

**UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO**

**Escuela Nacional de Artes Plásticas**

**La importancia de la Tipografía  
en el Diseño Gráfico.**

# **Tesis Profesional**

**Que para obtener el Título de  
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO**

**presenta**

**MARCELA JOSEFINA GIORDANO CARDONA**



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## " INDICE "

I.- INTRODUCCION .....	1
II- GENERALIDADES.....	3
-GEOMETRIA FORMAS BASICAS .....	4
-CLASIFICACION DE LOS TIPOS .....	15
-PESO DE LA LETRA .....	13
III TECNICAS .....	20
-PLUMILLA FINCHA .....	21
-INSTRUMENTOS .....	22
-MAHO LIBRE .....	23
IV- CARACTERISTICAS TIPOGRAFICAS .....	24
-LOS APICES .....	25
-LETRAS CURVAS Y PUNTEAGUDAS .....	26
-TIPOGRAFIA DE MITADES IGUALES .....	27
-LETRAS CONDENSADAS Y EXTENDIDAS .....	28
-LETRAS MAYUSCULAS Y MINUSCULAS .....	29
-ESPACIOS INTERLETRAS .....	30
-ESPACIADO Y ALINEACION .....	31
-ILUSION .....	32
-TIPOGRAFIA EN CURVA .....	33
-EJEMPLOS .....	34
V.- TIPOGRAFIA COMERCIAL .....	60
-NOMBRE DEL PRODUCTO .....	61
-LA COCA-COLA .....	63
-GLOSARIO.....	66
-BIBLIOGRAFIA .....	60

**I  
N  
T  
R  
O  
D  
U  
C  
C  
I  
O  
N**

**INTRODUCCION**

"LA IMPORTANCIA DE LA TIPOGRAFIA EN EL DISEÑO COMERCIAL", ES EL TITULO DE ESTA TESIS.

ESTA ES UNA BREVE EXPLICACION DEL PORQUE DEL TITULO: TODOS SABEMOS QUE EL DISEÑO GRAFICO ES COMERCIAL SIEMPRE, ES POR ESO QUE EN ESTA OCASION QUEREMOS RESALTAR LA IMPORTANCIA DE ESE HECHO DEBIDO A LO QUE VEREMOS A CONTINUACION, QUE SERA ACERCA DE LA TIPOGRAFIA DE LOS PRODUCTOS DE CONSUMO DIARIO, LA MAYORIA DE ELLOS, POR NO DECIR QUE TODOS, TIENEN LA NECESIDAD DE HACERSE NOTAR DE UNA MANERA ESPECIAL, DEBIDO A LA GRAN DEMANDA Y A QUE TIENEN COMPETENCIA, PARA ELLO ES NECESARIO QUE EL PRODUCTO TENGA UN BUEN EMPAQUE Y QUE ADEMAS, SEA ATRACTIVO, ES AQUI DONDE INTERVIENE LA TIPOGRAFIA, SI SE USA UNA QUE SEA ADECUADA AL PRODUCTO, Y QUE ADEMAS TENGA IMPACTO, ENTONCES EL PRODUCTO TENDRA EXITO.

YO PRETENDO HACER UNA CRITICA POSITIVA A LOS PRODUCTOS QUE ELEGÍ COMO EJEMPLO PARA MI TESIS, Y, QUE EN MI OPINION ESTAN BIEN REALIZADOS EN CUANTO AL TEMA DE TIPOGRAFIA SE REFIERE, YA QUE SALIERON AL MERCADO Y ESTAN EN CIRCULACION Y QUE MEJOR PRUEBA QUE HAN SIDO CALIFICADOS POSITIVAMENTE.

TAMBIEN HE TOMADO COMO EJEMPLOS, ALGUNAS FRASES, Y PALABRAS SUELTAS DE UNAS REVISTAS, ANALIZANDO SU TIPOGRAFIA, LO MAS CONSTRUCTIVAMENTE POSIBLE.

FINALMENTE, PRETENDO QUE MI TESIS SEA UTIL COMO MANUAL DE CONSULTA Y LO MAS SENCILLA POSIBLE.

# **GENERALIDADES**

GEOMETRIA: FORMAS BASICAS

CUADRO, CIRCULO Y TRIANGULO SON LAS FORMAS BASICAS DE LA TIPOGRAFIA, EN ELLAS PODEMOS BASARNOS PARA EL DISEÑO DE LA MISMA LETRA EN TRES ASPECTOS DIFERENTES.

AUN CUANDO ESTAS TENGAN LA MISMA MEDIDA, UNAS VISUALMENTE NOS PARECEN MAS ANCHAS O ANGOSTAS, PERO ESTO SOLO ES UN EFECTO VISUAL.

SOBRE ESTAS BASES GEOMETRICAS QUE SON LAS FUNDAMENTALES SE DERIVAN LAS SIGUIENTES FIGURAS:

DEL CIRCULO EL OVALO (ELIPSE )

DEL CUADRADO EL RECTANGULO

DEL TRIANGULO, TENEMOS LAS VARIACIONES EN SUS ANGULOS ( EQUILATERO - ISOSELES ) INCLUYENDO LAS INDICACIONES DE LAS LINEAS MANEJADAS AL ANTOJO DEL DISEÑADOR.

ESTE FENOMENO DE VARIACION EN LOS ANGULOS NO ES PROPIO DE LA FIGURA DEL TRIANGULO, TAMBIEN LE OCURRE AL CIRCULO, LA CIRCUNFERENCIA DE UNA LETRA PUEDE VARIAR ENSANCHANDOSE, ALARGANDOSE Y EN FIN, ESTO VA PARA LA FIGURA DE CUADRO IGUAL, CUALQUIER VARIACION FUERA DE LA VERTICAL DE LA FIGURA BASICA ES UNA OPCION PARA EL DISEÑADOR.

LA TIPOGRAFIA PUEDE SER TRATADA COMO UN OBJETO EN EL ESPACIO Y SER DIBUJADA DE ACUERDO CON LAS LEYES NORMALES DE LA PERSPECTIVA.

UN EFECTO DE TERCERA DIMENSION EL CUAL SE BASA EN DOS PUNTOS DESVANECIDOS, Fig. (10).

ESTE PLANO NOS MUESTRA UNA MODO FACIL DE LLEVAR A CABO UNA PERSPECTIVA PERFECTA. Fig. ( 11 ).

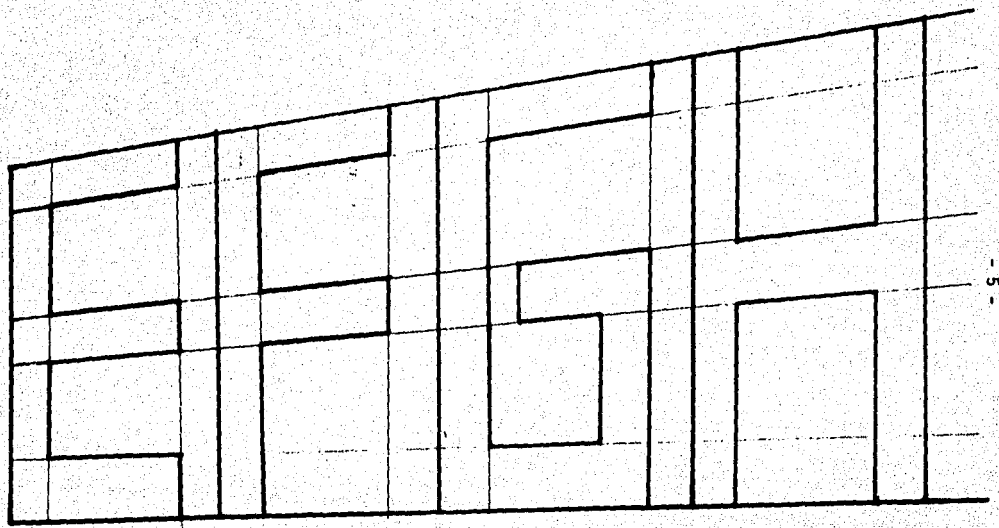


FIG. 10



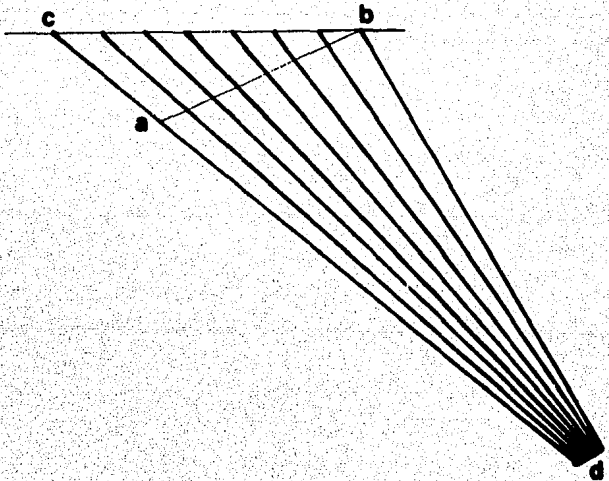
C.B. ES LA LINEA BASE DE LA LETRA MARCADA A DISTANCIA DE LA ANCHURA Y ESPACIOS DE LA LETRA.

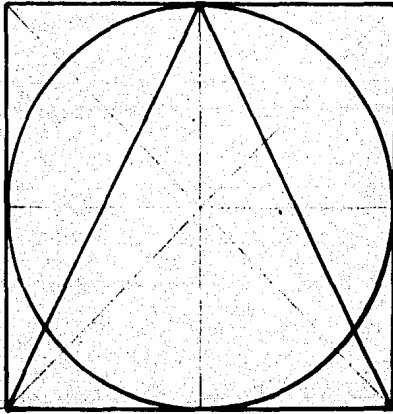
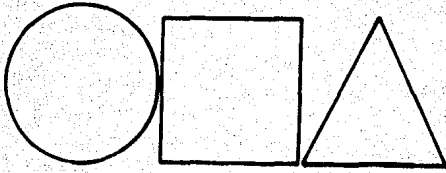
A.B. ES EL PLANO EN EL CUAL LA LETRA VA A SER VISTA.

