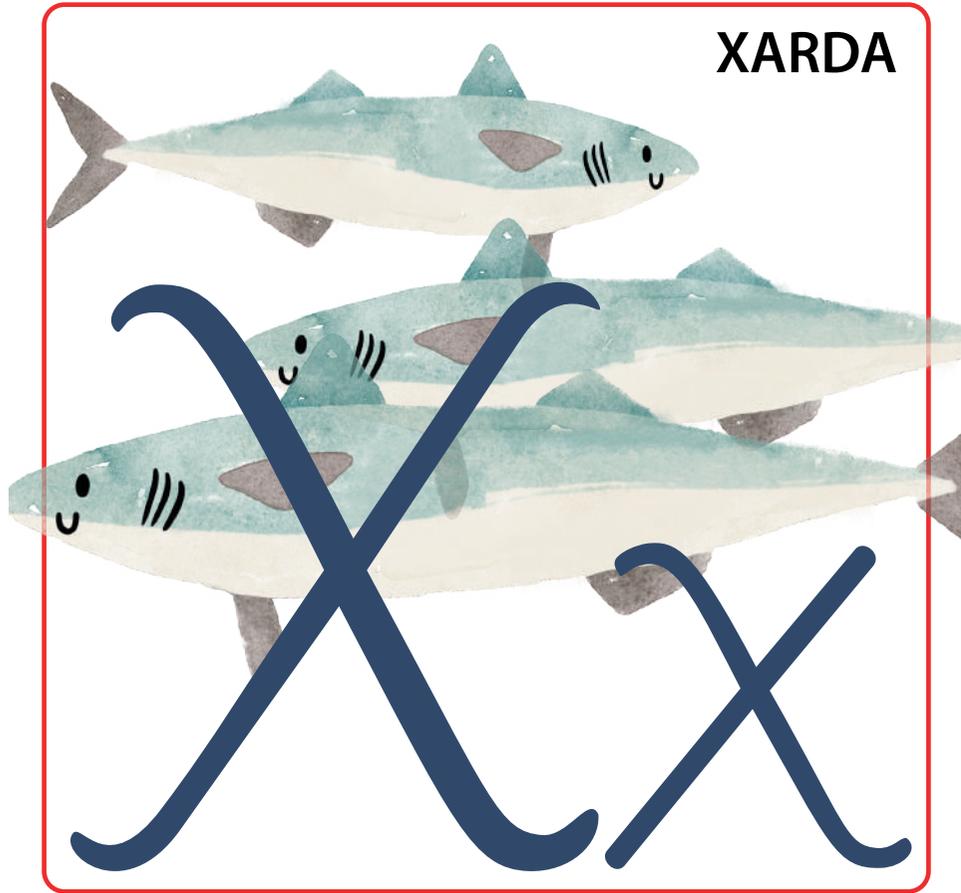


VACA



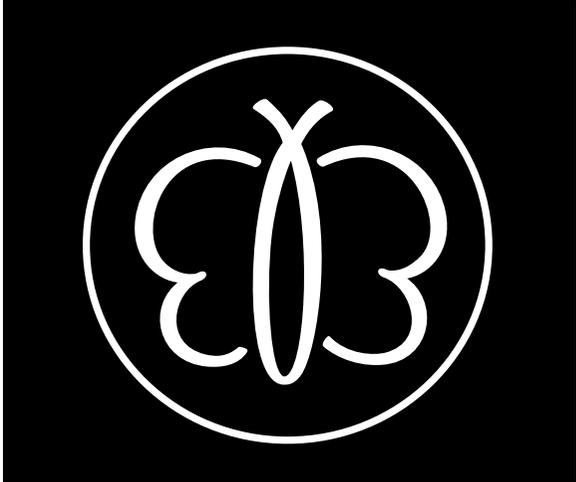
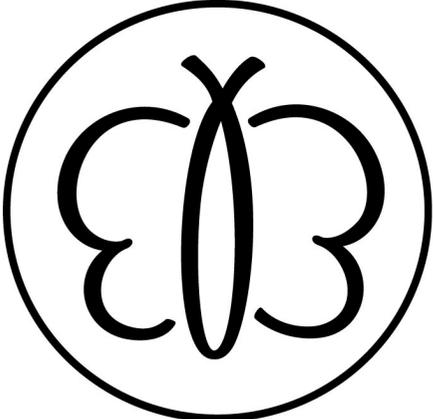
WALLABY







La pipersa 







158









6. CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Para concluir se podría decir que este trabajo ha supuesto en primer lugar, una enorme investigación de toda la historia de la tipografía y sus influencias, y en segundo lugar, experimentar todo el proceso de creación de una tipografía.

Ha sido un proceso bastante laborioso, pues crear una tipografía desde cero conlleva muchos pasos a seguir durante todo su desarrollo hasta lograr una fuente tipografía completa y funcional.

En la primera etapa del trabajo se llevó a cabo una exhaustiva investigación que resultó en una gran cantidad de información de la que no tenía conocimiento. La historia de la tipografía, experimentos y estudios, nociones básicas de dicho ámbito. Toda la información recopilada se tuvo que contrastar y sintetizar en los puntos más importantes y de mayor importancia que podrían tener en este trabajo.

Se establecieron una serie de objetivos y se siguió una metodología determinada. El objetivo general, la creación de esta tipografía y que funcione correctamente, se ha cumplido en su totalidad, pues el resultado obtenido cumple los puntos que se concretaron en el *briefing* y en el apartado de objetivos.

En cuanto a la metodología, los apartados se han trabajado siguiendo el planteamiento inicial, exceptuando pequeños cambios sufridos durante el proceso, y completando todos los puntos pertinentes que conforman el TFG, obteniendo los resultados que se idearon en un principio.

La segunda etapa del proyecto conllevó también varios meses de trabajo, pues se tuvo que realizar una importante cantidad de bocetos hasta llegar a una idea clara, decidir el resultado de cada elemento de esta tipografía, digitalizarla y hacerla funcional, mostrando los posibles resultados y objetivos que debe alcanzar.

Muchos de estos elementos presentaron una serie de complicaciones que requerían buscar una solución que mantuviera la coherencia de la tipografía.

The background is a solid dark blue color. It features several thick, white, curved lines that sweep across the frame. One large arc starts from the left edge and curves towards the center. Another arc starts from the bottom left and curves upwards. A third arc starts from the bottom right and curves towards the center. The overall effect is a modern, minimalist aesthetic.

7. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

A. (2017, 17 abril). *Letra gótica: historia, evolución y tipos*. La Caligrafía. <https://lascaligrafia.info/letra-gotica-historia-evolucion-tipos-caligrafia/>

A. (2018a, enero 5). *Escritura China: Historia del Alfabeto Chino y sus Pictogramas*. China Antigua. <https://chinaantigua.com/escritura/>

A. (2020a, junio 20). *El término de mitología nórdica hace referencia a la religión, las creencias*. Gtush. <https://www.gtush.com/cultura-nordica/>

Aguirre, E. S. (2020, 29 junio). *Dioses celtas: nombres y significados*. unprofesor.com. <https://www.unprofesor.com/ciencias-sociales/dioses-celtas-nombres-y-significados-4266.html>

Ajo, P. (2020, 31 marzo). *Clasificación tipográfica (II): Tipografías Clásicas*. Agencia WAKA. <https://www.somoswaka.com/blog/2017/11/tipografias-clasicas/>

Alcalde, S. (2018, 23 abril). *Historia National Geographic*. historia.nationalgeographic.com.es. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/cang-jie-creador-escritura-china_12604/2

Arzabal, M. (2018, 14 marzo). *Cultura celta: ¿quiénes eran los celtas?* VIX. <https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/7877/cultura-celta-quienes-eran-los-celtas>

BarcoVikingo.com - *Todo sobre los vikingos*. (2020, 14 marzo). Barco Vikingo. <https://barcovikingo.com>

Betancourt, C. (2020, 4 junio). *PRINCIPALES DIOSES CELTAS, NOMBRES, SIGNIFICADO Y MÁS*. Entre Mitos y Leyendas. <https://entremitosyleyendas.com/c-celtas/dioses-celtas/>

Carácter, T. C. (2019, 22 mayo). *Espaciado 2: Kerning*. TIPOS con CARÁCTER | blog sobre tipografía. <https://tiposconcaracter.es/espaciado-2-kerning/>

Catapodis, M. (2014). *Tipometría*. CAMPGRÁFIC.

