

newsartesvisuales.com

Boletines de diseño del **Instituto de Artes Visuales**.

Fundamentos del diseño 14

Bienvenido a la nueva edición de los boletines del **Instituto de Artes Visuales**.

Usted recibe este boletín de información porque ha suscrito esta cuenta de correo. Si desea dejar de recibirlo, sólo tiene que seguir las instrucciones abajo especificadas.

EN ESTE NUMERO | **Armonía; Legibilidad; Términos. La informática y la tipografía.** |

- ▶ [Armonía, Legibilidad, Términos.](#)
- ▶ [La informática y la tipografía.](#)

▶ **Armonía, Legibilidad, Términos.**

Sugerencias para mantener la **armonía de los colores en un trabajo**:

- 1. Emplear sólo unos cuantos colores y escoger uno como dominante.
- 2. Elegir tonos que posean características en común, como los colores análogos o los complementarios.
- 3. No usar colores demasiado vivos: mezclarlos con variantes claras y oscuras de tonos bien escogidos. De esta forma produciremos sensación de diversos niveles de color o profundidad.
- 4. Combinar colores acromáticos con tonos puros y colores claros y oscuros.
- 5. Partir de los esquemas básicos de color y trabajar sobre ellos.

Resumen de algunas normas para la **correcta legibilidad de los tipos**:

- - Las letras redondas y minúsculas suelen ser dentro de una familia las más legibles, más que las cursivas, negritas, mayúsculas y estrechas.
- - La separación entre letras y palabras debe realizarse de forma correcta, para que sea fácil de leer, es decir la separación debe ser coherente.
- - En la separación entre letras tendremos que tener en cuenta especialmente las mayúsculas y sobre todo en rotulación. No es la misma separación la que deben tener las letras D y O que la M, la I o la N en una palabra como DOMINO.
- - El tamaño de la letra debe elegirse teniendo en cuenta a la distancia a la que se va a leer. Para un cartel que será observado a 10 metros, la altura de la letra debe ser, al menos, de 2,5 cm; mientras que para una valla publicitaria que deba leerse a 60 metros, la altura de la letra deberá ser, al menos, de 15 cm.
- - La elección del tipo más adecuado depende en gran medida del tipo de mensaje al que va enfocada la composición. En algunos casos necesitaremos un tipo de letra refinada, elegante o delicada, sin embargo habrá casos, en los que nuestras letras deban ser sobrias, macizas y sin ningún tipo de remilgos.

- - La tipografía debe diseñarse o componerse de forma que sea agradable de leer y que esté íntimamente relacionada con el objetivo del mensaje y con el público al que va dirigido. Ejemplo: El anuncio de un todo terreno nada tiene que ver con el de un producto de cosmética, por lo cual el enfoque de la tipografía será totalmente diferente.
- - ¿Cuales serían los **colores adecuados para la tipografía**? Teniendo en cuenta que la tipografía es un elemento gráfico, está sujeto a las normas de la teoría del color y a las normas generales que aplicamos en el diseño. Por ejemplo:
 - Los tipos negros sobre fondo blanco reflejan mayor legibilidad, por el contrario, el texto blanco sobre fondo negro nos hacen perder visibilidad.
 - Un texto de color amarillo sobre fondo blanco perdería importancia, ya que, no resaltaría al ser los dos colores claros, sin embargo, si el color de fondo es negro, el amarillo cobraría fuerza. Según algunos estudios, la letra más legible es la negra sobre fondo amarillo.

Cuando hablamos de tipos (letra) debemos conocer una serie de **términos**:

- **Carácter**: término utilizado para designar las letras, los signos de puntuación y los espacios en blanco.
- **Caja alta**: se utiliza para designar a las mayúsculas.
- **Caja baja**: se utiliza para designar a las minúsculas.
- **Línea**: es la recta sobre la que se apoyan los tipos (letras).
- **Tipómetro**: sirve para calcular el número de líneas de texto que caben en un espacio determinado.
- **Negra**: letra de trazo más grueso de lo normal.
- **Redonda**: letra normal.
- **Texto sólido**: texto compuesto sin interlineado.
- **Alinear**: organizar el texto con arreglo a una línea horizontal o vertical.
- **Centrado**: texto compuesto en el centro del área de imagen.
- **Justificado**: composición de texto en líneas exactamente iguales.





Recordemos: En un diseño, se deben comprobar las diferentes variaciones que podemos aplicar a la tipografía para conseguir que la composición sea lo más eficaz posible. Estas variaciones las podemos resumir en:

- 1 Tipo o forma de la letra.
- 2 Cuerpo o tamaño del tipo.
- 3 Espacio entre letras.
- 4 Espacio entre palabras.
- 5 Espacio entre líneas.
- 6 Posición y organización del texto, es decir la ubicación del texto dentro de la composición.

La informática y la tipografía:


La informática a revolucionado la tipografía, ya que podemos manipularla y modificarla con respecto a nuestras necesidades. Es interminable la capacidad que tenemos con la tipografía, para poder expresar y transmitir ideas y conceptos, pero a la vez hay que hacer un uso adecuado de ésta y

conocerla, para no caer en el peligro de la confusión, la falta de legibilidad y otros aspectos que podrían hacer que nuestro mensaje no llegase al público.

Por otro lado, no podemos buscar solo lo estético, hay que buscar también la eficacia de la composición, puesto que la función principal del diseño es comunicar. La unión entre la efectividad y la estética será el resultado perfecto.



*** Información de suscripción y contacto.**

Si desea ponerse en contacto con la edición de esta newsletters, envíenos un e-mail: 

Suscribirse: envía un mensaje en blanco a mailto: suscribe@artesvisuales.com .

Borrarse: para borrarse enviar un email en blanco a mailto: cancela@artesvisuales.com Prohibida la reproducción total o parcial de este material sin previa autorización escrita.

Si este boletín le ha llegado por accidente o usted ya se borró anteriormente perdone las molestias y envíe de nuevo un email en blanco a la anterior dirección para quedar definitivamente borrado.

| Instituto **Artes Visuales** | Veracruz 4 | 11402 Jerez | **902 23 30 20** |
| isabel@artesvisuales.com | webmaster@artesvisuales.com | www.artesvisuales.com |
| Boletín gratuito sobre Diseño, Multimedia e Internet suscribe@artesvisuales.com |
| Centro de Formación Apple | Macromedia Authorized Training Program |
| ©1999-2002. D.R. Derechos Reservados. IAV |