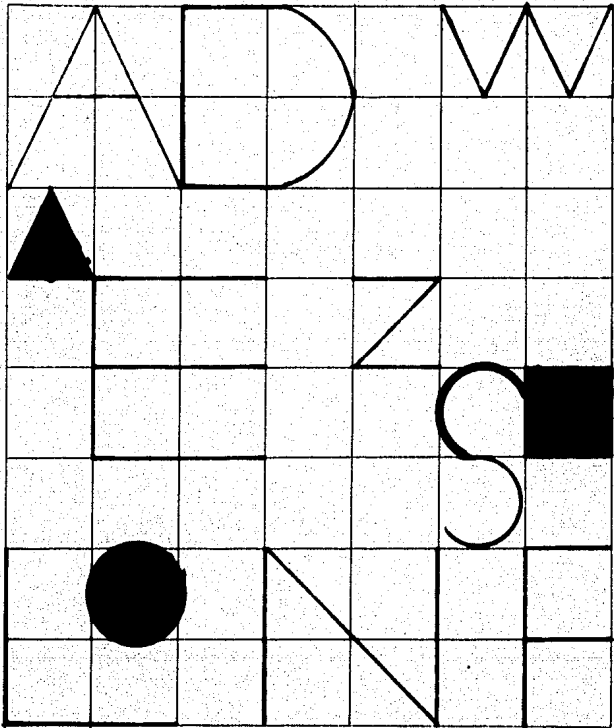
D. ES EL PUNTO DE VISTA. LAS LINEAS DIBUJADAS DE C.B. A D BISECTA A. B DANDO LAS POSICIONES DE LA LETRA EN PERSPECTIVA. LAS LETRAS QUE EN LA Fig. ( 12 ) VEMOS SON HECHAS CON GUIAS DE LINEAS HORIZONTALES PARA UNA TIPOGRAFIA CON PESO Y SON MARCADAS A DISTANCIA EMPEZANDO DE MANO DERECHA A IZQUIERDA CONTINUANDO EN PERSPECTIVA A UN PUNTO DESVANECIDO EN EL LADO IZQUIERDO.

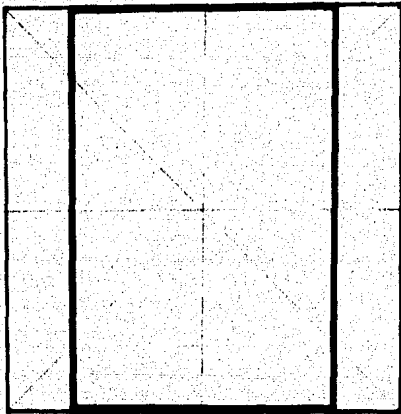
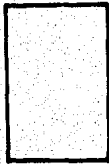
CUALQUIER GRADO DE PERSPECTIVA PUEDE SER USADO PERO ES NECESARIO UNA GRAN PRECISION DONDE EL ANGULO ES AGUDO.

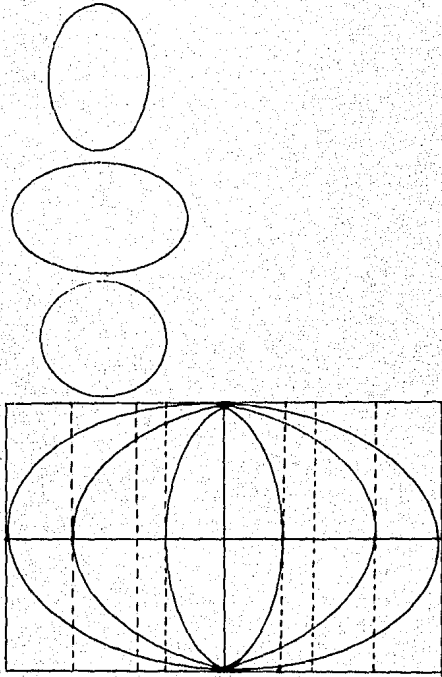
FIG. 11

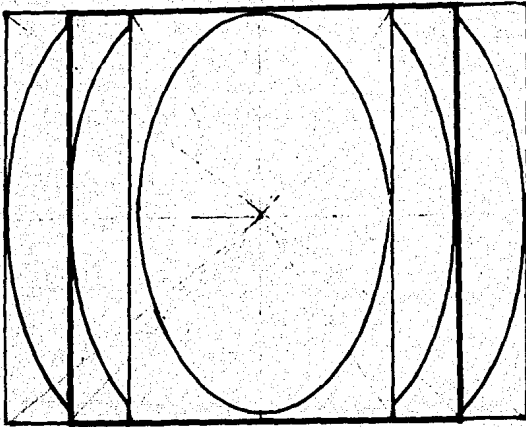
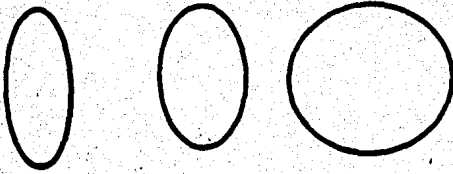


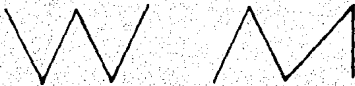
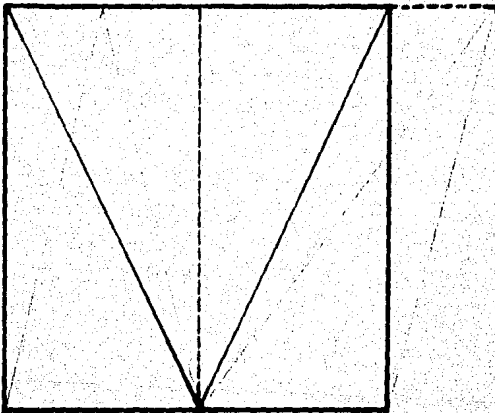
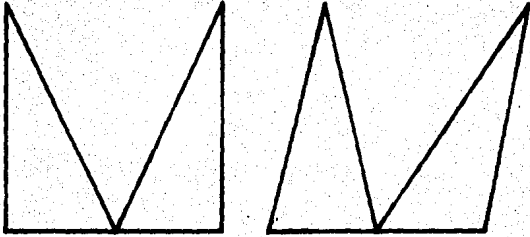


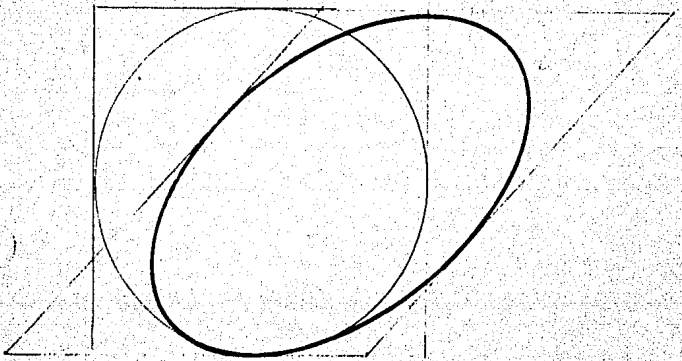
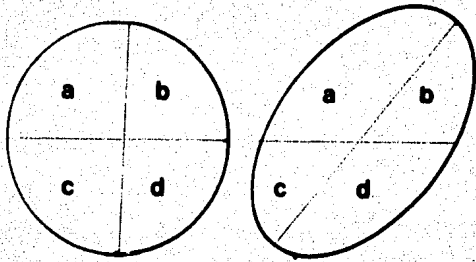




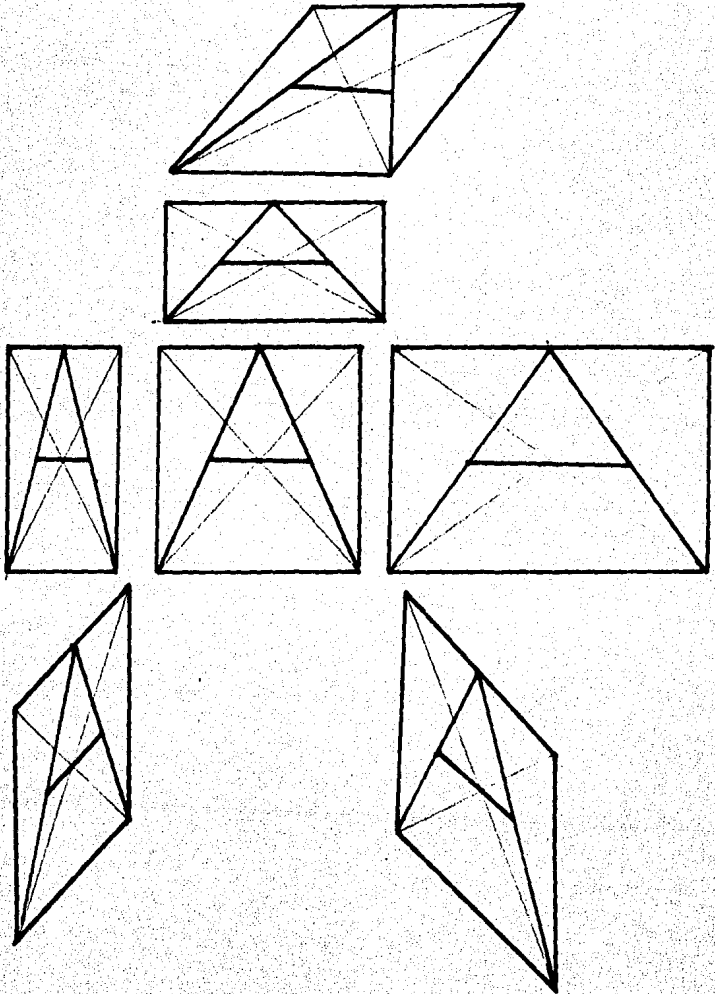












## **CLASIFICACION**

CADA TIPO DE LETRA, PERTENECE A UNA FAMILIA O CARACTER MEDIANTE EL CUAL SE RECONOCE Y SE CLASIFICA POR SUS COMUNES CARACTERISTICAS FORMALES.