Cultura vikinga, el legado de los gigantes del Norte. (2019, 8 enero). Culturas. <https://culturas.online/vikinga/>

D. (2020b, julio 23). *La tipografía en el diseño de locales*. Decofilia. <https://decofilia.com/tipografia-diseno-locales/>

Domínguez, C. M. D. L. P. (2021). *Vikingos historia de un pueblo guerrero* (1.a ed.). Actas.

Feelingstudio. (2019, 29 marzo). *Descubre qué transmite cada tipografía*. <https://feelingstudio.es/descubre-que-transmite-cada-tipografia/>

García, P. (2020, 6 agosto). *Diferencia entre fuente, tipografía y familia tipográfica*. Mibestseller.es. <https://mibestseller.es/escribir-un-libro/fuente-tipografia-familia-tipografica/>

Gaudium Press. (2012, 4 septiembre). *Los Monjes copistas: La Civilización Occidental pasó por sus manos*. Gaudium Press Español. <https://es.gaudiumpress.org/content/39933-los-monjes-copistas-la-civilizacion-occidental-paso-por-sus-manos/>

Hyndman, S. (2016). *Why Fonts Matter*. Gingko Press.

Kane, J. (2012). *Manual de tipografía* (2.a ed.). Editorial Gustavo Gili.

Libro, M. T. (2019, 30 septiembre). *Letra capital o capitular y su función en los libros*. Maqueta tu libro. <https://maquetatulibro.com/letra-capital-o-capitular-y-su-funcion-en-los-libros/>

Llasera, J. P. (2021, 15 junio). *Tipografías: Qué son, los diferentes tipos y sus variables tipográficas*. Imborrable. <https://imborrable.com/blog/tipografias-que-son/>

López, J. (2016, 3 junio). "Design a Digital Font from A to Z" – Online course by Juanjo López | Domestika. <https://www.domestika.org/en/courses/121-design-a-digital-font-from-a-to-z/course>

M. (2018, 27 agosto). *Características de las familias tipográficas de escritura*. La Prestampa. <https://laprestampa.com/tipografia/clasificacion-tipografica/tipografia-de-escritura/>

M. (2020, 30 septiembre). *Civilizaciones antiguas del mundo*. MundoAntiguo. <https://mundoantiguo.net/civilizaciones-antiguas-del-mundo/>

Olachea, O. (2013, 14 octubre). *La tipografía en el diseño de interiores*. Paredro.Com. <https://www.paredro.com/la-tipografia-en-el-diseño-de-interiores/>

Padilla, I. (2019, 18 noviembre). *Historia de la caligrafía y los monjes copistas*. Taller de Caligrafía - Isabel Padilla. <https://tallerdecaligrafia.com/historia-de-la-caligrafia-y-los-monjes-copistas/>

Pepe, E. (2015, 22 mayo). *Glosario de términos tipográficos*. WordPress.com. <https://tiposformales.com/2010/08/30/glosario-de-terminos-tipograficos/>

Pigna, F. (2018, 6 febrero). *¿Qué fueron las cruzadas? El Historiador*. <https://www.elhistoriador.com.ar/que-fueron-las-cruzadas/>

Price, N. (2021). *Vikingos : la historia definitiva de los pueblos del norte* (1.a ed.). Ático de los libros.

R. (2018c, mayo 29). *ESCRITURA CHINA » Conoce su origen, evolución y características*. Cultura. https://www.cultura10.org/china/escritura/#origen_de_la_escritura_china

R. (2021, 27 febrero). *DIOSES CELTAS » Lista De Las Principales Deidades Celtas*. Mitología. <https://www.mitologia.info/celta/dioses/>

Rey, R. (2020, 27 noviembre). *Conceptos Tipográficos: Tipo, fuente y familia tipográfica*. Reydefine. <https://reydefine.com/conceptos-tipograficos/>

Samara, T. (2021). *Las formas de las letras*. ANAYA MULTIMEDIA

Sánchez, C. D. (2018). *Breve historia de la mitología nórdica* (3.a ed.). Ediciones Nowtilus.

Sánchez, E. (2018, 25 octubre). *Escritura china: Origen, características y curiosidades*. Cultura China. <https://cultura-china.com/escritura-china-origen-caracteristicas-y-curiosidades/>

Santana, A. (2015, 7 abril). *Las tipografías más utilizadas por los diseñadores y su historia V*. Xombit. <https://xombit.com/2013/04/las-tipografias-mas-utilizadas-5>

Simbolos Celtas. Descubré su misterio en Simbolosceltas.top. (2020, 18 diciembre). Símbolos Celtas. <https://simbolosceltas.top/>

T. (2019, 25 febrero). *Cultura celta: historia y símbolos*. SobreHistoria.com. <https://sobrehistoria.com/cultura-celta-simbolos/>

Velasco, M. (2019). *Breve historia de los celtas*. Ediciones Nowtilus.

Wake up & smell the fonts | Sarah Hyndman | TEDxBedford. (2014, 24 diciembre). [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=OXc-VZ4Vwbo>

BIBLIOGRAFÍA DE IMÁGENES

Escritura cuneiforme

Mariscal C., J. (2020, 9 septiembre). *El asombroso sistema de escritura cuneiforme*. ¡No sabes nada! <https://www.nosabesnada.com/historia/el-asombroso-sistema-de-escritura-cuneiforme/>

Escritura jeroglífica

Plácido, O. (2016, 14 diciembre). *La escritura jeroglífica: tesoro de la cultura egipcia*. Astelus. <https://astelus.com/la-escritura-de-egipto/escritura-egipcia/>

Piedra Rosetta

Historia National Geographic. (2017, 30 enero). *Historia National Geographic*. [historia.nationalgeographic.com.es](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/asi-fue-descubrimiento-piedra-rosetta_7462). https://historia.nationalgeographic.com.es/a/asi-fue-descubrimiento-piedra-rosetta_7462

Alfabeto griego

Colaboradores de Wikipedia. (2021, 9 agosto). *Alfabeto griego*. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Alfabeto_griego

Escritura carolingia

Melany Marin - Caligrafía. (2010). <http://melany-marin.github.io/portafolio-melanymarin/caligrafia.html>

Escritura gótica o *blackletter*

Comunicacional, M. E. D. (2016, 1 abril). *La gótica de fractura y el na-*

cionalismo. <https://maestriadicom.org/articulos/la-gotica-de-fractura-y-el-nacionalismo/>

Johannes Gutemberg

Colaboradores de Wikipedia. (2021a, agosto 1). *Johannes Gutemberg*. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Johannes_Gutemberg

Réplica de la imprenta de Gutemberg

Un vistazo a la historia del diseño gráfico. (2021, 26 marzo). La Post-A Studio. <https://www.lapost-a.com/post/un-vistazo-a-la-historia-del-dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico>

Tipografía Ruman du Roi

Robinson, J. (2020, 11 agosto). Understanding typography: John Baskerville and the King's Roman. Medium. <https://uxdesign.cc/understanding-typography-john-baskerville-and-the-kings-roman-fb152e3129be>

Pie de imprenta Elzevir

Bocero, R. M. (2016, 16 febrero). *Los Elzevir: importante familia de impresores holandeses*. Academia online oposiciones auxiliar de biblioteca. Cursos catalogación Marc 21. <http://www.biblioposiciones.com/los-elzevir-importante-familia-de-impresores-holandeses.html>

Tipografía Baskerville

Tipos con Carácter • Blog sobre teoría de la tipografía. (2019, 19 mayo). TIPOS con CARÁCTER | blog sobre tipografía. <https://tipos-concaracter.es/>

Tipografía Didot

J. (2014, 28 octubre). *Didot* -. SMITH. <https://jacobsmithdesign.wordpress.com/tag/didot/>

Primera tipografía de palo seco

B. (2015, 2 marzo). Two Lines English Egyptian Digital Revival. Behance. <https://www.behance.net/gallery/14802153/Two-Lines-English-Egyptian-Digital-Revival>

