



GUÍA DE APRENDIZAJE

Nombre:.....

Objetivos de aprendizajes

OA1 : Identificar oportunidades o necesidades personales, grupales o locales que impliquen la creación de un servicio, utilizando recursos digitales u otros medios

Objetivo de la guía: definir la tipografía en el diseño de un producto para crear servicio

Definición de marca frente a la creación de productos para la conformación de servicios.

Primer recurso: la **tipografía** hoy es considerada un elemento tan importante como las imágenes mismas. Su preponderancia es tal que un cambio en el tipo de fuente podría significar dar otro contexto y personalidad al mensaje que queremos presentar, sea cual sea el medio. Por tanto, la exigencia de encontrar el tipo de letra que mejor nos represente es esencial, especialmente en un mundo donde las señales y las primeras impresiones lo son todo. El éxito de las tipografías de las marcas y medios más importantes del mundo, confirman su relevancia. ¿Qué haríamos sin las letras?



Los diseñadores gráficos no solamente se concentran en los colores, las texturas, la composición y un sinfín de elementos para crear un impacto en el receptor del mensaje, sino también en el tipo de letra que emplearán porque entienden que sin ellas, la propuesta gráfica quedaría incompleta. Todos los más grandes ejemplos de tipografía en logotipos y materiales impresos han brillado por combinar el aspecto visual con la armonía de una tipografía clara, identificable, universal e iconográfica. Un claro ejemplo de esto es **Facebook**, cuyo logotipo tipográfico ha apoyado el posicionamiento de la marca a tal grado que la mayor parte del mundo reconoce a esta red social con sólo ver la “f”. Otro claro ejemplo es **SONY**, que con una tipografía muy seria pero a la vez dinámica, nos da ese énfasis en la confianza y versatilidad de sus productos.



Definición de tipografía

Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje, pidiéndose ver también como el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión. La tipografía también se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas (que las hay muchas, desde Helvética, Calibri, Franklin Gothic, Arial, Georgia, Gill Sans, Impact, etcétera) que son finalmente las protagonistas principales del mundo gráfico, al ser los intermediarios entre los mensajes pensados por el emisor o la marca, y las ideas del diseñador. Una fuente tipográfica reviste de una alta preponderancia para nuestro tema, al ser la que define el estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes (lo que se conoce como familia tipográfica o conjunto de tipos basado en una misma fuente aunque con algunas variaciones como por ejemplo: Arial y sus presentaciones Arial Narrow, Rounded, Unicode, Black, etcétera).

Arial Regular

Arial Bold

Arial Italic

Arial Bold Italic

Arial Narrow Regular

Arial Narrow Bold

Arial Narrow Italic

Arial Narrow Bold Italic

Arial Black Regular

Arial Black Italic

Por tanto, la **tipografía** es una herramienta de comunicación que vista desde la perspectiva del diseño gráfico, es un poderoso transmisor de información e ideas. Más aún, está probado que la forma visual y el estilo de cada letra en las diferentes familias tipográficas provoca diferentes impresiones que pueden ser usadas para capturar el tono de voz del autor o del cliente. Y esta es una de sus más grandes cualidades, es decir, que la tipografía por sí misma puede persuadir y reforzar ideas presentadas con palabras. Por ejemplo, la sensación lúdica e infantil que provocan las fuentes Comic Sans, la legibilidad y calma de la serie Verdana y Tahoma, la elegancia de Book Antigua, la universalidad de Times y Arial, o la sofisticada Futura y Univers.

Características de la tipografía

El arte de la **tipografía** empieza con el juicio del diseñador, y en recopilar la información necesaria para tomar decisiones y abrir la puerta a las ideas. Encontrar la fuente ideal no siempre es un proceso sencillo, pero la perfección y la funcionalidad exigen casi siempre laboriosas búsquedas, pruebas, contrapruebas, etcétera. No importa si es un logo, el texto de una revista, el titular de un folleto, los encabezados de una revista, las letras capitales de un libro. Siempre hay que buscar lo mejor, ya sea una fuente o toda una familia tipográfica (que puede ser usada en diferentes maneras, en diferentes contextos).



La importancia de la tipografía

La tipografía como elemento de diseño posee una dualidad funcional importante, ya que es en sí misma un medio de comunicación alfabético y también un elemento de comunicación gráfica. Por lo tanto, para utilizarla y trabajar correctamente se necesita conocer cada uno de los diferentes tipos de letras así como saber identificar sus características y en qué ocasión es correcto su uso. La utilidad es clara: en el diseño gráfico la parte que corresponde a la tipografía debe transmitir un mensaje claro y directo, y combinar con inteligencia la imagen y el texto. Esa es la principal importancia: que por sí sola sea capaz de ser más que un montón de letras formando un nombre.

Entonces, la correcta combinación de imagen y tipografía hará que cualquier comunicación impacte adecuadamente y logre el objetivo pensado. Es cierto que una imagen vale más que mil palabras, pero la imagen no transmite un mensaje de una manera tan clara como la palabra escrita. La conocida firma fotográfica Canon la ha llevado al máximo y basta ver el nombre de la marca para saber que su tipografía encierra suficiencia y modernidad. Lo mismo con Nintendo. Y su preciosa y personal tipografía. Otro caso notable es el de Samsung, el de Motorola y Nokia, Microsoft e IBM. La construcción de cada logo y la tipografía que da vida al nombre de la marca, llevan una personalidad definida que logra su cometido único: trascender.



Actividad

Retomando el ejercicio de diseño

- Ya seleccionamos una letra del abecedario
- La repetimos 20 veces en una hoja de croquera
- Elegimos un concepto con la letra seleccionada
- Argumentamos la selección
- AHORA ESCRIBE EN UNA HOJA DE BLOCK EL CONCEPTO EN EL MEDIO DE TU HOJA
- Y COMENZAMOS A JUNTAR LA LETRA SELECCIONADA IMPRESAS DE REVISTAS RECORTADAS Y DE DISTINTOS TAMAÑOS COLORES Y FORMAS.