## **SELECCION**

UNA BUENA LECTURA, NO DEPENDE SOLAMENTE DEL ESPACIADO Y LA PUNTUACION , EL DISEÑO DEL OJO, PUEDE AUMENTAR O DISMINUIR LA CALIDAD COMUNICATIVA DE LAS PALABRAS.

CIERTOS TIPOS, SON CONSIDERADOS FEMENINOS, OTROS, MASCULINOS; ALGUNOS SON DECORATIVOS, PERO OTROS OFRECEN LA MAXIMA SENCILLEZ, ALGUNOS SON MODERNOS E INCLUSO FUTURISTAS Y, OTROS POSEEN UN TOQUE DEL PASADO Y CONJURAN IMAGENES ROMANTICAS O LOS FRENETICOS MOVIMIENTOS DE LOS AÑOS VEINTES.

HAY QUE SELECCIONAR CUIDADOSAMENTE EL TIPO QUE SE DESEA USAR, PUES NO HAY QUE OLVIDAR QUE EL FACTOR PRIMORDIAL ES LA CLARIDAD EN SU LECTURA.

### **DIVISION DE LOS CARACTERES**

SEGUN EL ESPESOR DE LOS TRAZOS O ASTAS, Y EL GRADO DE INCLINACION, SE CLASIFICAN DE ACUERDO A LA SIGUIENTE ESCALA: FINA, SEMINEGRA, NEGRA Y SUPERNEGRA. EN TODOS LOS CASOS, EXISTEN EN SU DOBLE VERSION, QUE SON DE CAJA ALTA Y DE CAJA BAJA, REDONDAS Y CURSIVAS, LA DIFERENCIA ES APRECIABLE A SIMPLE VISTA.

**SANS-SERIF  
SHADED**

**ROPE**

**ALEGRIA**

**GLOW-WORM**

**THIN-STROKE**

**STOP**  
**STOP**

**ΔBCD**

HAAS MEDIUM  
**OUT LINE**

**ABC**

**Haas-Helvetica Medium**

**ABC**

**PALACE SCRIPT**

*ABC*

*PALACE*

*Palace Script*

*PCPPT*

**Antique Annonce**

**ABC**

**NEO PRIMA**

**ABC**

**Eurostile outline**

**ABC**



**BOLD Y LIGHT.**

LOS TRAZOS DE LAS FORMAS DE LAS LETRAS PUEDEN SER HECHAS O MUY DELGADAS O MAS ANCHAS DE LO NORMAL, A ESTAS VARIACIONES SE LES DENOMINA "EL PESO DE LA LETRA".

EN LAS LETRAS SANS-SERIF SE PRESTAN PARA CUALQUIER MODIFICACION DE GROSOR.

EL ESTILO BOLD REEMPLAZA EL ESPACIO DE LOS TRAZOS MUY ABIERTOS EN LA LETRA LIGERA.

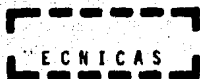
EL ESTILO LIGHT ES MUY DELICADO EN SU USO, SIN EMBARGO ES POSIBLE USARSE EN TEXTOS Y EN SUBTITULOS, ESTA VARIACION NO ES CONVENIENTE DIBUJARLA EN GRANDES DIMENSIONES, DEBIDO A QUE LOS TRAZOS SE PERDERIAN ENTRE UN ESPACIO Y OTRO PERDIENDO A SU VEZ LA LEGIBILIDAD DE LA PALABRA ESCRITA.

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ

**ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ**

**ТЕХНИКА.**



LA PLUMILLA ANCHA

LAS PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA PLUMILLA SON LOS CONTRASTES DE LOS TRAZOS GRUESOS, Y DELGADOS. UNA PLUMILLA COLOCADA SIN INCLINACION PRODUCE LINEAS VERTICALES ANCHAS Y DESLIZANDOLA HACIA UN LADO PRODUCE LA LINEA HORIZONTAL DELGADA.

LAS CURVAS SON MAS DELGADAS EN LA PARTE SUPERIOR, Y MAS GRUESA EN LAS PARTES MEDIAS, AL IGUAL QUE SON DELGADAS EN LA PARTE INFERIOR.

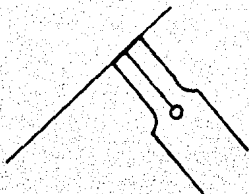
LAS DIAGONALES SON LIGERAMENTE MAS DELGADAS QUE LAS VERTICALES. UNA INCLINACION DE 15°GRADOS PRODUCE VERTICALES MAS DELGADAS Y HORIZONTALES MAS ANCHAS. LAS CURVAS TIENEN UN PRONUNCIADO STRESS, LAS DIAGONALES SON MAS DELGADAS HACIA LA IZQUIERDA Y MAS GRUESAS HACIA LA DERECHA UNA INCLINACION DE 45°--AUMENTA EL PROCESO. LAS HORIZONTALES Y LAS VERTICALES SON DEL MISMO GRUESO.

LAS CURVAS TIENEN UN STRESS MAS FUERTE. LAS DIAGONALES SON DELGADAS HACIA LA IZQUIERDA Y MUCHO MAS GRUESAS A LA DERECHA.

UNA INCLINACION DE 90°GRADOS INVIERTE EL PROCESO ORIGINAL.

LAS HORIZONTALES SON GRUESAS Y LAS VERTICALES DELGADAS, LAS CURVAS SON MAS GRUESAS ARRIBA Y DELGADAS A LOS LADOS. LAS DIAGONALES SON DE GRUESOS IGUALES.

LAS LETRAS HECHAS CON UNA PLUMILLA EN ANGULO DE 15°A 20°GRADOS ES EL MAS USADO EN LA ESCRITURA DEBIDO A QUE, ES LA MANERA MAS FACIL DE TENERLA, SIN FATIGA.





## DIBUJANDO CON INSTRUMENTOS

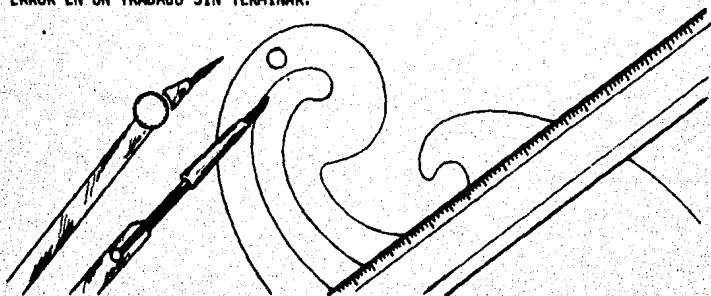
LA LETRA HECHA CON INSTRUMENTOS TIENE UN ASPECTO MECANICO, COMO SON EN ESTE CASO LOS ALFABETOS SANS-SERIF.

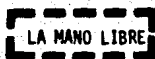
LA REGLA "T", AJUSTABLE, COMPASES Y LAS PISTOLAS ( CURVAS FRANCE- SAS ), UNA REGLA GRADUADA, UNA GOMA BORRADOR Y LAPICES ESCOGIDOS ( DERROS - PARA LINEAS RECTAS, Y SUAVES PARA LINEAS CURVAS ).

LAS LETRAS DIBUJADAS POR INSTRUMENTOS DEBERAN SER TRAZADAS, PRIME- RO LA ESTRUCTURA DE LA LETRA, ES DECIR EL ESQUELETO DE ESTA, Y DESPUES DE BERA SER RELLENADA CON UN PINCEL GRUESO, PARA DARLE CUERPO, Y TINTA BLANCA- PARA EL TOQUE FINAL.

LAS LETRAS CURVAS SON MUY DIFICILES DE TRAZAR CON INSTRUMENTOS COM- PLETAMENTE, ASI QUE ES NECESARIO USAR UN POCO LA TECNICA A MANO LIBRE, Y PA- RA EL TERMINADO HACER EL USO DE LAS REGLAS CURVAS FRANCESAS, CONOCIDAS COMO PISTOLAS.

EL DIBUJO DE LA LETRA OUTLINE ES IMPORTANTE Y ASEGURARSE QUE ESTA SEA PARTE DE LA LETRA YA TERMINADA, ES DECIR LA LETRA YA CONCLUIDA EN SU EXTERIOR, Y NO PARTE DEL INTERIOR, DE OTRA MANERA LA LETRA QUEDARIA DEMASIA- DO PESADA AL LLENARSE COMO UN CUERPO SOLIDO, CUALQUIER ERROR DEBERA SER CO- RREGIDO ANTES DE SU ACABADO, DE ESTE MODO SERA DIFICIL VALORAR EL GRADO DE ERROR EN UN TRABAJO SIN TERMINAR.





LAS CARACTERISTICAS DE LOS TRAZOS A MANO LIBRE SON :

LA MANO DEBE DEJARSE DESCANSAR SOBRE LA SUPERFICIE DE TRABAJO, Y PERMITIR QUE SEAN LOS DEDOS LOS QUE GUIEN AL LAPIZ LIBREMENTE.

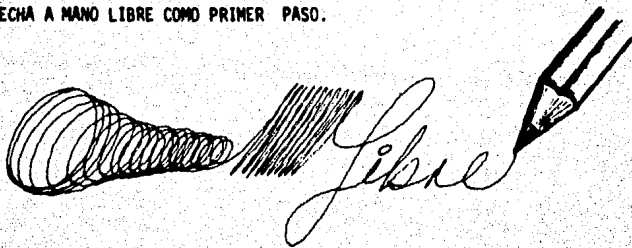
LA LETRA LA CUAL SALE DE LA HABILMANO NATURAL ES DIBUJADA VIGOROSA Y LIBREMENTE SIN NINGUNA LINEA GUIA.