Anuncio de Coca Cola de los años 60

Blog Social Media & SEO. (2021, 3 julio). *Coca-Cola: La Historia de la Publicidad de Coca Cola - Blog Social Media & SEO*. <https://www.manuduque.com/publicidad/la-historia-de-la-publicidad-coca-cola/#la-historia-de-la-publicidad-de-coca-cola>

Anuncio de Danone de los años 60

F., C., F., C., & Perfil, V. T. M. (2014, 12 marzo). *Anuncios históricos - Alimentación (1)*. Mi periódico diario. <https://miperiodicodiario.blogspot.com/2014/03/anuncios-historicos-alimentacion-1.html>

Tipografías Univers y Helvetica

Tipos con Carácter • *Blog sobre teoría de la tipografía*. (2019, 19 mayo). TIPOS con CARÁCTER | blog sobre tipografía. <https://tipos-concaracter.es/>

Figuras del experimento Kiki y Bouba

A. (2017, 2 marzo). *¿El nombre de una persona influye en su rostro y personalidad?*. <https://www.infobae.com/tendencias/2017/03/01/el-nombre-de-una-persona-influye-en-su-rostro-y-personalidad/>

Logotipo de Vogue

A. (2021, 17 julio). *Logo de Vogue: la historia y el significado del logotipo, la marca y el símbolo*. | png, vector. 1000marcas. <https://1000marcas.net/vogue-logo/>

Logotipo de Gillette

Yeste, J. (2020, 23 diciembre). *Así ha sido la evolución del logo de Gillette desde 1901*. Gràffica. <https://graffica.info/evolucion-logo-gillette/>

Logotipo de FedEx

A. (2020, 28 abril). *Logo de FedEx: la historia y el significado del logotipo, la marca y el símbolo*. | png, vector. 1000marcas. <https://1000marcas.net/fedex-logo/>

Logotipo de Cadbury

Kellermeyer, S. (2019, 20 mayo). *How 3 Major Brands Use Purple*. <http://sierrakellermeyer.com/blog/how-3-major-brands-use-purple>

Logotipo de Disney

Colaboradores de Wikipedia. (2021, 23 julio). *Walt Disney Pictures*. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Walt_Disney_Pictures

Tubo de vidrio de neón

NEON - *Definición y sinónimos de neon en el diccionario inglés*. (s. f.). Educalingo. <https://educalingo.com/es/dic-en/neon>

Morris W. Travers y William Ramsay

Birdsong, T. (s. f.). *History*. Flickr. <https://www.flickr.com/photos/tonibirdsong/galleries/72157625780314586/>

Georges Claude con una lámpara de neón

V. (2018, 8 marzo). *Neon lights history and its use in advertising design, architecture and conceptual art*. <https://angelsferrerballester.wordpress.com/2018/02/14/neon-lights-history-and-its-use-in-advertising-design-architecture-and-conceptual-art/>

Logo de la empresa de Claude Neon

Claude Neon. (s.f.). G&B Signs & Services NSW. <https://gandb.com.au/carousel-image/roads-maritime-services/claude-neon-logo/>

Réplica del primer letrero de neón

Kushins, J. (2013, 8 octubre). *9 Fascinating Objects That Illustrate the History Of Los Angeles*. Gizmodo. <https://gizmodo.com/9-fascinating-objects-that-illustrate-the-history-of-lo-1442130405>

Times Square en 1954, Nueva York, Estados Unidos

V. (2018, 8 marzo). *Neon lights history and its use in advertising design, architecture and conceptual art*. Angelsferrerballester. <https://angelsferrerballester.wordpress.com/2018/02/14/neon-lights-history-and-its-use-in-advertising-design-architecture-and-conceptual-art/>

Rótulo de Domino Sugars Company, Maryland, Estados Unidos

V. (2018, 8 marzo). *Neon lights history and its use in advertising design, architecture and conceptual art*. Angelsferrerballester. <https://angelsferrerballester.wordpress.com/2018/02/14/neon-lights-history-and-its-use-in-advertising-design-architecture-and-conceptual-art/>

Terminal del aeropuerto O'Hare International Chicago Airport, en Chicago

<https://abbeylink.wordpress.com/2017/08/10/colourful-underground-walkway-in-chicago-ohare-airport/>

Ciudad de Las Vegas, Estados Unidos

Taibo, M. (s.f.). *Estos son los mejores destinos para desconectar con tus amigas*. <https://www.cosmopolitan.com/es/consejos-planetas/planes-ocio/g23563520/escapadas-destinos-amigas/>

Logo Coca-Cola

Long, T. (2021). *Product Ads*. Graphic Design. <http://tlonggraphic-design.blogspot.com/2012/>

Logo Lindt

Lindt logo and symbol, meaning, history, PNG. (s. f.). 1000logos. <https://1000logos.net/lindt-logo/>

Cubierta del libro Bajo la misma estrella

Mellark, S. (2021a, marzo 25). *Book Tag #20: Evermore*. Infinite Books. <http://infinitebooks.blogspot.com/2021/03/>

Cartel de Dirty Dancing

Ceballos, N. (2014, 22 diciembre). *Las 100 películas adolescentes básicas*. GQ España. <https://www.revistagq.com/noticias/cultura/galerias/las-mejores-peliculas-adolescentes/9631>

Productos de papelería de Mr. Wonderful

telva.com, Unidad Editorial Internet, S.L. (s. f.). *Productos Mr. Wonderful*. TELVA. <https://www.telva.com/especiales/navidad/2017/concurso-mr-wonderful.html>

Letras en 3D con tipografía script

Nombres de madera baratos para bebés, niñas y niños. (s. f.). Castor. <https://www.castor.es/nombres-madera.html>

Mural con tipografía script

https://www.teahub.io/viewwp/ibbJToR_pared-decorada-con-coronas/

Pared decorada con letrero de neón

15 Ideas chic para decorar tu cuarto con irresistibles toques neón. (s. f.). Es la Moda. <https://eslamoda.com/15-ideas-chic-para-decorar-tu-cuarto-con-irresistibles-toques-neon>

Letrero luminoso de Hard Rock Cafe

Hard Rock Wallpapers on WallpaperBat. (s. f.). WallpaperBat. <https://wallpaperbat.com/hard-rock-wallpapers>

Letrero luminoso de Pinkberry

Papelería Comercial. (s. f.). artegrafico. <https://artegrafico3.wixsite.com/artegrafico/impresos>

Tipografía vintage de una cafetería

D. (2020c, julio 23). *La tipografía en el diseño de locales.* Decofilia. <https://decofilia.com/tipografia-diseno-locales/>

Tipografía minimalista de una cafetería

D. (2020c, julio 23). *La tipografía en el diseño de locales.* Decofilia. <https://decofilia.com/tipografia-diseno-locales/>

Letras corpóreas de un local de McDonald's

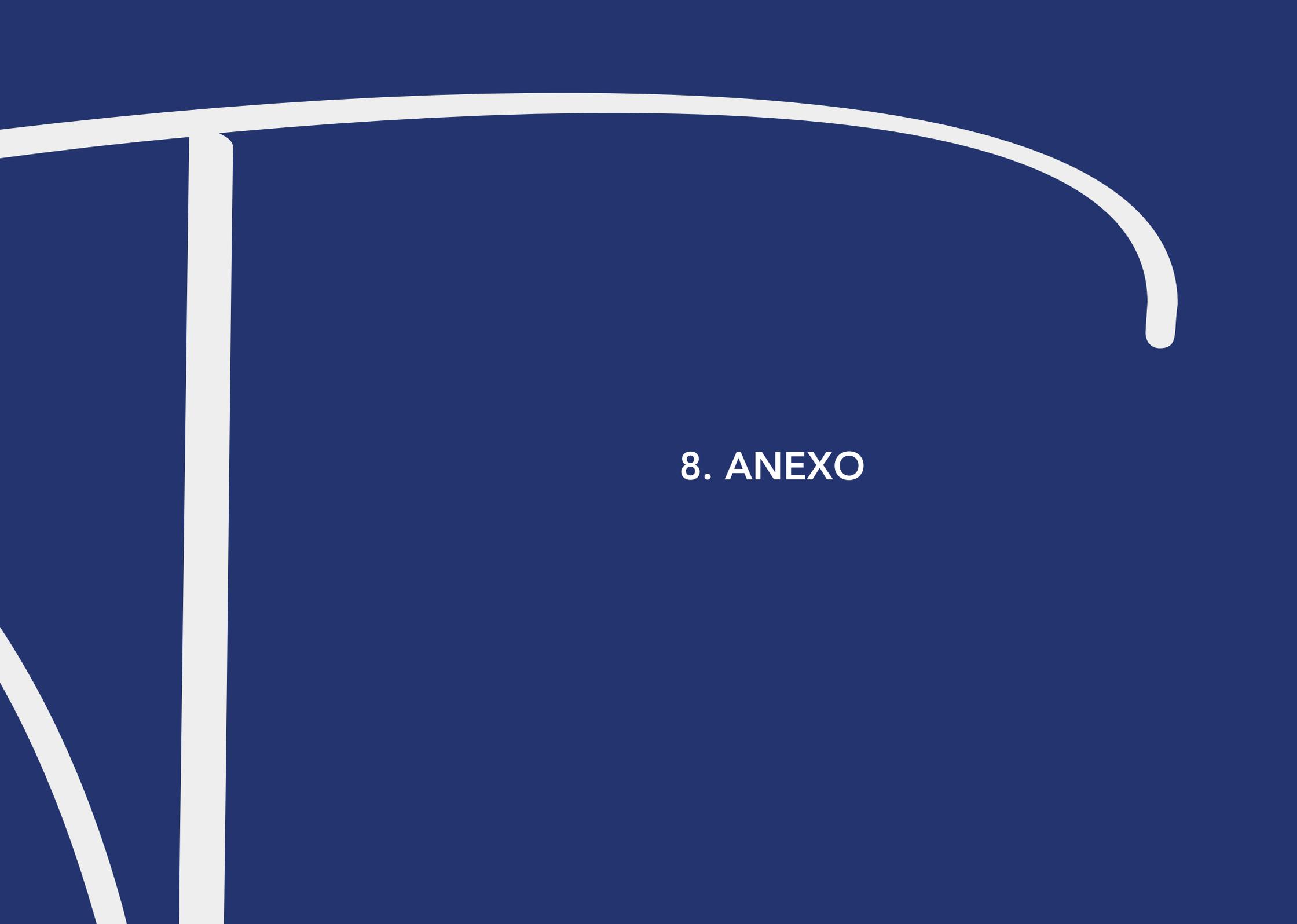
Restaurantes McDonald's A Coruña y Ferrol. (2020, 13 junio). *Restaurantes McDonald's Coruña en Agrela y Centro Comercial Mariñeda City, McDonald's Perillo en Oleiros y McDonald's Ferrol/Narón en A Gándara.* <https://www.mcdonaldscoruna.com/>

Edificio Carrión en Madrid

M. (2018a, junio 9). *Blog.* Bobet Canarias. <https://bobetcanarias.com/importancia-de-las-letras-corporeas/>

Tipografía script en un menú de cafetería

A. (2017a, febrero 27). *Renforcez la communication visuelle avec des ardoises.* García de Pou's Blog. <https://www.garciadepou.com/blog/fr/communication-visuelle-ardoises/>

The background is a solid dark blue. On the left side, there are several thick white lines: a vertical line, a curved line starting from the top left and going down, and another curved line starting from the top left and going across the top towards the right. The text '8. ANEXO' is centered in the right half of the page.

8. ANEXO

GLOSARIO

ALFABETO

Conjunto de letras de un idioma ordenados conforme a las reglas de ese idioma o escritura. Un alfabeto no incluye ni las cifras ni los signos ortográficos de esa escritura ni las letras que tengan aplicados signos diacríticos.

En el caso de la N y la Ñ en el alfabeto español, el signo diacrítico se aplica para indicar otro fonema distinto. En este tipo de ocasiones sí se incluyen ambas letras dentro del alfabeto.

ALIFATO

Conjunto de caracteres de una escritura basada en la escritura árabe. La imagen muestra algunos caracteres del alifato árabe.

ALTURA DE LA X

Aquella parte de las letras en caja baja que coincide en altura con la parte superior de la letra x. A veces se llama también "altura de la m" ya que tienen un valor equivalente.

ASCENDENTE

Aquella parte de las letras en caja baja (minúsculas) que va por encima de la llamada 'altura de la x. Es decir, cualquier parte de una minúscula que supera las letras 'x' o 'm'.

En el alfabeto latino sólo tienen astas ascendentes las letras b, d, f, h, k, l, t.

ASTA

Todos los rasgos verticales que poseen los caracteres. También se llaman fustes o montantes.

BARRA

Barra horizontal que une dos trazos laterales de un carácter. También se llama perfil o filete.

CAJA ALTA

Hace referencia a las letras mayúsculas. "Escribir en mayúsculas" es lo mismo que decir "Escribir en caja alta".

CAJA BAJA

Hace referencia a las letras minúsculas. "Escribir en minúsculas" es lo mismo que decir "Escribir en caja baja".

CAPITULAR

Un carácter especialmente grande colocado al comienzo de un párrafo. En este tipo de letra no suelen aplicarse signos de puntuación. Su nombre deriva de que el párrafo que las lleva suele ser un inicio de capítulo.

CARÁCTER

Cada una de las unidades conceptuales mínimas de la escritura de un idioma en un sistema de escritura de manera que lo escrito no se puede descomponer en unidades menores. Caracteres son las letras, cifras y signos de puntuación.

En el contexto de la lingüística, los caracteres se suelen denominar también grafemas.

CÍCERO

Unidad de medida tipográfica. Actualmente con la llegada de la composición digital, el cícero ha sido sustituido por la pica. Un cícero mide 4,51 mm y se divide en 12 puntos Didot.

El cícero fue desarrollado por François-Ambroise Didot en la Francia en el siglo XVIII.

CUADRATÍN

Símbolo impreso con forma de cuadrado con el mismo ancho y alto que el cuerpo. Un cuadratín de 10 significa que tiene 10 puntos de lado. El cuadratín y sus derivados (medio cuadratín o cuarto de cuadratín) también se utilizó como medida de separación de elementos tipográficos.

CUERPO

El tamaño de un carácter. Se mide en puntos (de pica o didot). El cuerpo incluye el espacio que el carácter ocupa y las zonas reservadas a su alrededor.

DESCENDENTE

Aquella parte de las letras en caja baja (minúsculas) que va por debajo de la llamada altura de la x. Es decir, cualquier parte de una minúscula que sale por debajo de las letras 'x' o 'm'.

En el alfabeto latino sólo tienen astas descendentes las letras q, y, p, g, j.

DIACRÍTICO

Marcas que se le añade a las letras para cambiar su pronunciación. Por ejemplo, la marca de la Ñ, las diéresis, las tildes y la Ç.

ESPACIO M

Unidad de medida tipográfica. Espacio en blanco equivalente a un cuadratín (anchura de la letra M). Al igual que en la altura, la letra M es la que se usa como referente frente a todas las demás.

FAMILIA

La familia es un conjunto de fuentes con algunas variaciones, pero manteniendo una serie de características comunes. Un ejemplo de Familia tipográfica podría ser Helvetica y sus variantes: Helvetica Ligera , Helvetica Oblicua, Helvetica Negrita...

FUENTE

La fuente tipográfica es el aspecto de un grupo de caracteres que tiene una serie de rasgos en común. Helvetica es una fuente tipográfica, al igual que Arial, Helvetica, Times New Roman o Baskerville.

GLIFO

Representación gráfica de un carácter. No se debe confundir con un carácter ya que, por ejemplo "a" y "A" son distintos glifos para un mismo carácter.

INTERLETRAJE

Espacio general entre las letras de las palabras.

INTERLINEADO

Espacio general entre las líneas de un texto.

KERNING

El hecho de ajustar el espacio entre pares de letras de las palabras. Un buen espaciado es fundamental para una buena legibilidad y equilibrio visual.

Un par de *kerning* es una combinación de caracteres cuyo espaciado ha sido modificado para dotar a la fuente de buena calidad tipográfica.

LIGADURA

Caracteres formados por la unión de dos o más caracteres, creados por una función generalmente estética. En cuestión del alfabeto del que se hable y el aspecto de los caracteres que lo forman, pueden existir más o menos ligaduras.

LÍNEA BASE

Se trata de una línea horizontal imaginaria en la que se apoyan los caracteres tipográficos. Dependiendo de la forma de la letra, en algunas ocasiones el carácter (suelen ser aquellos caracteres de forma redondeada) puede sobresalir un poco de esta línea.