LA DIFERENCIA ENTRE LA LETRA HECHA A MANO LIBRE Y LA HECHA POR INSTRUMENTOS SALTA A LA VISTA.

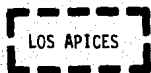
LA HECHA LIBREMENTE ES GRACIOSA Y FLEXIBLE, EXPRESA SUAVIDAD, EN CAMBIO LA HECHA POR INSTRUMENTOS ES MAS BIEN FRIA Y DURA, SIN VIDA.

LA TECNICA A MANO LIBRE CAMBIA EL CARACTER DE CUALQUIER LETRA, LA CALIGRAFICA CON ALGUNA TEXTURA, ADORNOS INICIALES Y FINALES CONVIERTEN UNA LETRA CUALQUIERA EN UNA MUY ESPECIAL, CON UN TOQUE DE DISTINCION QUE SOLO PUEDE SALIR DE LA ESPONTANIEDAD DE LA MANO LIBRE, ESTA TECNICA PRODUCE LO MAS VARIADO DE LA LETRA CONTEMPORANEA, YA SEA IMPRESA, TRANSFERIBLE, LETRAFILM O PARAREPRODUCCION EN TRABAJOS DE ARTE.

CUANDO HABLAMOS DEL NUEVO DISEÑO DE ALGUNA LETRA IMPLICA QUE ESTA SEA HECHA A MANO LIBRE COMO PRIMER PASO.



# **CARACTERISTICAS TIPOGRAFICAS**



LOS APICES AUN DE LAS LETRAS PESADAS SE VEN MAS PESADAS QUN EN SU FORMA MAS LIGERA, PROBLEMA QUE SE ENFATIZA EN EL CASO DE LAS LETRAS CONDENSADAS.

EN LA UNION DE LOS TRAZOS DE LAS LETRAS NEGRAS SE SOBRECARGA EL PESO DE LA LETRA, ESTE ES EL CASO DE LA LETRA " M " QUE EN LA PARTE SUPERIOR SE ENSANCHA MAS QUE EN SU PARTE INFERIOR, Y DE ESTA MANERA PARECIERA OCUPAR MAS ESPACIO ARRIBA QUE ABAJO.

EN LA " V " EL ESPACIO DESAPARECE RAPIDAMENTE, EN EL CASO DE LAS LETRAS COLOREADAS LOS TRAZOS NO SE SOBREPONEN COMPLETAMENTE. EN LAS UNIONES SON MAS AMPLIAS QUE EL ANCHO DE LOS TRAZOS, EL PESO ESTA MEJOR DISTRIBUIDO, Y SUS PARTES INTERIORES, ES DECIR LOS ESPACIOS ENTRE UN TRAZO Y OTRO SE ENCUENTRAN MEJOR BALANCEADOS.

EN LA " V " LOS TRAZOS INTERIORES ESTAN LIGERAMENTE ADELGAZADOS Y CURVOS PARA ATRAER EL PUNTO LO MAS ABAJO POSIBLE.

LAS LETRAS CONDENSADAS TIPICAS USAN LAS SIGUIENTES MODIFICACIONES:

EN LA " N " LOS TRAZOS VERTICALES SON MAS DELGADOS QUE LOS DIAGONALES, PARA REDUCIR EL PESO EN GENERAL DE LA LETRA, LA UNION DE LOS TRAZOS DIAGONALES CON LOS VERTICALES EN LA " K " ES MUY LEVE Y LOS TRAZOS DIAGONALES ESTAN FRACCIONALMENTE ACUMINADOS PARA CONSEGUIR EL MAXIMO DE ESPACIO DENTRO DE ESTA LETRA CONDENSADA " BOLD ".

**MV NK MV NK**

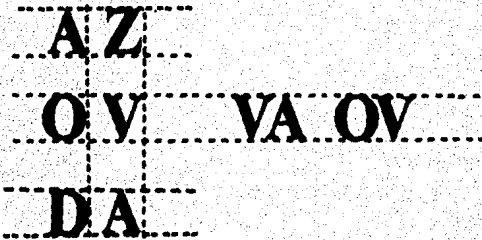
LETRAS CURVAS Y PUNTIAGUDAS

EN UNA LINEA NORMAL LA FALTA DE FUERZA EN LETRAS CURVAS Y PUNTIAGUDAS PARECEN MUY CORTAS.

EL APICE DE LA "A" y LA "V" Y LAS CURVAS DE LA "O" PARECEN NO ESTAR ALINEADAS NI CON LO ANCHO NI CON LAS FORMAS HORIZONTALES DE LAS LETRAS.

AQUI VEMOS EN LA ( Fig. 16 ) EN LOS INTERIORES SOLIDOS DE LA LETRA LA ENFASIS EN ESTA ILUSION.

EN LA ( Fig. 17 ) VEMOS EL EFECTO VISUAL FUERA DEL MARGEN, LAS LETRAS PUNTIAGUDAS ESCAPAN HACIA ARRIBA Y HACIA ABAJO, DEPENDIENDO -- DEL ANGULO DE LA LETRA, LAS LETRAS REDONDAS EN CAMBIO PARECEN ESCAPAR HACIA LOS LADOS.



TIPOGRAFIA DE MITADES IGUALES

LA MITAD DE ARRIBA DE LA FIGURA DE LA LETRA PARECE MUY LARGA CUANDO ESTA DIVIDIDA HORIZONTALMENTE EN IGUAL PROPORCION.

LAS MITADES DE ABAJO EN ALGUNAS EN ALGUNAS LETRAS PARECEN MAS CHAPARRAS, EN ESTA PROPORCION EQUILATIVA LAS LETRAS QUE NO SE MODIFICAN VISUALMENTE SON LA "H", "K", "B", "I" y "X" DEBIDO A QUE DIVIDIDAS HORIZONTALMENTE SON IGUALES, LA FIGURA DE ARRIBA Y LA DE ABAJO.

H K B

I X

LETRAS CONDENSADAS Y EXTENDIDAS

LAS BASES GEOMETRICAS EN LA PROPORCION DE LAS LETRAS PUEDEN SER EXTENSAS O CONDENSADAS.

EL ALFABETO SANS-SERIF POR SU SIMPLE CONSTRUCCION TAMBIEN ADMITE ESTOS CAMBIOS EN SU ESTRUCTURA, PERO LAS LETRAS ROMANAS SON MENOS FLEXIBLES.

EN UN ALFABETO LA MISMA PROPORCION GRADUALMENTE DEBE SER MANTENIDA DESDE EL PRINCIPIO Y EL GRADO DE ESTOS CAMBIOS ES POSIBLE DEPENDIENDO DEL ESTILO DE LA LETRA, LAS UNIONES Y LOS TRAZOS CURVOS TIENEN LA NECESIDAD DE SER MODIFICADOS.

LA LETRA MINUSCULA SANS-SERIF CONDENSADA "M" CON FORMA FUERTE Y -- CERCA DE LA PERDIDA DE SUS CARACTERISTICAS ESCENCIALES COMO EN LOS TRAZOS -- CURVOS TIENDEN A SER ILEGIBLES.

ES POR ESO QUE AL HACER CUALQUIER VARIACION A LA LETRA, HAY QUE SER MUY CUIDADOSOS, PARA EVITAR CORRER ESTE TIPO DE RIESGOS TAN USUALES.

**FHIMNTW**

**FHIMNTW**

**FHIMNTW**

LETRAS MINUSCULAS CON RELACION A LAS MAYUSCULAS

LAS LETRAS MINUSCULAS DEL ALFABETO FUERON DISEÑADAS PARA, ACOMPARAR A LAS LETRAS MAYUSCULAS. LA ESTRUCTURA BASICA CALIGRAFICA ES LA MISMA EN AMBOS TAMAOS DE LETRA.

CADA LETRA MAYUSCULA SE COMPLEMENTA CON SU RESPECTIVA LETRA MINUSCULA, PROPORCIONALMENTE AL TAMAO.

LAS LETRAS MINUSCULAS SON BASICAS E IMPORTANTES PORQUE DE ELLAS DEPENDE EL COMPONENTE DE LA MAYORIA DE LOS TEXTOS; NO MENOS IMPORTANTES SON LA MAYUSCULAS, LAS CUALES NOS MARCAN EL INICIO DEL TEXTO, Y DENTRO DEL MISMO TEXTO EL CAMBIO DE UNA IDEA CON UN SIMPLE PUNTO Y APARTE, EN DONDE DEBEMOS INICIAR CON UNA LETRA MAYUSCULA LA SIGUIENTE ORACION O PARRAFO.

**abcdefghijklmnopq.**

**ABCDEFGHIJKL**

**Aa Bb Cc**



ESPACIOS ENTRE LAS LETRAS

AREAS IRREGULARES SE CREAN ENTRE LAS LETRAS CUANDO ESTAN EQUIDISTANTEMENTE ESPACIADAS, Y ESTAS AREAS DEBEN TENER UNIFORMIDAD Y PESO VISUAL SI LAS PALABRAS NO SON LEGIBLES Y APARENTEMENTE BALANCEADAS.

ES MEJOR CUANDO LAS LETRAS SE SEPARAN VISUALMENTE QUE SI SE HA CE CON JUSTA MEDIDA, DEBIDO A QUE EL BALANCE DE LAS LETRAS ES MEJOR CUANDO SE JUZGA POR ESTETICA QUE POR MEDIDA.

BC      FIL MI      WU  
BG      FIL MI

ESPACIADO Y ALINEACION DE OPTICOS.