MONOGRAMA

Símbolo que se forma uniendo dos o más caracteres. Algunas marcas usan de imagen la fusión de varias letras: Yves Saint Laurent.

OPENTYPE

Formato vectorial de fuentes tipográficas posterior y basado en TrueType. Es compatible con un ordenador Apple (Macintosh) y con un PC (Windows). El formato *Opentype* puede incluir hasta 65.536 caracteres y los distribuye en diferentes alfabetos y conjuntos tipográficos (como ligaduras o fracciones, por ejemplo).

PALO SECO

Se nombra “fuente de palo seco” a cualquier tipografía que carece de serifas. Este tipo de fuentes también son conocidas como *sans serif*. Fuentes de palo seco son Helvetica o Univers.

PICA

Medida de distancia tipográfica anglosajona. La medida tipográfica en la Europa continental es el cícero.

Con la llegada de los archivos *PostScript* nació una nueva pica con una nueva medida. Esta se introdujo para facilitar el trabajo de los primeros archivos *PostScript*.

PUNTO (MEDIDA TIPOGRÁFICA)

Existen dos tipos de punto como medida tipográfica: el punto de pica y el punto Didot. Siempre es necesario especificar qué tipo de punto se está usando como medida tipográfica.

El punto de pica es cada una de las doce partes en las que se divide una pica. Un punto de pica mide 0.350 mm. El punto Didot corresponde a un doceavo de un cícero. Un punto Didot mide 0,376 mm.

SERIFA

Son pequeños remates que adornan los finales de los caracteres de algunas fuentes tipográficas. Se puede llamar serifa, remate o *serif*. Las fuentes Baskerville o Times New Roman son fuentes con serifa.

TIPOGRAFÍA

Se podría definir como “el arte de diseñar las letras”, pero también se denomina tipografía a una fuente tipográfica.

TIPÓMETRO

Regla usada en las artes gráficas para medir tipos, fuentes, interlíneas y otras proporciones relacionadas con el campo de la tipografía.

TRUETYPE

Formato de tipografía formado a finales de los 80, exclusivamente para ordenadores Apple. Fue creado para competir con el *Type1* de Adobe.

TRACKING

El hecho de ajustar el espacio entre las letras y o las palabras. Un buen *tracking* favorece la legibilidad de un texto y equilibrio visual.

VERSALITA

Tipografía con caracteres de caja alta, pero con la altura de caja baja (o altura de x).

PRÁCTICA CON ILLUSTRATOR

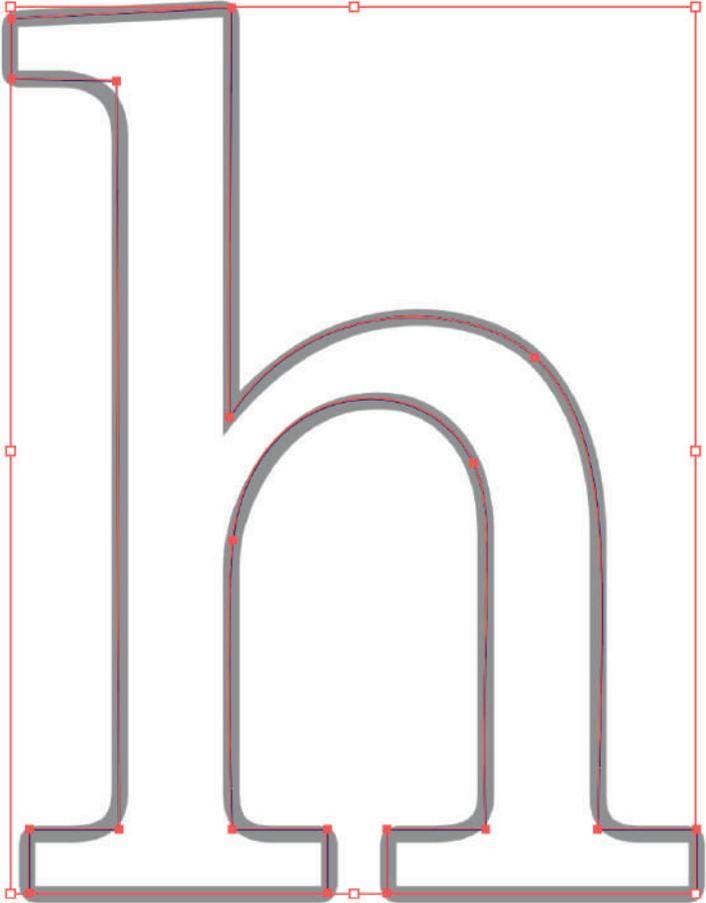
Antes de empezar el proceso de digitalización de las letras de Dylunio, se realizaron una serie de prácticas con las herramientas de Adobe Illustrator. Tanto el pincel como la pluma fueron las herramientas imprescindibles con las que practicar y después proceder con el desarrollo del TFG.

Ya que el trabajo está centrado en la tipografía, este proceso de prácticas se comenzó tratando de realizar las siluetas de algunas letras usando la menor cantidad de nodos posibles siempre que se consiguiera un buen resultado.

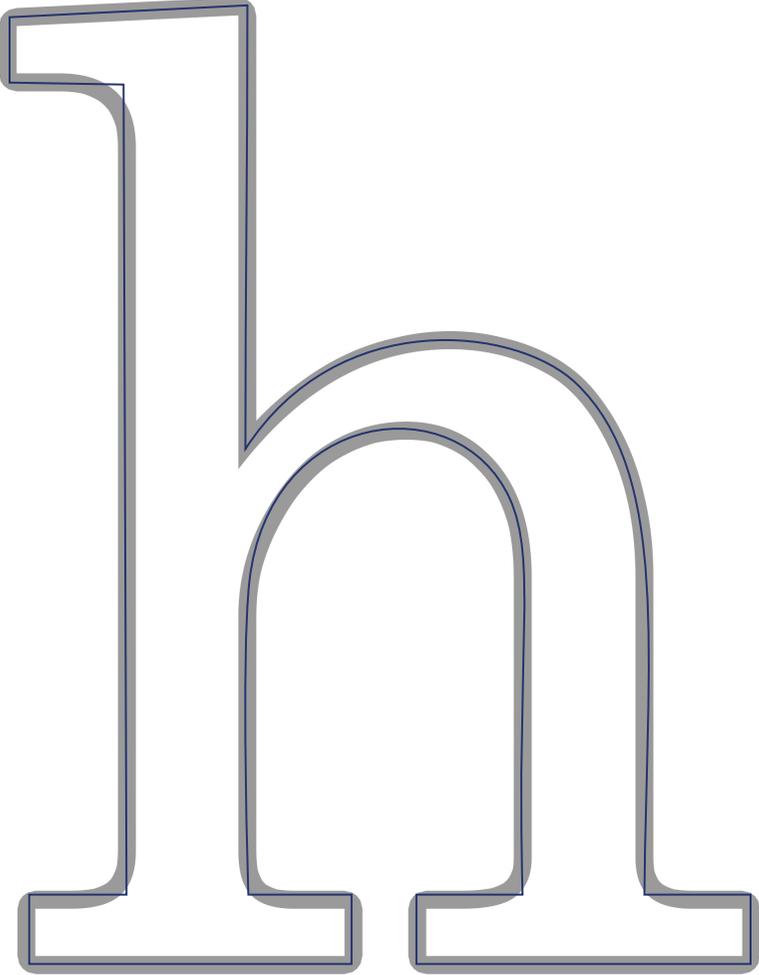
Tras practicar con varias de ellas, se empezaron a siluetear palabras escritas en una tipografía *script* (o manuscrita), con un poco más de dificultad, para cerciorarse de que se lleva a cabo una progresión.

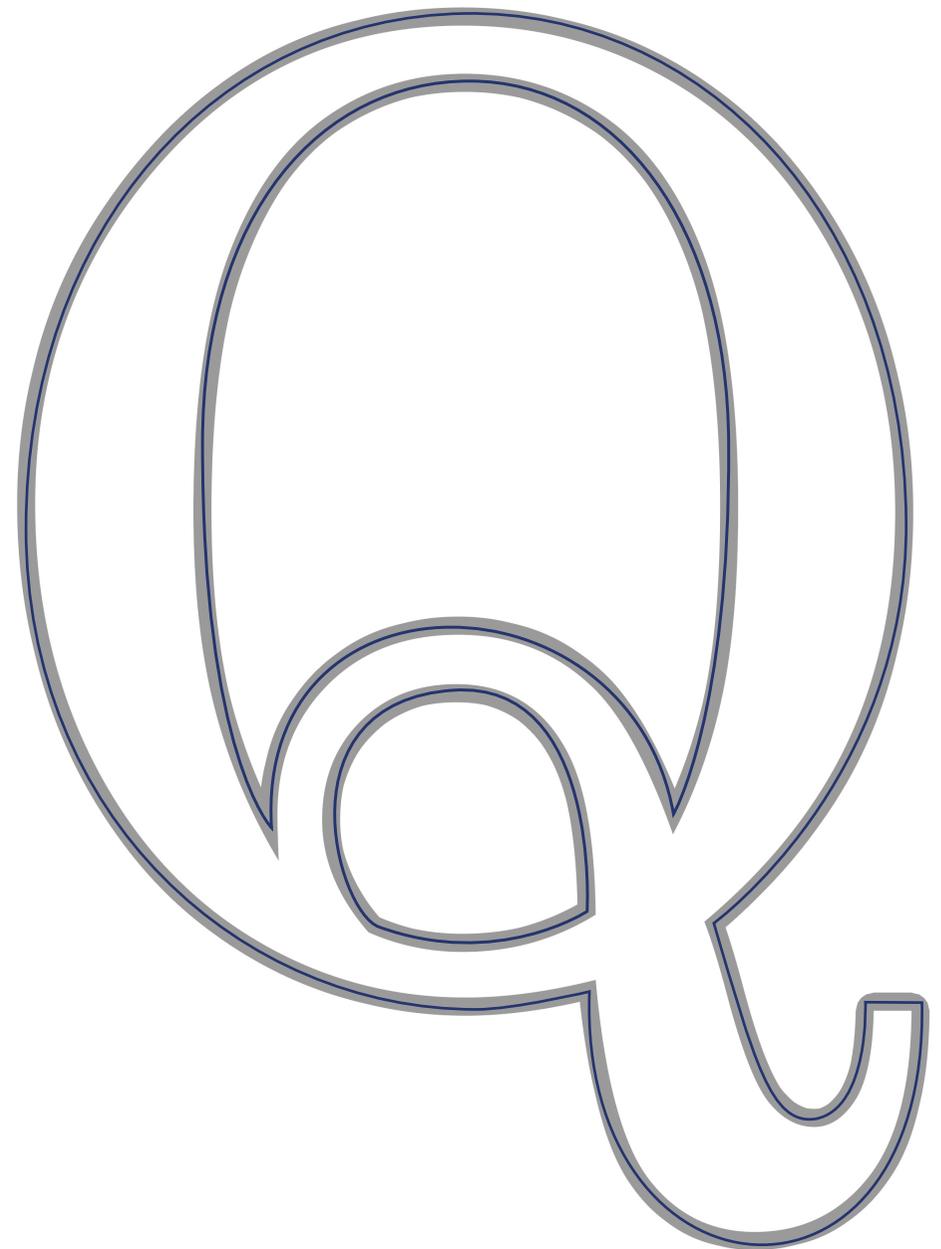
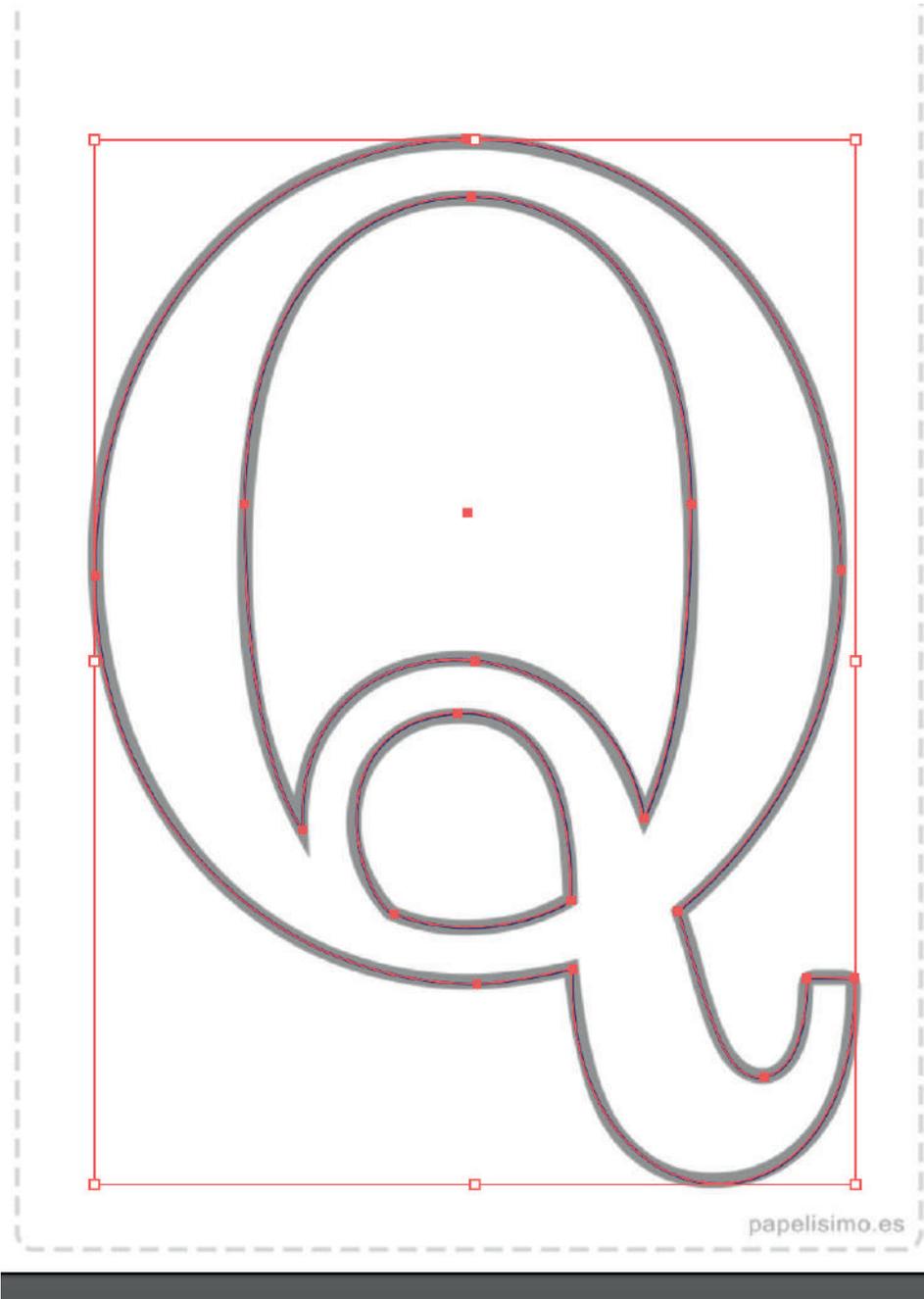
En algunos casos se practicó el uso de la pluma con siluetas diferentes, es decir, que no guardan relación con el tema del trabajo. A pesar de ello, sirvieron de igual manera para alcanzar el propósito deseado.