LA TIPOGRAFIA PUEDE ESTAR TAN CERCA UNA DE OTRA, QUE CASI SE TOQUEN, EL ESPACIADO, SUELE BASARSE EN UNA LEGIBILIDAD OPTIMA, MAS QUE EN UNA NECESIDAD FISICA, CON EL RESULTADO DE QUE LAS LINEAS CONSERVEN SU PESO APARENTE.

LA TIPOGRAFIA BIEN EMPLEADA, OCUPA MENOS ESPACIO, E INCLUSO AUMENTA SU LEGIBILIDAD.

EN ALGUNOS PRODUCTOS, EL ESPACIO DE LA TIPOGRAFIA, ES MUY IMPORTANTE E INCLUSIVE LLEGA A SER MUCHAS VECES MAS IMPORTANTE QUE LA MISMA IMAGEN.

ES IMPORTANTE SABER QUE EL DISEÑADOR AHORA TIENE LA ABSOLUTA LIBERTAD DE ESPACIAR SU TIPOGRAFIA A SU CRITERIO.

EL IMPACTO DE LA LETRA, SU ATRACTIVO FINAL, SOLAMENTE DEPENDEN DEL GUSTO DEL DISEÑADOR.

**ABCDEF G**

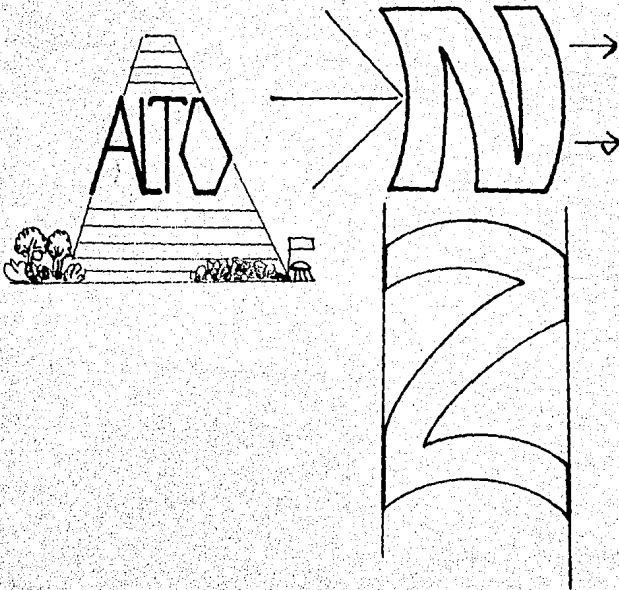
**ABCDEF G**

ILUSION

EL DISEÑO DE LA LETRA CREADA ESPECIALMENTE DESDE UN PUNTO PARTICULAR DE VISTA, PARA ALGUNA TAREA EN ESPECIAL NOS CREA UNA ILUSION.

LA TIPOGRAFIA DISEÑADA CON ANGULOS CAPRICHOSOS, CREA EL MOVIMIENTO EN LA LETRA. ES DECIR, PODEMOS HACER CREER QUE LA LETRA LLEVA UN MOVIMIENTO DE IZQUIERDA A DERECHA, HACIENDO CURVAS LAS LETRAS EN ESTA DIRECCION.

VER LA PALABRA COMO SI ESTA ESTUBIERA DIBUJADA EN UN CILINDRO, O COMO SI ESTA ESTUBIERA EN LO ALTO DE UN EDIFICIO, TODO ESTO ES SIMPLE ILUSION.



## TIPOGRAFIA EN CURVA

LA LETRA DIBUJADA ALREDEDOR DE UNA CURVA DE SER MODIFICADA Y AUN MANTENER SUS ESPACIOS.

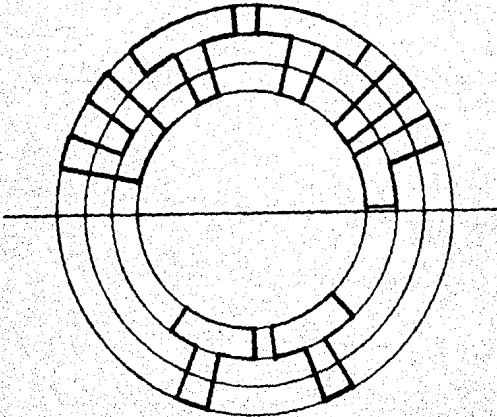
### LAS LETRAS EN CURVA CONCAVA.

EN ESTE CASO VEMOS QUE LAS LETRAS SON ESPACIADAS SEGUN EL ANGULO DE LA CURVA VISUALMENTE BIEN ESPACIADAS, LA PALABRA EN LA CURVA DE AFUERA ES MAS ABIERTA QUE EN LA PARTE SUPERIOR DE LA CURVA, ES DECIR EN LA CURVA DE ADENTRO; AHI LA LETRA LLEVA MENOS ESPACIO PUESTO - QUE ESTA CURVA VA MAS CERRADA.

( EN EL CASO DE TENER DOS LETRAS TT UNIDAS EL ESPACIO ES MEDIDO EN LA CURVA FINAL, ES DECIR LA DE AFUERA, AUNQUE ARRIBA QUEDE UN POCO CERCA UNA DE LA OTRA EL EFECTO USUAL DE LA CURVA ES BUENO.

DEBIDO A LA ESTRUCTURA DE LA LETRA ( T )

LA LETRA MAYUSCULA ROMAN SERIF TIENE LA VENTAJA DE MANTENER SU EFECTO CIRCULAR Y PODER UNIRSE DONDE SEA NECESARIO.



## EJEMPLOS

EN ESTE CAPITULO PODRAN VER ALGUNOS EJEMPLOS DE TIPOGRAFIA QUE SEGURAMENTE HAN VISTO CON ANTERIORIDAD.

DE ESTOS EJEMPLOS YO HAGO UNA BREVE CRITICA POSITIVA , DEL MODO EN QUE SE MANEJO LA LETRA PARA CADA UNO DE ELLOS.

ESTE ES UN JUICIO PERSONAL , SIN AFAN DE OFENDER A NINGUN DISEÑADOR GRAFICO - EN ALGUNOS CASOS LA LETRA QUE VEREMOS , YA HA SIDO CLASIFICADA EN ALGUN CATALOGO Y ES EXISTENTE EN HOJAS TRANSFERIBLES.

TENERIFE EL TROPICO DE CANARIAS.

ANUNCIA UN LUGAR, Y SU TIPOGRAFIA PODRIA SER CUALQUIERA: MODIFICADA REDONDEADA. COMO VEMOS ES UN DISEÑO DECORATIVO.

"ELEGIDO: EL VINO QUE LE HARA CAMBIAR"

CLASIFICACION DE LA LETRA: BASKERVILLE ITALIC, ES UNA TIPOGRAFIA FIRME, PARA UNA PROPAGANDA QUE ASEGURA LO QUE DICE.

"MEDITERRANEO:(RENCUENTRO CON EL PARAISO)"

CLASIFICACION DE LA LETRA: BABY-TEETH, UNA LETRA "JUGETONA" QUE INTENTA ALEGRAR LA PALABRA Y SU MENSAJE.

# Tenerife, el trópico de Canarias.



*ELEGIDO. EL VINO  
QUE LE HARA CAMBIAR.*

**MEDITERRANEO**

**REENCUENTRO CON EL  
PARAISO**

MARCA: MALIBU 81

PRODUCTO: AUTOMOVIL

CLASIFICACION DE LA LETRA: NO LA HAY EN EL CATALOGO

MALIBU ES UNA MARCA DE AUTOMOVIL ELEGANTE Y FUERTE. CON ESTAS CARACTERISTICAS LA TIPOGRAFIA DE SU NOMBRE DEBERA LLEVAR LAS MISMAS CARACTERISTICAS .

EN LA LETRA ENCONTRAMOS LA APARIENCIA DE SER METALICA LA PALABRA Y - CON DIMENSION. LA LETRA "M" TIENE UN ADORNO QUE NOS INDICA ELEGANCIA - SU DIMENSION Y TEXTURA NOS INDICAN QUE ES FUERTE , SOLIDO.

ESTA TIPOGRAFIA MUY BIEN RESUELTA QUE NOS LLAMA LA ATENCION CUMPLE SU COMETIDO , QUE ES ANUNCIAR UNA MARCA DE AUTOMOVIL.

ASPEN THE GREAT : LUGAR PARA VACACIONAR

CLASIFICACION DE LA LETRA: ASTER BLACK

ESTE LUGAR SE ENCUENTRA EN LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA, EN EL ESTADO DE COLORADO.

AQUI VEMOS QUE EL DISEÑADOR TOMO COMO GUIA UNA TIPOGRAFIA FIRME Y - GRANDE QUE VA DE ACUERDO A LO QUE DICE LA FRASE, "ASPEN EL GRANDIOSO" PERO NO CONFORME EL DISEÑADOR CAMBIO UN POCO EL TRAZO DE LA LETRA SUAVISANDO CON CURVAS LOS PATINES DE LA LETRA

BIANCA (AVENTURAS , INTRIGA Y PASION)

CLASIFICACION DE LA LETRA: CHELTENHAM ULTRA

BIANCA ES UNA NOVELA DE AMOR , ES UN NOMBRE PROPIO FEMENINO QUE DE ACUERDO A SU TIPOGRAFIA ES ALGUIEN DULCE Y AMOROSO , TAL Y COMO LO VEMOS EN LA DECORACION DE LA LETRA. LA TIPOGRAFIA ADEMÁS SE PRESTA PARA ELLO, ESPECIFICAMENTE EN CUANTO A LA LETRA "I" QUE AQUI VEMOS CUMPLE UNA DOBLE FUNCION (LA LETRA PEQUERA SOLO NOS INDICA EL TIPO DE NOVELA QUE ES)



MARCA: SUPERIOR

PRODUCTO : CERVEZA

CLASIFICACION DE LA LETRA PALACE SCRIPT Y GROTESQUE #9

EL NOMBRE DE LA CERVEZA NOS INDICA CATEGORIA, CALIDAD Y EN SU PROPAGANDA DICE "LA RUBIA QUE TODOS QUIEREN", AQUI VEMOS UN GANCHO DE ATRACCION.