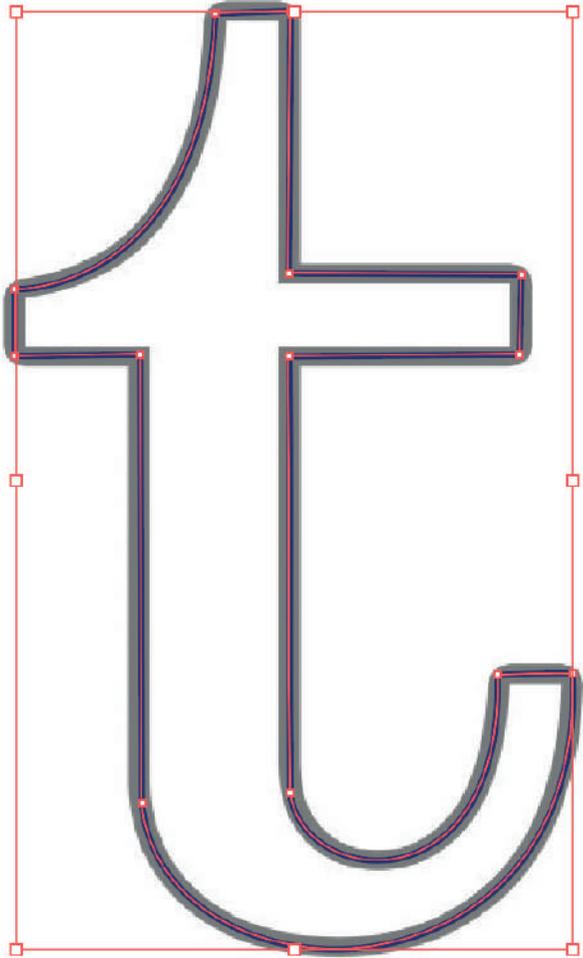
En la imágenes que se muestran a continuación se puede apreciar todo el proceso, desde las letras más sencillas hasta figuras y siluetas más elaboradas.



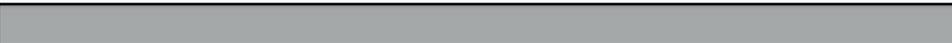
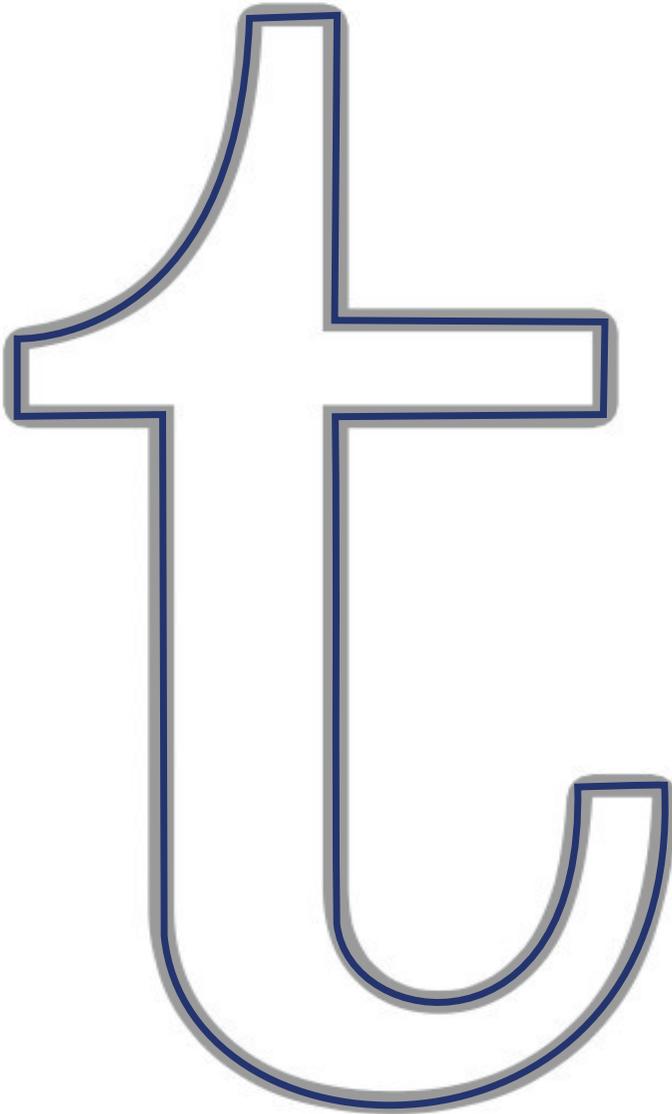
178

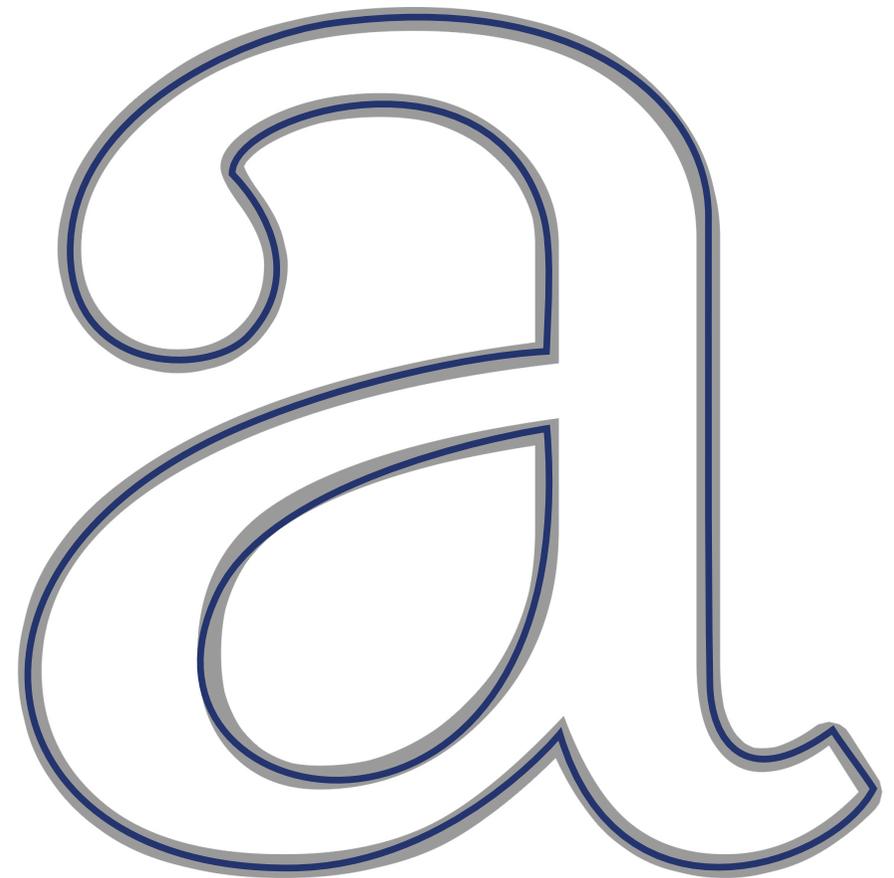
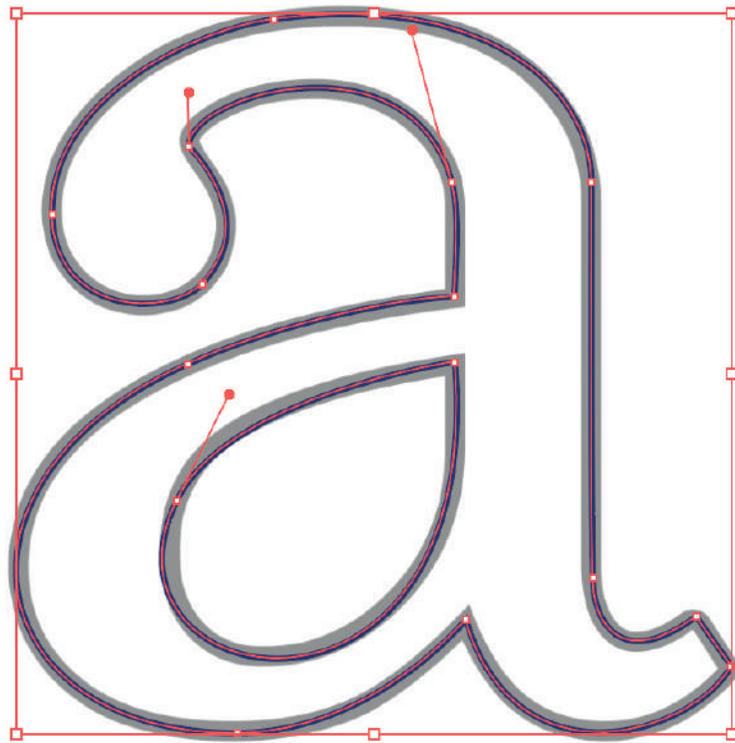


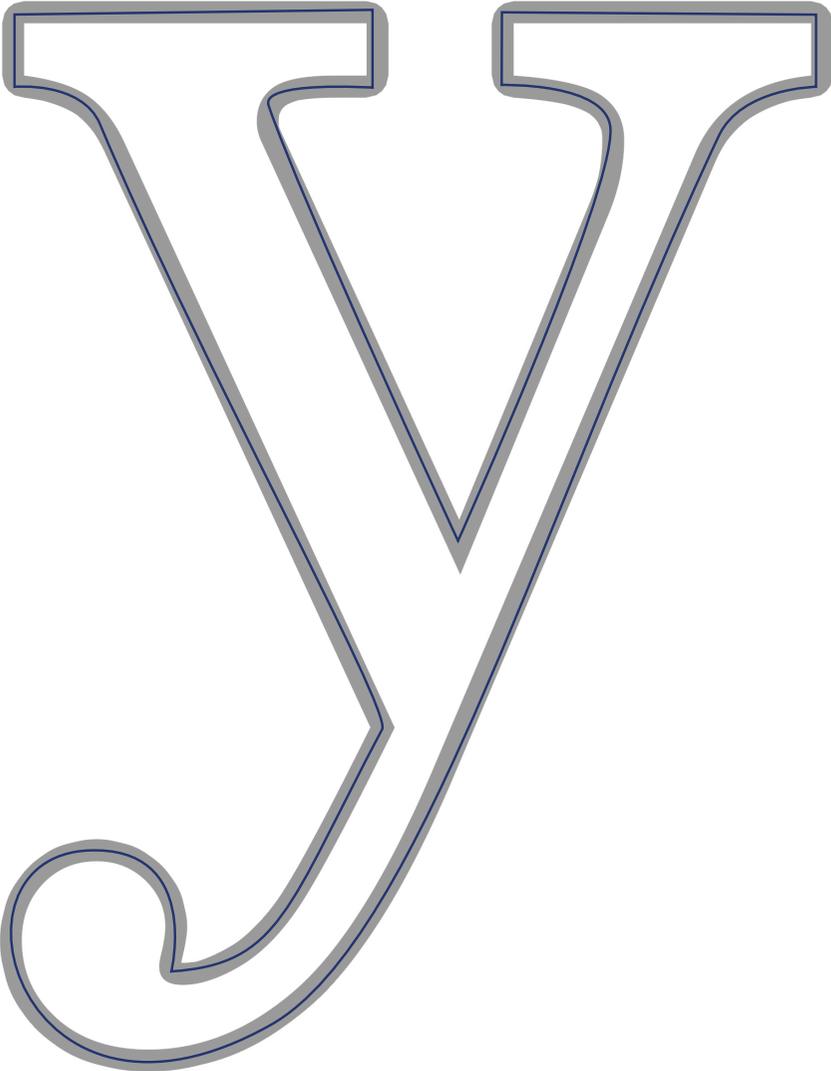
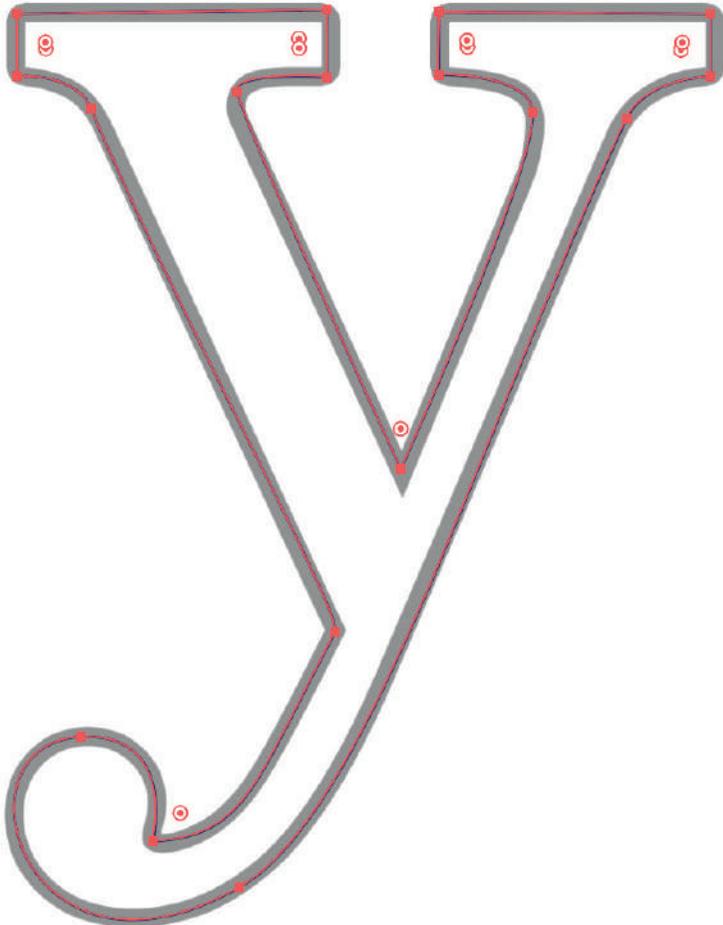




180









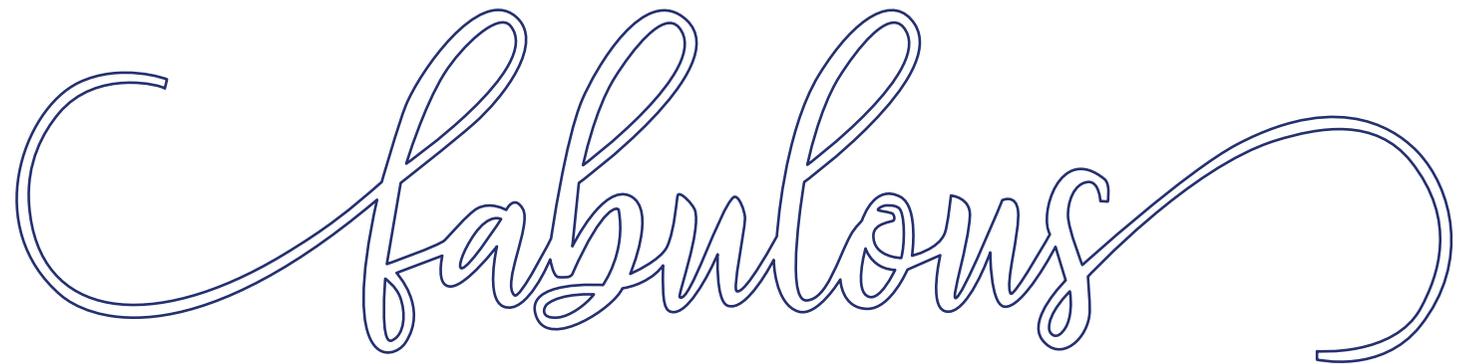
Magehand



Barcelona



Modern calligraphy typeface





HAND LETTERED EFFECT



AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quisiera dar las gracias a todos los **profesores** que he tenido durante estos años, al tribunal, y por supuesto a mi tutor de TFG, que me ha ayudado a mantener el trabajo encauzado en todo momento.

A **Matthias Beck**, mi tutor de prácticas, que en el poco tiempo que pudimos trabajar juntos, me ayudó prestándome su ayuda y sus consejos, además de abrirme las puertas a su taller de impresión a mano “Tipos en su tinta”.

A todos mis **amigos y compañeros**, tanto los que he conocido en esta etapa de mi vida como a los que me han acompañado fuera de la universidad y que han estado a mi lado desde los tres años.

En especial a mi **mejor amiga** Inés, mi contacto de emergencia en tiempos de pandemia y la persona que llena de luz, alegría y risas mi vida.

Y como no, a toda mi **familia**.

Mis **abuelos**, que me han transmitido calma y tranquilidad cuando lo he necesitado.

A esas personas tan especiales que se han convertido en parte de mi **familia** en cuestión de unos pocos años.

Mi **hermana**, que a pesar de nuestras discusiones, en los momentos en los que no sabía como continuar ha estado ahí.

A mi **primo** Darío, que no ha parado de animarme día tras día, aportando personalidad a todas las letras que conforman este trabajo y que sé que siempre estará cuando lo necesite.

Sobre todo a mi **madre**, mi gran apoyo incondicional, que no ha dudado en darme toda la fuerza que he necesitado y cuando no encontraba el camino, ha estado ahí para enderezar mi locura.

Y finalmente a mi **padre**, que esté dónde esté, espero que esté orgulloso de mí y de la persona en la que me he convertido.