IGUAL QUE EN SU TIPOGRAFIA , LA PALABRA SUPERIOR, LLEVA UNA DECORACION DELICADA Y DE CATEGORIA , Y EN LA OTRA FRASE LA LETRA ES MAS SECA , PARA NO RESTARLE IMPORTANCIA AL NOMBRE PRINCIPAL.

TAMBIEN TENGO COMO EJEMPLOS ALGUNAS FRASES SUELTAS QUE NO ANUNCIAN NADA , SIMPLEMENTE POR LA TIPOGRAFIA VEMOS LA INTENCION DE LA PALABRA.

PONGASE "FURIOSA" Y SERA SUPERFELIZ!

AQUI LA PALABRA PRINCIPAL ES "FURIOSA" Y SE LE CLASIFICA CON EL NOMBRE DE SHATTER A SU TIPO DE LETRA NO HAY NINGUNA DUDA EN CUANTO VEMOS EL CARACTER DE LA LETRA ES MUY SIGNIFICATIVA.

*Wella &*

*Wella Balsam*

**Algo más que un acondicionador**

# ASPEN THE GREAT

**Bianca**  
aventura, riesgo y pasión

*Lipstick*

**Vanity**

**La rubia que todos quieren**

**Póngase**

**FURIOSA**

**y será ¡superfeliz!**

MARCA: VANITY

PRODUCTO : ROPA FEMENINA

CLASIFICACION TIPOGRAFICA : FUTURA BLACK (REDONDEADA)

EL TIPO DE LETRA QUE SE USA PARA EL NOMBRE DE ESTA MARCA, ES UN TIPO DE LETRA YA EXISTENTE TRANSFERIBLE.

ES UN TIPO QUE INSPIRA SUAVIDAD Y DELICADEZA DEBIDO A LO REDONDEADO-DE LA LETRA.

ESTO SOLAMENTE PUEDE SER CLASIFICADO COMO UN TIPO FEMENINO

EN EL NOMBRE VEMOS INCLUSO LA CALIDAD DEL PRODUCTO

EL EJEMPLO TIENE TRES TAMAROS Y PODEMOS VER QUE YA SEA BOLD O OUTLINE LA PALABRA NO HACE NOTAR NINGUNA VARIACION NI EN CUANTO A LA CALIDAD COMO EN SUAVIDAD QUE EN ESTE CASO SOLO ES UNA SUAVIDAD VISUAL.

~~Community~~

Community

Community  
Community

MARCA : ASPIRINA

PRODUCTO : MEDICINA

CLASIFICACION DE LA LETRA : CLEARFACE BOLD

ESTE PRODUCTO NECESITA UNA TIPOGRAFIA FUERTE, RIGIDA, CON ESTO SE PRETENDE HACER NOTAR QUE LA MEDICINA ANUNCIADA ES TAN EFECTIVA COMO LA TIPOGRAFIA - LO HACE VER.

EL PRESTAMO DEL HISPANO HIPOTECARIO. (RESOLUCION EN 10 DIAS)

SU PROPIA VIVIENDA YA Y A SU PROPIA MEDIDA

CLASIFICACION DE LA LETRA : REUVE

PALABRAS DE CONVENCIMIENTO PARA LOGRAR COMPRA POR MEDIO DE UN PRESTAMO.

LA LETRA ES SUAVE Y FIRME AL MISMO TIEMPO, LO JUSTO PARA PODER CONVENCER A LA PERSONA INTERESADA.

# ASPIRINA

• Analgesico • Antirreumático • Antiinflamatorio

**EL PRESTAMO DE  
HIPOTECARIO**



**SU PROPIA  
VIVIENDA, YA.  
YA SU PROPIA  
MEDIDA:**

EN DISEÑO NO TODO ESTA DICHO... DESIGN CONCEPTS  
CLASIFICACION DE LA LETRA : HELVETICA MEDIUM

EN LA FRASE DEL DISEÑO NO HAY NADA DICHO ; VEMOS UNA TIPOGRAFIA  
HELVETICA MEDIUM ; QUE SE VE TRANQUILA Y SENCILLA

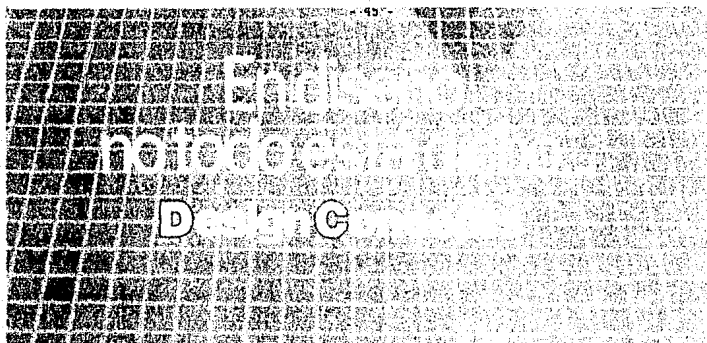
DESIGN CONCEPTS LLEVA UNA ANTIQUE BOLD EXTENDED PARA DISTINGUIR  
LA FIRMA O AUTOR DE LO YA ESCRITO ARRIBA

ATLANTIC G.L.S.  
CLASIFICACION DE LA LETRA : FUTURA BOLD  
PRODUCTO : AUTOMOVIL

AUNQUE AQUI TENEMOS OTRO EJEMPLO DE AUTOMOVIL , AQUI LA TIPOGRAFIA  
ES MAS SENCILLA Y AUSTERA , EVIDENTEMENTE EL AUTOMOVIL SE DESCRIBE  
DE ESA MANERA

MAGNUM Y LE BARON (PROD. AUTOMOVILES)

SON EL MISMO CASO ANTERIOR DEL AUTOMOVIL MALIBU , ES LA DESCRIPCION  
DE ALGO FUERTE , SOLIDO Y ELEGANTE.





SOLO HAY UN CHOCO MILK : EL DE PANCHO PANTERA

CLASIFICACION DE LA LETRA : COOPER BLACK

UNA TIPOGRAFIA SENCILLA , DIFERENTE Y CON MUCHA SEGURIDAD EN EL TRAZO ES ATRACTIVA E INTERESANTE , DEBIDO A QUE VA DIRIGIDO A UN PUBLICO IN FANTIL SE JUEGA CON EL TRAZO Y TAMANO DE LA LETRA.

Y POR SUPUESTO ROYAL SECRET ( PRECIOSO , RADIANTE , ANHELADO )

PRODUCTO : PERFUME

CLASIFICACION DE LA LETRA: ART SCRIPT

LA ELEGANCIA DE LA LETRA NOS INDICA QUE SE TRATA DE UN PRODUCTO DELICADO Y FINO , UN PRODUCTO FEMENINO

PAVLOVA (PARIS)

PRODUCTO : ROPA FEMENINA

CLASIFICACION DE LA LETRA : ARNOLD BOKIN

TOPOGRAFIA DECORATIVA , PERO SOFISTICADA , COMPLICADA Y MODERNA.

ALGO NUEVO

CLASIFICACION DE LETRA : HELVETICA MEDIUM

ESTA FRASE LA PUSE COMO EJEMPLO QUE DA EL CONTRASTE DIFERENTE A LA HOJA DE MI COLLAGE ROMPE EL ESTILO QUE EXISTIA CON UN TRAZO MUY RIGIDO Y SIN NINGUN TOQUE DE DISTINCION .

# Sólo hay Un Choco Milk: El de Pancho Pantera

Y por supuesto, Royal Secret.  
Precioso. Radiante. Anhelado.

*Royal Secret*



algo | nuevo

MARCA : EDOARDO'S (CALIFORNIA)

PRODUCTO : JEANS PARA HOMBRE Y MUJER

CLASIFICACION DE LA LETRA : HELVETICA EXTRA BOLD

EDOARDO'S ES UNA MARCA DE JEANS, ES DECIR, PANTALONES DE MEZCLILLA, ES ROPA PARA GENTE JOVEN Y ES PARA AMBOS SEXOS, ES POR ELLO QUE LA LETRA ES SENCILLA MAS BIEN SIMPLE Y COMO NO ES ROPA PARA MUJER SOLAMENTE, NO SE PUEDE USAR UNA TIPOGRAFIA MUY DECORATIVA.

LA PALABRA CALIFORNIA LLEVA UNA TIPOGRAFIA "PUMP LIGHT", COMO ES UNA PALABRA SECUNDARIA LLEVA TIPOGRAFIA LIGERA, PARA NO ROBAR LA ATENCION DE LA PALABRA PRINCIPAL.

EN LAS PALABRAS: "ASI VIVE (JOAN COLLINS)", LA LETRA PODRIA SER UNA VARIANTE DE LA LETRA: "ZAPF CHANCERY MEDIUM", YA QUE ES MUCHO MUY PARECIDA, PERO, EN LA LETRA "L" HAY UN DETALLE DIFERENTE AL IGUAL QUE EN LA "S" QUE NO ES LA MISMA.

MARCA : ANAIS ANAIS

PRODUCTO : PERFUME FEMENINO

CLASIFICACION DE LA LETRA : GARAMOND ITALIC BOLD

ES UNA TIPOGRAFIA DECORATIVA, SENCILLA, FEMENINA QUE SE ENCUENTRA ENCERRADA EN UNA ESPECIE DE ELIPSE, SIEMPRE SE ESCRIBE CON ESA DISTINCION, YA SEA PARA PROPAGANDA, QUE PARA EL PERFUME MISMO.

MARCA : YVES SAINT LAURENT

PRODUCTO : PERFUME

CLASIFICACION DE LA LETRA : HELVETICA LIGHT CONDENSED

EN ESTE CASO VEMOS QUE ADEMAS DE QUE LA LETRA ES COMPACTA, EL NOMBRE VA TOTALMENTE PEGADO, SIN SEPARACION ENTRE UNA PALABRA Y OTRA, HACIENDO RESALTAR LAS INICIALES PARA METRAR EN CONFUSION.

**—edoardo's**

California

jeans de colección

**Así vive**

*Joan Collins*

**Amorosos**

El más tierno de los perfumes

Parfums  
**YVES SAINT LAURENT**

EN LAS PALABRAS "EN BUSCA DEL CIELO" TENEMOS LA TIPOGRAFIA CONOCIDA COMO "CALIGRA" , ESTE TITULO ESTA CALIFICADO POR DECIR ASI , UN LUGAR DE REPOSO , EN DONDE EXISTE ARTE GOTICO DE LA EPOCA , Y ESTA LETRA ADEMAS ES MUY PARECIDA A LA LETRA GOTICA , PERO UN POCO MAS - SENCILLA.

GRAND SLAM: LLEVA UNA TIPOGRAFIA "SERIF GOTIC HEAVY"

MARCA : EXCEED DE CITIZEN

PRODUCTO : RELOJ DE PULSERA

CLASIFICACION DE LA LETRA : "UPDATE"

EN LA TIPOGRAFIA VEMOS PERFECTAMENTE QUE SE TRATA DE UN RELOJ CON NUMEROS DIGITALES , Y LA TIPOGRAFIA QUEDO QUE NI MANDADA A HACER ES EN CASOS COMO ESTE, EN EL QUE PODEMOS DARNOS EL LUJO DE USAR UN TIPO YA EXISTENTE Y A LA MEDIDA.

TARNI SHIELD: NOMBRE PROPIO

CLASIFICACION DE LA LETRA : LE GRIFFE

ES UN NOMBRE FEMENINO , ESCRITO CON LETRA DECORATIVA Y FEMENINA

EL NOMBRE DE CLAUDIA , ESTA ESCRITO EN SOLO DOS TIPOS DE LETRA , UNO ES EL CARSON ITALIC QUE LO VEMOS ARRIBA EN ESTILO OUT LINE , ES DECIR LETRA VACIA Y LA OTRA ES LLENA , ES DECIR BOLD

LA PALABRA MUNDO DE CLAUDIA LLEVA LA TIPOGRAFIA ANNIE BOLD ITALIC

Arte Gótico \_\_\_\_\_

# EN BUSCA DEL CIELO

## GRAND SLAM

EXCEED  
de CITIZEN

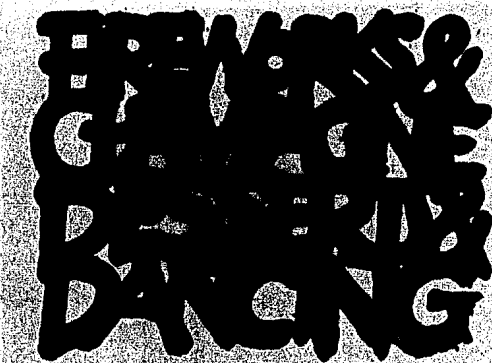
CLAUDIA

Tarni-  
Shield

*Mundo de  
Claudia*

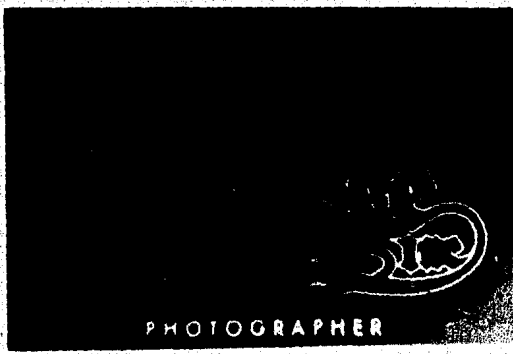
CLAUDIA

POSTERS COMPUESTOS UNICAMENTE POR TIPOGRAFIA.  
DISEÑADOS POR : TIM GIRVING  
911 WESTERN AVENUE , SUITE 420  
SEATTLE WASHINGTON 98104  
(206) 623-7918 , 623-7808 , 623-7816





STUDIO ARTIST ( SINCE 1952)  
DISEÑADO POR : STUDIO ARTIST INC.  
638 SOUTH VAN NESS AVENUE  
LOS ANGELES CALIFORNIA 90005  
(213) 382-6281



**MORE CRAFT**

**DISEÑADO POR : RON MORECRAFT**

**920 BROADWAY**

**NEW YORK , NEW YORK 10010**

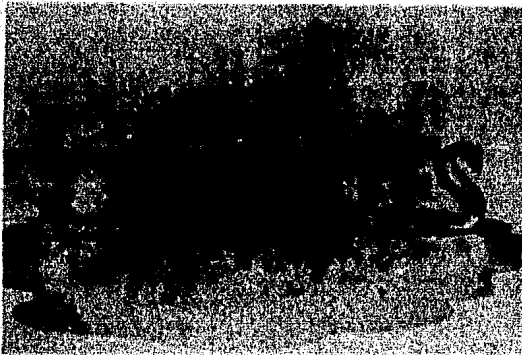
**(212) 475-6101**

**ICE CASTLES**

**DISEÑADO POR : STANISLAW FERNANDEZ**

**35 EAST 12TH , NEW YORK , 10003**

**(212) 533-2648**

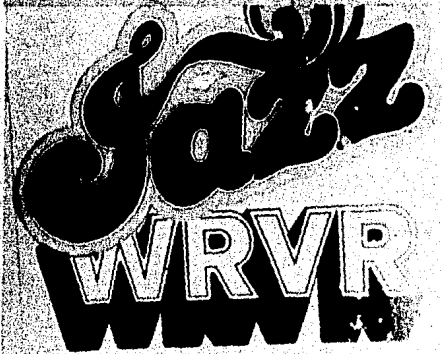


JOHN TRAVOLTA ( URBAN COWBOY )  
DISEÑADO POR : NEW YORK STUDIO  
1 WEST 85 STREET # 11 E  
NEW YORK , NEW YORK 10024  
(212) 799-4789

POP UPS  
DISEÑADO POR : KEN WHITW DESIGN INC  
1111NORTH TAMARIND  
LOS ANGELES CALIFORNIA 90038  
(213) 467-4681

JAZZ , WRVR  
DISEÑADO POR : ELY BESALEA  
235 EAST 49TH STREET  
NEW YORK , NEW YORK 10017  
(212) 759-7820

ESTA YESO  
SALIR DE LA  
CALLE DE  
DIBUJOS



**TIPOGRAFIA  
COMERCIAL**

## EL NOMBRE DEL PRODUCTO

EL NOMBRE IDEAL DE UN PRODUCTO DEBE TENER LAS SIGUIENTES CARACTERISTICAS:

1) DEBE INDICAR QUE SATIFACE UNA NECESIDAD EXPERIMENTADA, COMO LOS COLCHONES "BEAUTY REST" Y LOS CIGARROS "KOOL".

2) DEBE SER FACIL DE PRONUNCIAR, DE LEER Y DE ESCRIBIR SIN FALTAS DE ORTOGRAFIA. TAMBIEN DEBE SER FACIL DE RECONOCER Y DE RECORDAR. EN ESTE CASO ESTAN LAS PASTAS DENTRIFICAS "CREST" Y "COLGATE", LAS GALLERTAS "RITZ". SOBRETUDO SI SE COMPARAN CON OTROS NOMBRES, COMO EL DE LOS CIGARROS "PALL-MALL", PAÑUELOS FACIALES "KLEENEX", ETC., AUNQUE SON NOMBRES QUE TIENEN LA VENTAJA DE QUE SE DISTINGUEN FACILMENTE, DEBE TENERSE PRESENTE QUE UNA PARTE POR LO MENOS DEL ESFUERZO PROMOCIONAL DE LA EMPRESA, DEBE ESTAR DEDICADA TAMBIEN A ENSEÑAR AL PUBLICO COMO SE ESCRIBE Y SE PRONUNCIA CORRECTAMENTE EL NOMBRE DEL PRODUCTO.

3) DEBE ATRAER LA ATENCION COMO EL PERFUME "MY SIN" QUE SIGNIFICA: "MI PECADO", LOS PAÑALES DESECHABLES "KLEEN BEBE", EL DESODORANTE: "MUM" Y EL AUTOMOVIL "MUSTANG".

4) DEBE INDICAR LA CALIDAD O ALGUNA VENTAJA DEL PRODUCTO, COMO EL SHAMPOO "FLEX", LAS BATERIAS "EVEREADY".

5) DEBE INDICAR UNA SUGERENCIA AGRADABLE, COMO EL PERFUME "EVENING IN PARIS" (TARDE EN PARIS) Y LOS ANILLOS "RAYS OF LOVE" (RAYOS DE AMOR).

PODRIA DECIRSE QUE EL EXITO DEL NOMBRE DEL PRODUCTO SE DEBE, EN PARTE A LA BUENA ELECCION DE LA TIPOGRAFIA.



"Ahora mi familia  
despierta con  
gusto con

**MEUADO  
MILK**

El rico y cremoso  
**CHOCO MILK**  
es el gran compañero.

**Tutsi**  
*Jarabe*  
con sabor a chocolate

Disfrute  
Multigrano,  
el gran pan de:

**BIMBO**

**Kremel**  
**PUDIN**  
SABOR  
VANILLA

**JELL-O**

POSTRE DE GELATINA

SABOR  
**Cereza**

**Crest**

PASTA DENTAL ANTICARIES  
CONTENIDO NETO 75ml



SABOR MENTA

**Colgate**

COMPLETA

PREVEN

LA COCA COLA

LA INDUSTRIA REFRESQUERA DE LA COCA-COLA, EXISTE DESDE LOS AÑOS 30 APROXIMADAMENTE, TUVO SU AUGE DURANTE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL.

LOS SOLDADOS NORTEAMERICANOS LA TOMABAN DEBIDO A QUE LES DISMINUIA EL CANSANCIO.

EL REFRESCO INICIALMENTE SE HACIA DE COCAINA Y DE AHI SE DERIVA SU NOMBRE.

LA TIPOGRAFIA DE LA COCA-COLA ES CONOCIDA INTERNACIONALMENTE.

SU LOGOTIPO, CONSTA SOLO DE TIPOGRAFIA SIN UTILIZAR NINGUN SIMBOLO, COMO ES LO USUAL EN LA MAYORIA DE LOS LOGOS.

LOS COLORES DE ESTA COMPANIA SON BLANCO Y ROJO.

LA TIPOGRAFIA ESTA CLASIFICADA COMO DECORATIVA MANUSCRITA.

ESTE REFRESCO SE HA HECHO DE MUCHA FAMA, DEBIDO A LA BUENA PUBLICIDAD QUE HA TENIDO HASTA LA FECHA.

LA TIPOGRAFIA DE LA COCA-COLA ES TAN CONOCIDA QUE MUCHAS VECES ES USADA CON OTROS FINES COMERCIALES.

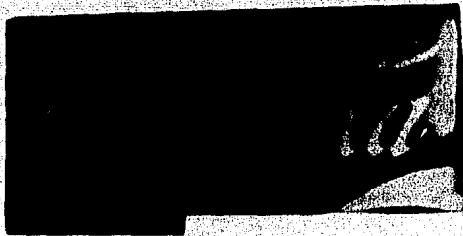
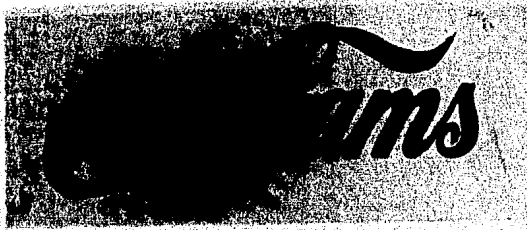
UN EJEMPLO CLASICO ES EL SIGUIENTE : SI NOSOTROS VEMOS UN CARTEL PUBLICITARIO CON LAS PALABRAS COCA-COLA CON SUS FAMOSAS Y PARTICULARES LETRAS "C", AUTOMATICAMENTE LEEMOS LA PALABRA COCA-COLA.

AUNQUE EN EL CARTEL NO DIGA ESO.

TENEMOS TAN APRENDIDAS LAS LETRAS QUE LEEMOS UNA PALABRA POR OTRA.

ESTO EN PSICOLOGIA ES CONOCIDO COMO REFLEJO CONDICIONADO.

ESTE FENOMENO EL DE VER Y LEER UNA PALABRA POR OTRA LLEGA A TAL EXTREMO DE QUE NO ES NECESARIO VER LA PALABRA A COLOR COMO ES, SINO QUE PUEDE INCLUSIVE ESTAR ESCRITO EN BLANCO Y NEGRO, CON LETRA BOLD Y OUTLINE Y AUN ASI SEGUIREMOS CAYENDO EN EL ERROR UNA Y OTRA VEZ.



**GLOSARIO:**

**GOTICA:** ESCRITURA DE CONTORNOS ANGULARES DESARROLLADA EN ALEMANIA Y QUE DES PLAZO A LA ROMANA EN EL SIGLO XII. TAMBIEN SE APLICA EL TERMINO A - LOS TIPOS DERIVADOS DE ESTA ESCRITURA.

OTRAS DENOMINACIONES: "FRAKTUR" - "OLD ENGLISH".

**GRACIA:** (EN INGLES: SHERIFF): TROZOS SECUNDARIOS (DE UNION, ADORNO, ETC.) - DE UNA LETRA Y QUE JUNTO CON ESTA O EL ELEMENTO NECESARIO, DISTINGUE ENTRE SI LAS DISTINTAS FAMILIAS.

**IMPRESION:** PROCESO DE GRABAR EN PAPEL UN MATERIAL COMPUESTO.

**LEGIBILIDAD:** EFECTO ACUMULATIVO DEL MATERIAL IMPRESO SOBRE EL OJO HUMANO.

**LINEOTIPIA:** MAQUINA QUE FORMA LAS BARRAS O LINEAS DEL TEXTO.

**LUDLOW:** MAQUINA QUE PRODUCE MUESTRAS DE DISTINTO TAMARO EN UNA LINEA A PARTIR DE MATRICES MONTADAS A MANO.

**MEDIDA:** ANCHURA DE UNA COMPOSICION QUE SE SUELE MEDIR EN "PICAS"

**MONOTIPIA:** NOMBRE COMERCIAL DE UNA MAQUINA DE COMPONER QUE FORMA TIPOS. EL SISTEMA LO INVENTO TOLBERT LANDSTONE EN OHIO, EN 1887. TAMBIEN, SE DENOMINA MONOTIPIA AL PROCESO DE HACER UNA IMAGEN EN VIDRIO, METAL, ETC., Y DESPUES SACAR UNA IMPRESION EN PAPEL. SOLAMENTE SE PUEDE SACAR UNA IMPRESION.

**NEGRA:** (LETRA) TIPO CON ASPECTO NEGRO Y LLAMATIVO BASADO EN LAS MISMAS QUE EL TIPO NORMAL (REDONDA), DE LA MISMA FUENTE.

**PICA:** ANTIGUA UNIDAD DE MEDIDA, EQUIVALENTE A 12 PUNTOS.

**PUNTO:** UNIDAD PARA LOS TIPOS. EN EL SISTEMA "DIDOT", EQUIVALE A 0.376 MM, EN EL SISTEMA ANGLOSAJON ES 1/72 avo. DE PULGADA. SIGNO DE PUNTUACION QUE INDICA UNA PARADA.

**RETICULA:** TRAMA, CUÁDRICULA EN BASE A LINEAS MUY FINAS QUE SE USA PARA IMPRIMIR SEMITONO DESCOMPONIBLES EN UNA SERIE DE PUNTOS.

**SAN SERIF:** FAMILIA DE TIPOS QUE CARECEN DE GRACIA Y DE CONTRASTE EN EL AS-  
TA, TAMBIEN CONOCIDA COMO "PALO SECO".

**SERIF:** (GRACIA): PEQUERO TRAZO TERMINAL QUE REMATA EL TRAZO PRINCIPAL (AS-  
TA) DE UNA LETRA.

**SUBTITULO:** FRASE DE TIPO EXPLICATIVO QUE VA DESPUES DEL TITULO, ES DECIR, -  
ABAJO DEL ENCABEZADO.

**TIPO:** CARACTER FUNDIDO EN UNA PIEZA RECTANGULAR DE METAL, EMPLEADO PARA LA  
IMPRESION TIPOGRAFICA.

**TIPOGRAFIA:** EL PRINCIPIO DE LOS PROCESOS DE IMPRESION, ES LA GRAFICA O EL  
TRAZO DE LAS LETRAS, YA SEA QUE SE HAGA EN UNA IMPRENTA O A MA-  
NO LIBRE (PARA TEXTO EN GENERAL).

**TIPOMETRO:** REGLA GRADUADA EN CIERTOS PUNTOS, QUE SIRVE PARA MEDIR EL MATE-  
RIAL TIPOGRAFICO.

BIBLIOGRAFIA:

- 1.- TYPOGRAPHY DESIGN AND PRACTISE  
BY JOHN NOEL CLAUDE LEWIS  
FIRST EDITION , 1978  
PRINTED IN GREAT BRITAIN
- 2.- LETTERING DESIGN FORM AND SKILL IN DESIGN AND USE OF LETTERS  
BY MICHEL HARVEY , FOREWORD BY JOHN RIDER  
1980 EDITION  
BONANZA BOOKS 1 PARK AVENUE , NEW YORK, NEW YORK 10016
- 3.- TYPE & I., -?"  
TYPE AND TIPOGRAPHY ( THE DESIGNERS TYPE BOOK)  
BY BEN ROSEN , REVISED EDITION  
1976 EDITION BY LITTON PUBLISHING Co.
- 4.- INTERPRESS GRAFIK 81/3 MAGAZINE  
INTERNATIONAL QUARTERLI FOR VISUAL CULTURE 1981  
MONTHLY PUBLICATION  
RUSSIAN , GERMANY , FRENCH , ENGLISH AND. SPANISH
- 5.- AMERICAN SHOWCASE VOLUMES 3 and 4  
THE FINEST SOURCE OF TALENT IN PHOTOGRAPHY , GRAPHIC DESIGN , ILLUSTRATION , ETC.  
FILM AND VIDEO  
THE IMAGE BANK  
AMERICAN SHOW CASE INC  
SUITE 1919  
30 ROCKEFELLER PLAZA , NEW YORK , NEW YORK 10020 (212-245-0981)
- 6.- PUBLICIDAD COMERCIAL  
POR DOROTHY COHEN ( PROFESORA DE MERCADOTECNIA EN LA UNIV. DE HOSFRA)  
EDITORIAL DIANA  
1A. EDICION ENERO 1974  
3A EDICION ENERO 1980 , ULTIMA
- 7.- MODOS DE VER.  
COLECCION COMUNICACION VISUAL  
EDITORIAL GUSTAVO GIL S.A.  
ROSELLON 8789 BARCELONA 15  
POR JOHN BERGER , SVEN BLOMBERG , CHRIS FOX , MICHEL DIBB , RICHARD HOLLIS.  
IMPRESO EN ESPAÑA  
TRADUCTOR JUSTO G. BERAMENDI 2A TIRADA 1975
- 8.- ILUSTRACION Y DISEÑO (TECNICAS Y MATERIALES)  
DEL CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGIA