

LA ARGUMENTACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA A MEDIDA PARA EL DISEÑO EDITORIAL

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Lorea Citores Álvarez
Máster en Tipografía Avanzada
2015/2016

Tutor: Enric Jardí

EINA Centre Universitari
de Disseny i Art de Barcelona

ABSTRACT

La propuesta del Trabajo Final de Máster gira en torno a las fuentes hechas a medida. Más concretamente se propone hacer una investigación sobre los textos explicativos de estas fuentes en el ámbito del diseño editorial a nivel internacional.

El trabajo consistirá en analizar un número determinado de tipografías en un determinado periodo de tiempo, con la intención de analizar los textos que se publican a modo de justificación de estas. Con el fin de razonar objetivamente ciertos aspectos relacionados con ellas, como podrían ser: cuales son los factores determinantes para su creación, los datos técnicos de estas, si hay algún punto común entre alguna parte de los proyectos, si hay algún dato que necesite referencias para ser comprendido de forma correcta, etc.

ÍNDICE

6	DEFINICIÓN DEL TEMA	5
6	OBJETIVOS	
8	METODOLOGÍA	
11	ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL	
12	INTRODUCCIÓN	
14	ARGUMENTACIÓN	
	14 ANTECEDENTES TIPOGRAFÍAS DEL SIGLO XX	
	20 CASOS ACTUALES TIPOGRAFÍAS DEL SIGLO XXI	
32	FICHAS TÉCNICAS	
38	CONCLUSIÓN Y TESIS	
50	BIBLIOGRAFÍA	

DEFINICIÓN DEL TEMA Y OBJETIVOS

DEFINICIÓN DEL TEMA

El objeto de estudio se centra en las tipografías diseñadas a medida para el diseño editorial, tanto para medios digitales como analógicos.

OBJETIVOS

Objetivo principal

- Verificar la veracidad de la argumentación en la tipografía a medida en el diseño editorial.

Objetivos secundarios

- Hacer una recopilación de algunos de los casos más relevantes en un periodo de tiempo concreto.
- Recopilar y analizar los textos que los autores publican a modo de especimen o como complemento a los especímenes.
- Analizar las características técnicas de tipografías seleccionadas.
- Analizar los factores que provocan el diseño de las nuevas fuentes.
- Verificar la información de los especímenes con diversas fuentes.
- Considerar la necesidad de las nuevas tipografías.

METODOLOGÍA

Siendo el fin de esta tesis el verificar la veracidad de la argumentación utilizada por los textos justificativos y explicativos de las nuevas tipografías por encargo en el medio editorial, se llevaron a cabo las fases de desarrollo que se indicarán a continuación.

De manera resumida: el estudio comenzó con la recogida de la información, analizándola y complementándola posteriormente mediante nuevas búsquedas o entrevistas personales con los autores. Finaliza con una conclusión en la que se contrastan datos y se plantean nuevos interrogantes derivados del estudio con el fin de dar respuesta al objetivo principal planteado.

Es necesario remarcar que dada la escasez de estudios en este campo por ser un fenómeno que se da sobretodo en la época actual, esta investigación puede ser considerada una de las primeras realizadas al respecto. Que tiene el fin de servir como punto de partida para nuevas investigaciones o estudios sobre el tema que se puedan dar en la posteridad.

FASE INICIAL

Contextualización y definición del tema. Se determina fijar el tema de estudio en las tipografías a medida. Se hace un análisis de los ámbitos en los que se desarrollan este tipo de proyectos y se termina por centrarlo en las creadas para diseño editorial. La razón es por un lado práctica y por otro organizadora, ya que al existir infinidad de ámbitos y escasos o inexistentes estudios sobre ellos, desarrollar un estudio sobre todos podía producir resultados poco determinantes y relevantes.

Determinación de objetivos. Se fijan una serie de objetivos con los que el trabajo de investigación se irá encaminando a medida que se desarrolla.

Definición de los conceptos básicos. Se realiza una breve introducción al tema definido en el inicio con la intención de situar al lector e informar de una manera más concreta de que trata el estudio.

Búsqueda y selección de casos. Por los pocos estudios existentes anteriormente mencionados, se opta por hacer una búsqueda general de tipografías a medida y hacer una selección de ellas teniendo en cuenta:

- Tipografías que pueden ser consideradas antecedentes por su fecha de creación (anteriores al siglo XXI).
- Tipografías creadas en el siglo actual como casos de estudio.
- La dimensión que abarcan como proyecto.
- Dar prioridad a proyectos de tipografías para uso en cuerpo de texto.
- El impacto que han tenido en el diseño tanto tipográfico como periodístico.
- La procedencia de los medios, dando así preferencia a crear un abanico de fuentes con una perspectiva internacional.
- Proyectos que dispongan de material para analizar, primordialmente textos o documentación con un fin explicativo-justificativo de la fuente.
- Casos creados con enfoques "originales" o innovadores.
- Casos que comprenden soportes actuales o creados específicamente para ello.

FASE DE DESARROLLO

Recopilación de fuentes e información. Una vez determinados los filtros y requisitos para la selección, se lleva a cabo una búsqueda de aproximadamente 20 casos. Este número se toma simplemente como referencia adaptándolo a las necesidades que surgen en la ejecución del trabajo y los contratiempos relacionados con la documentación. En lo

relacionado a las fuentes siempre se intenta lograr que la información sea lo más fiable posible, fundamentalmente:

- Fuentes de relación directa al autor como pueden ser paginas webs personales de su autoría.
- Webs de las fundiciones y distribuidoras de tipografías.
- Documentos, catálogos o especímenes de origen fiable con referencias a la información técnica del mismo.
- Diarios o medios de comunicación especializados en el ámbito de diseño editorial y tipográficos.
- Portales webs especializados.
- Contactando y entrevistando al propio autor de la tipografía, aunque en ocasiones resulte imposible.

Unificación y ordenación de la información. Estudio y análisis de los casos. En esta parte se transcriben todos los datos de la fase anterior al documento escrito rigurosamente. En los casos de haber obtenido la información en un idioma distinto al castellano se traducen de la forma más literal posible. Todos los datos recogidos tienen una referencia bibliográfica citada, bien durante el escrito, o bien al finalizarlo. Los datos relacionados a la parte de Fichas Técnicas son completados paulatinamente mientras se realiza la parte correspondiente a Argumentación, por medio de entrevistas a los autores y por búsqueda específica vía web.

En la parte correspondiente a Fichas Técnicas se incluyen datos breves.

Las imágenes se van disponiendo a lo largo del trabajo con la intención de servir como ayuda para la comprensión óptima del estudio. Todas ellas convenientemente citadas y mencionadas en las páginas finales del trabajo.

Entrevistas a los autores. En los casos que necesitaban algún tipo de aclaración o de información adicional se contactó con el autor vía email. Se generó y envió un cuestionario base al que se le fueron añadiendo más preguntas según el caso. En algunas ocasiones se recibió respuesta mientras que en otras no. Todas estas respuestas han sido incluidas en los textos a modo de cita, aclaración o nuevo dato.

FASE FINAL

Verificación y comparación de los datos. Se procede mediante las entrevistas y búsqueda de información anteriormente citadas a verificar y a comprobar los datos de la parte correspondiente a Argumentación. Mediante la comparación de imágenes, textos, aclaraciones, etc.

Conclusión, síntesis del estudio y exposición de la tesis. Se procede de manera clara y ordenada al desarrollo y exposición de las deducciones y resultados obtenidos con el estudio en el que se detallan todos los logros obtenidos, reflexiones infundidas e interrogantes ocasionados a raíz de la investigación.

Como ya se mencionaba en anteriores páginas el fenómeno de las tipografías por encargo, al ser relativamente nuevo, no dispone de gran cantidad de estudios y obras. De los que dispone son trabajos de la época actual por lo que su búsqueda puede llegar a resultar algo complicada.

Un gran icono de la tipografía como es Adrian Frutiger, hace una breve mención a las tipografías por encargo en su libro Tipografía. En él expone algunos trabajos realizados para marcas y empresas pero sin embargo no da mayores datos acerca de este sector.

Por otro lado, en el mismo centro de estudios en el año 2009 el alumno Carlos Zinno presentó un trabajo de investigación que trataba este mismo tema. Este trabajo hace un enfoque informativo y recopilativo sobre el tema, podemos observar casos de tipografía a medida en prácticamente todos los sectores y una recopilación de información acerca de estos. Además genera una clasificación dependiendo del tipo de necesidad, ámbito de diseño, época, etc. Este trabajo servirá de base inicial con el fin de generar una visión general sobre el campo de estudio y poder acotarlo para llevar a cabo el presente.

"La Argumentación en la Tipografía a medida para el Diseño Editorial" se centra en uno de los campos que ya mencionaba Zinno en su tesis, con el fin de lograr un estudio más detallado, específico y efectivo.

INTRODUCCIÓN

La tipografía es una disciplina que está dentro del ámbito de la comunicación visual. Según dice Kunz (2004) es la parte que atiende a la correcta comunicación gráfica y verbal del mensaje, para que su significado intelectual y contenido emocional se transmita de la manera más óptima posible. La forma de la letra y su contenido deben estar vinculados entre ellos. Debe haber un equilibrio entre la forma y la función.

La tipografía a medida podría decirse que es por Zinno (2009) "un diseño de una fuente o familia tipográfica con valores estéticos y funcionales predeterminados y definidos para satisfacer una necesidad concreta". Dado que las tipografías a medida pueden cubrir un sinfín de necesidades concretas para cada publicación, deberían ser valoradas de manera independiente atendiendo a cada problema específico.

Debe mencionarse al mismo tiempo que si atendemos a que "en el campo de la comunicación la tipografía es el equivalente visual de una voz: el enlace tangible entre el escritor y el lector" (Cheng, 2006) es natural que las tipografías en el medio editorial estén en constante cambio y regeneración, a razón de que surgen nuevas necesidades tanto técnicas como de comunicación.

Habitualmente el rediseño de los medios de comunicación implica la creación de nuevas fuentes tipográficas ya que indiscutiblemente "la tipografía adecuada, en combinación con la maquetación y el tratamiento tipográfico, da lugar a documentos perfectamente diseñados, tanto en sus aspectos estéticos como en los conceptuales, a fin de alcanzar un objetivo común" (Cheng, 2006). Aunque la razón principal de uso de las fuentes en los medios de comunicación de prensa escrita podríamos pensar que debería ser la funcional y práctica, con intención de mejorar la legibilidad y la experiencia del lector, la reproducción analógica y digital, el ahorro de espacio y por ende, el ahorro económico, etc. En ocasiones se puede anteponer en un rediseño, la finalidad de crear una fuente que le aporte diferenciación e identidad.

Cada vez más frecuentemente, en parte podríamos decir que debido a la proliferación de los diseñadores de tipografía digital —pudiendo ser uno de los factores más significativo la existencia y la proximidad de los medios para su creación—, nacen nuevas tipografías a medida para el diseño editorial y es necesario analizar el porqué de su creación para poder generar cada vez mejores diseños.

ARGUMENTACIÓN

ANTECEDENTES

SIGLO XX

CENTURY SCHOOLBOOK

Eyesight Facts

PROPER TYPE ESSENTIAL FOR
SCHOOLBOOK PRINTING

EYESIGHT is a valuable attribute of the physically perfect man, and anything that can be done to develop or protect it is of highest importance. Little has been done until lately regarding the legibility of type faces and the influence of schoolbooks and school printing on the correct development of a child's eyesight. Many persons believe that a child is born with perfect eyesight, but when very young the child can merely perceive the difference between light and darkness, and even at the period when school life begins the eye is still immature. Oculists find that a child's eyes do not reach full development until about twelve years of age. Up to this time they are often permanently injured by improper use.

LEGIBILITY IN TYPE DESIGNS

ASERIES of tests and experiments made by the British Association for the Advancement of Science, the Clark University, Worcester, Mass., the Board of Education of New York City, the American Type Founders Company and others, all go to show that some styles of type are far more legible than others. It is significant that all the experimenters working independently arrive at practically the same conclusions as to just what constitutes the most legible type and therefore best adapted for children's use and general school printing. Century Schoolbook was designed

Detalle del espécimen de
Century Schoolbook.

FIG.1

Bajo el encargo en 1919 de la editorial de libros de texto Ginn&Co Morris Fuller Benton crea la Century Schoolbook, un tipo de letra que debía responder a la condición de “ser una tipografía de fácil lectura para libros de texto” (Wikipedia). Esta tipografía, con el paso del tiempo, fue siendo cada vez más popular por ser utilizada en los libros y documentos con los que un gran número de personas aprendían a leer en Norte América.

Morris Fuller la presenta en 1923 en un catálogo de American Type Founders, la fundición para la que trabajaba, con un espécimen en el que dominan dos grandes títulos: “Datos sobre la vista. El tipo adecuado esencial para la impresión de libros” y “Legibilidad en el diseño tipográfico”. Para presentar su nueva creación como introducción al primero de los títulos, el diseñador hace mención a la poca importancia que se le da al tipo de letra con el que leen los niños desde temprana edad, exponiendo en líneas posteriores que “los oculistas han descubierto que el desarrollo pleno del ojo de un niño no se alcanza hasta los 12 años. Hasta ese momento están permanentemente perjudicados por usos indebidos”. Todo ello para explicar al lector que, al no recibir las imágenes correctas para su visión “imágenes más grandes y claras”, el niño lo compensa acercando el material a sus ojos con la consecuencia posterior de una posible miopía y tensión ocular. Con ello Morris Fuller propone establecer unos estándares de legibilidad para los libros de texto según las edades, teniendo en cuenta los distintos factores que intervienen en el proceso de una correcta lectura, como son: la claridad de los libros, la cantidad de trabajo requerido, el tamaño y la forma de las paginas del libro y la calidad del papel usado.

En la segunda parte del espécimen dedicado a la legibilidad el autor menciona a los siguientes organismos como parte fundamental del estudio relacionado con las formas tipográficas: Asociación Británica de Ciencias Avanzadas, Universidad de Clark, Worcester Mass., Junta de Educación de Nueva York y American Type Founders. Dice haber llegado a prácticamente las mismas conclusiones por parte de todos esos organismos acerca de cual es el tipo más legible y correcto para los niños y las escuelas.

La Century Schoolbook fue creada teniendo en cuenta todas las consideraciones mencionadas en las líneas anteriores. Todos los detalles de la letra fueron estudiados con el fin de dar una buena respuesta a los problemas inicialmente planteados y responder tanto a las necesidades escolares como para terminar siendo una buena letra para otro tipo de usos ajenos a los jóvenes. Según los textos originales “el peso de cada línea fina y gruesa, tanto como el espacio en blanco de dentro de la letra han sido correctamente dimensionados con las mediciones micrométricas adecuadas a partir de una gran cantidad de datos experimentales recopilados a partir de diversas fuentes”.

TIMES NEW ROMAN THE TIMES



Muestra de la tipografía Times New Roman.

FIG.2

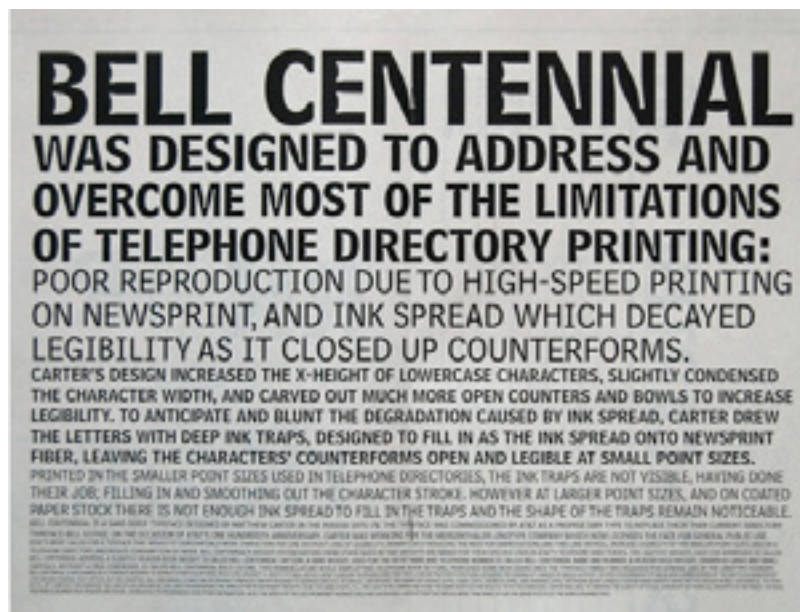
Unos años más tarde que la Century Schoolbook, en 1931, se presenta la Times New Roman, una tipografía creada para el periódico The Times. El encargo se da tras recibir la carta de Stanley Morison (el que sería su futuro autor), que en ese momento trabajaba para Monotype, criticando la tipografía que hasta la fecha estaba en uso en la publicación. Decía el autor al periódico que los tipos de Caslon “no mostraban la buena calidad del papel, y que estaban un poco pasados de moda para un papel que respetaba su historia pero que también se enorgullecía de ser contemporáneo”(Monotype). Fue en ese momento cuando se dio comienzo por primera vez a la identidad visual del periódico The Times. La tipografía Times fue y es una conexión de la historia con la modernidad. Una vez la tipografía fue ofrecida por Monotype como Times New Roman, por Linotype —tras venderle la primera la licencia de uso como Times Roman— y los sistemas operativos fueran añadiéndola años más tarde a sus catálogos tipográficos, obtuvo un éxito igual o mayor si cabe, al que tuvo el medio para el que fue creado.

Sobre la creación de esta tipografía, aunque su inspiración directa parece ser la tipografía Plantin de Frank Pierpont, un gran número de fuentes parecen coincidir en que “Times New Roman tiene su punto de partida en el trabajo de Robert Granjon” (Butterick) dado que Plantin también pudo tener su base en su trabajo. La Times New Roman se dibujó pensando en el ahorro de espacio que requería su uso en el periódico, por lo que sus caracteres son algo más estrechos de lo habitual.

Con el paso de los años y la llegada de las nuevas tecnologías, el diario The Times y la Times New Roman se fueron adaptando a cada contexto, llegando hasta el día de hoy, cuando entre sus soportes digitales encontramos que “la aplicación del iPad usa fuentes reales más que JPG o PDF en sus páginas. El texto se ajusta cuando la orientación cambia de vertical a horizontal, y el texto permanece nítido y legible. Teniendo sus fuentes incrustadas en la App, el renderizado de la pantalla se nota más consistente que otras aplicaciones del iPad, además el detalle tipográfico es sin duda el de The Times” (Monotype).

Actualmente la Times, tras sus muchas versiones posteriores a la original, como lo son en orden de creación Times, Times Europa, Times Modern y Times Millenium, puede decirse que es uno de los tipos más accesibles y conocidos por la gran mayoría.

BELL CENTENNIAL AT&T



Especimen de Bell Centennial donde se puede apreciar la tipografía en uso en diferentes tamaños.

FIG.3

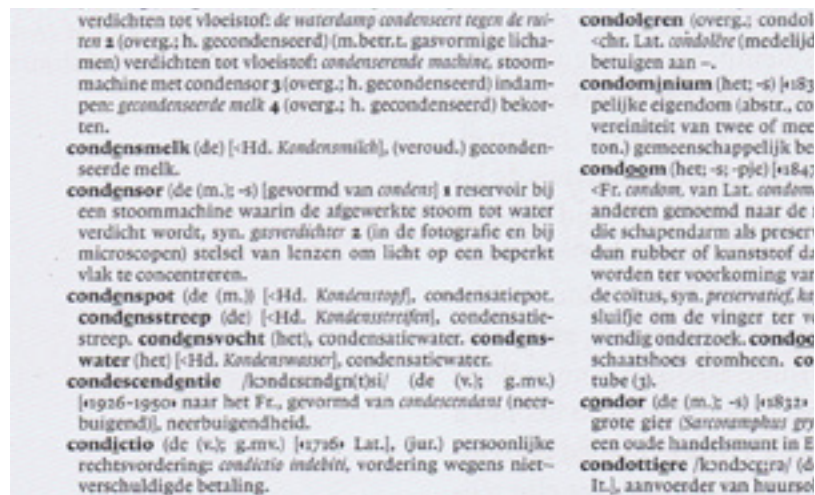
“Durante cuarenta años AT&T imprimió las guías telefónicas en linotipia usando Bell Gothic, pero con el surgimiento de la fotocomposición se descartó el fundido de matrices y el diseño de Bell Gothic tuvo que ser finalmente actualizado. En 1976, AT&T cumplió cien años y con motivo de este acontecimiento la letra fue rediseñada por Matthew Carter, quien la diseñó como ‘Bell Centennial’” (Zinno, 2009).

Matthew Carter recibió entre el 1975-78, el encargo de crear una nueva tipografía para AT&T con el fin de renovar Bell Gothic, la que hasta ahora había sido tipografía por su cien aniversario.

El *briefing* que la compañía le dio al diseñador indicaba que la nueva tipografía debía “superar la reproducción pobre debido a la alta velocidad de impresión del papel de periódico, y la expansión de tinta que cerraba sus contraformas” (Wikipedia). La Bell Centennial tiene una altura de X más elevada para las minúsculas, por lo que el carácter se condensa, y tiene además blancos internos y anillos mucho más abiertos para mejorar la legibilidad. “Para anticiparse y disminuir la degradación causada por la propagación de tinta, Carter dibujó las letras con unas profundas trampas de tinta, diseñadas para rellenarse mientras la tinta se expande en las

fibras del papel de periódico, dejando las contraformas de los caracteres abiertos y legibles en tamaños pequeños” (Wikipedia) de esta manera impreso en tamaños reducidos, las trampas de tinta no son visibles, rellenando y suavizando las astas de los caracteres. Sin embargo, en tamaños más grandes y en papeles estucados, no hay suficiente expansión para rellenar las trampas de tinta y las formas de estas siguen siendo apreciables.

LEXICON VAN DALE



Muestra de una página del diccionario impreso con Lexicon.

FIG.4

Tras diseñar la Trinité, Bram de Does recibió la consulta de Ben van Bercum sobre si esta tipografía estaba disponible para máquinas de linotipia con el fin de imprimir el diccionario Van Dale. La respuesta fue negativa pero B. Does propuso a B. Bercum el diseñar una tipografía específica para su uso, “un nuevo tipo que permitiera incluso con baja resolución una reproducción intachable y garantizase una legibilidad optima.” (Caflich, 2011, p.441). Tras la aprobación de la propuesta, se comenzaron a realizar los primeros bocetos de los que se hicieron algunas modificaciones.

El tipógrafo había estudiado tanto su tipografía Trinité, como el trabajo de Robert Granjon y la tipografía Times New Roman, de lo que sacó algunas pautas para su nueva letra: “la nueva tipografía debía ser más gruesa y con menos contrastes que la Times, cuya cursiva le parecía demasiado ancha, y la negrita debía corresponder mejor en su dibujo a la versión normal y ser algo más llena que la de la Times” (Caflich, 2011, p.444).

La letra Lexicon supuso una innovación tipográfica. Esta tipografía es muy apropiada para su uso en soportes en los que se tengan que utilizar cuerpos de letra muy pequeños e insertar muchos caracteres por línea en espacios muy reducidos. A diferencia de Trinité, en bajas resoluciones no se forman escaleras en los trazos verticales, por lo que conserva la legibilidad.

La colección Lexicon está formada por las familias Lexicon n°1 y Lexicon n°2. Cada una de ellas tiene seis grosores, de los cuales cada uno tiene sus tres estilos básicos (Romana, Cursiva y Versalita). Lexicon n°1 tiene las ascendentes y descendentes más cortas que Lexicon n°2, y las versales de esta última algo más altas que la n°1. Ambas comparten la misma medida de ancho.

En 2001 fue ampliada con una versión de negrita para titulares de periódicos.

PRINT PRINT



Muestra de caracteres de Print.

Sumner Stone diseñó para Print, la revista más antigua de América sobre diseño gráfico, la nueva tipografía Print que fue impresa por primera vez en 1991. La decisión la impulsó la introducción de métodos electrónicos (ordenadores) en la producción. Querían una tipografía para ser compuesta en columnas estrechas con largos textos sin perder la legibilidad y la comodidad de la lectura. Hasta entonces todas las tipografías con las que componían columnas estrechas eran electrónicamente estrechadas generando formas algo descompensadas, es por ello por lo que consideraron y apoyaron la creación de la tipografía. Sus dos fuentes de inspiración principales fueron la Century Old Style (la que entonces se utilizaba en la revista Print), diseñada años antes en 1894 para la revista Century Magazine por Linn Boyd Benton's Century y la Times New Roman mencionada en anteriores líneas.

Los alfabetos que creó, se diferenciaban por tener un 3% de diferencia en su anchura: dos condensados, uno normal y dos de diferente anchura.

Entre lo más característico y eficaz de la fuente está la colocación de sus trazos horizontales, “el de la e colocado suficientemente abajo, y la curva de esta misma letra es por debajo relativamente plana para que, en los cuerpos menores, los dos blancos no se taponen en la vertiginosa rotativa” (Cafilisch, 2011, p.236).

En comparación a la Century Old Style que sustituyó, cabe mencionar la diferencia entre las alturas de sus ascendentes y la bajura de sus descendentes, y que comparten el mismo ojo medio pero Print tiene unas ascendentes y descendentes más largas.

FIG.5

CASOS ACTUALES SIGLO XXI

GUARDIAN COLLECTION THE GUARDIAN



La colección Guardian.

FIG.6

Uno de los primeros proyectos de tipografía a medida para diseño editorial más amplios que se configuró a principios del nuevo siglo fue Guardian Collection para el rediseño del periódico The Guardian en 2005. Una amplia colección diseñada por Paul Barnes & Christian Schwarz. “Una gran familia para diseño editorial y situaciones que requieran una compleja jerarquía tipográfica” (Commercialtype, 2013, p.1). Es una familia tipográfica creada para poder superar cualquier posible necesidad sobre el papel.

Aunque haya sido pensada para la utilización en un periódico, contempla muchas más posibilidades de aplicación como el diseño editorial y la identidad corporativa por su carácter flexible y racional, aportando al texto un carácter serio. Se compone de siete familias y tiene 136 estilos en total:

Guardian Egyptian Headline, Guardian Sans Headline, Guardian Sans Headline Narrow, Guardian Sans Headline Condensed, Guardian Sans X Condensed, Guardian Egyptian Text y Guardian Agate Sans.

Se compone en primer lugar, de un tipo egipcio que mezcla el estilo de las formas Continentales con las proporciones de la egipcia inglesa. El estilo Guardian Sans Headline, es una sans humanista con leves influencias de la escritura manual, las formas clásicas y una aproximación a las sans serif holandesas. Más concretamente, la definen como “camaleón tipográfico” (Commercialtype, 2013, p.13), siempre combinada correctamente con otras tipografías. Aunque las versiones de los pesos extremos si que aportan cierta personalidad, a este estilo le caracteriza su neutralidad.

El estilo Sans Headline Narrow es un estilo condensado pero que no tiene apariencia de ello, es un estilo muy eficaz para el diseño de identidad y señalización. Un estilo en el que no hay detalles innecesarios en sus formas.

El estilo Sans Headline Condensed diseñado para los titulares exclusivamente mantiene el tono del anterior que ha sido mencionado, con unas curvas algo más cuadradas por su leve condensación pero manteniendo su redondez. El estilo Sans Headline X Condensed condensa aun más sus caracteres, haciéndolos algo más cuadrados aún , sin perder el humanismo de sus formas ni la economización del espacio.

El estilo egipcio diseñado para los textos funciona a la perfección en cuerpos pequeños y en calidades bajas de impresión, su itálica levemente inclinada tiene más apertura en sus contraformas, dando al texto un cambio de textura sin convertirse en una distracción para el lector.

Para finalizar con la familia Guardian tenemos Agate Sans, un estilo diseñado para impresiones en las peores calidades a tamaños de cuerpo muy pequeños. Con trampas de tinta y algunas formas de las letras diseñadas para que la tinta se expanda de manera correcta sin perder legibilidad a cuerpos más pequeños de 6 puntos.

SUNDAY TIMES MODERN THE SUNDAY TIMES

More writers & readers
Being a true English gentleman is not simply
“Strong elegance”
The London tradition & Special Newspapers
Englishman

Muestra de caracteres de
Sunday Times Modern

FIG.7

Tres años más adelante, en junio de 2008, The Sunday Times estrenó también tipografía a medida para sus titulares. Su autor, el tipógrafo Eduardo Manso, recibió el encargo en noviembre de 2007. Una vez comenzaron los primeros bocetos de la nueva tipografía, dibujos algo clásicos y convencionales, también comenzaron inmediatamente los cambios. Entre las instrucciones recibidas para la creación estaba “ser más

agresiva y mostrar mucha más energía, pero siguiendo siendo elegante; denotar tradición y ser contemporánea al mismo tiempo” (Manso). El proyecto comenzó dibujando formas clásicas, convencionales, ligeramente barrocas pero fue inmediatamente reencauzado hacia un tono que se ajustaba mejor a las instrucciones. Se redibujó una fuente mucho más “aguda, energética y masculina”, con gran personalidad, original y sin elementos que interrumpen el ritmo de la lectura.

La fuente Sunday Times Modern es algo condensada para que puedan entrar más caracteres por línea pero gracias a la apertura de sus caracteres este efecto se minimiza. Tiene seis estilos: Light, Light Italic, Medium, Medium Italic, Bold y Bold Italic.

Su uso en el periódico es en titulares principales a cuerpos entre 50pt y 90pt y de apoyo en otras secciones. Tiene una altura de cuerpo un 81% de las mayúsculas por lo que hace que la tipografía se vea diferente a otras fuentes.

MAJERIT EL PAÍS

El País es un periódico español, red
Es el periódico no deportivo de ma
En el aspecto formal, El País se cara
Tiene su sede social y redacción ce
Fue el primer periódico de clara vocac
Edita diferentes ediciones territoriale
El compromiso de El País con la dem
El País pertenece al mayor grupo me
En el aspecto formal, El País se carac

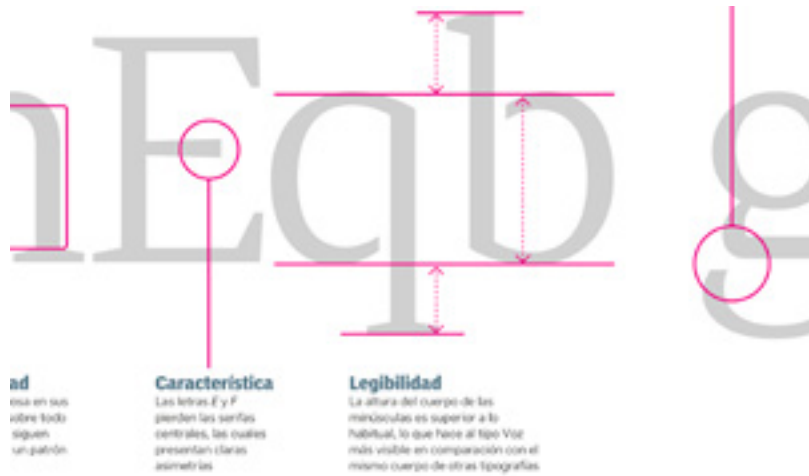
Muestra de caracteres de
Majerit

FIG.8

Mario Feliciano recibe un encargo desde Palmer&Watson con los que anteriormente ya había trabajado, para el diseño de una nueva tipografía para el diario El País en 2007. Con la intención de reemplazar a la tan utilizada Times que hasta ese momento se estaba usando en el diario. Las instrucciones para la creación de la nueva tipografía eran que mantuviese algo de la apariencia clásica y neutra de Times, pero que aportara cierto tono de modernidad.

La colección esta formada por tres versiones: Headline, Deck y Text. Y otras dos secundarias: Banner y Capitals. Majerit Headline tiene cuatro pesos con itálicas y una condensada. Deck tiene tres pesos con itálicas y Majerit Text otros tres con itálicas.

VOZ LA VOZ DE GALICIA



Muestra de los estilos de la tipografía Voz y detalle de sus caracteres.

FIG.9

Dino dos Santos recibe en 2010 el encargo de diseñar un tipo de letra exclusiva para el periódico La Voz de Galicia. Los requisitos para este nuevo tipo eran: “un tipo de letra romano, legible pero que presentase alguna capacidad de diferenciación, desarrollada en tres pesos (Light, Medium y Bold) con las respectivas versiones cursivas” (Revista Diseño, 2011, p.9).

En una primera fase de desarrollo se generó un dibujo de letra convencional que fue adaptándose y adquiriendo el carácter que el cliente demandó. “Se diseñaron más de una decena de variaciones, con diversos tipos de serifas y terminaciones, hasta que se culminó en el tipo de letra que, en adelante, va a poder ser visto en La Voz de Galicia” (Revista Diseño, 2011, p.9).

Como característico del nuevo tipo podemos mencionar los bucles que no llegan a cerrarse de algunas letras, ciertas serifas de algunos caracteres y los cortes bruscos de las letras “que contribuyen al carácter deseado, atribuyendo fuerza a la legibilidad y acentuando así su dibujo exclusivo” (Revista Diseño, 2011, p.9).

La familia la componen: Voz Light, Voz Medium, Voz Bold y sus respectivas itálicas y se utilizan junto a la tipografía Dobra que es utilizada exclusivamente por la sección de deportes del diario.

PERIÓDICO ABC

El cultural
Communication by writing
INDEPENDIENTE
One of the best magazine
Periódico
REGIONAL Y NACIONAL
The printed publications and the iPad
News Headlines
This supplement that contain a lot of things
International flavor
General-interest newspapers typically publish

Muestra de caracteres de
Periódico

FIG.10

La tipografía Periódico nace del encargo del periódico español ABC al tipógrafo Eduardo Manso en 2011. Periódico es un tipo de letra inspirada en los viejos grabados tipográficos de la segunda mitad del siglo XVIII. “Recogimos los detalles más relevantes de la tipografía española como fuente de inspiración, y en lugar de hacer un *revival* o una interpretación de esos modelos, nosotros comenzamos desde cero para crear una familia tipográfica realmente original” (Manso). La selección de los detalles tomados fue electiva, tomando solamente algunos de los hallados. Mencionar que los tipos del siglo XVIII habitualmente han sido usados para imprimir libros por lo que tienen generosas proporciones y alto contraste. Actualmente por el contrario, los encargos tipográficos para trabajo editorial persiguen el objetivo opuesto, el ahorro de espacio.

Por ello la tipografía Periódico es especialmente interesante en el punto donde se adapta esas formas de los tipos del XVIII al siglo actual con las peculiaridades correspondientes. “Podemos encontrar detalles de la antigua tipografía española, como la ña, presente en las letras U, G, T, con la que hemos trabajado para aplicarlo en otras letras” (Manso). Entre los caracteres más peculiares encontramos la letra a y g, en la forma de la panza de la a, detalle que fue aplicado a más caracteres.

La colección periódico se compone de 30 estilos, 10 para texto y 20 para titulares con el fin de solventar las necesidades de la publicación.

GANDHI LIBRERIAS GANDHI



Caracteres de Gandhi Sans
y Serif

FIG.11

Las librerías Gandhi de México crearon en el año 2012 una tipografía enfocada a incrementar los lectores y mejorar la lectura de los mismos. Fue creada por un grupo de tipógrafos y diseñadores y avalada por un grupo de oftalmólogos, neurólogos, editores e impresores.

“Es una tipografía que al compararse en el mismo tamaño con otras tipográficas, se ve más grande lo cual facilita la lectura” (Gandhi Tipografía, 2012). Los autores de la tipografía tuvieron en cuenta la expansión de tinta que se produce en los sistemas de inyección de tinta, ya que es el sistema de impresión más utilizado en México, para que la letra alcanzase a la hora de ser impresa su grosor y forma deseadas.

“Es una tipografía ligera, compone paginas con poco porcentaje de negro una característica apreciada por muchos lectores” (Gandhi Tipografía, 2012) además de ser un tipo que no tiene florituras. Puede usarse tanto en tamaños pequeños como en tamaños grandes sin sufrir alteraciones en su legibilidad.

FS ME MENCAP

Considered *Simplicity*
Studied *Accessible*
Functional Clarity
Legible Readable

Muestra de caracteres de
FSMe

FIG.12

Cuatro años antes, en 2008, Londres veía nacer FS Me, una tipografía diseñada por Fontsmith para Mencap dirigido a personas con algún tipo de discapacidad de aprendizaje con motivo del rediseño de su identidad. Como punto de partida la fuente tiene como objetivo dar un servicio a estas personas sin tratarlas tipográficamente como habitualmente lo hacen, con un tono infantil o poco serio. Es una fuente desarrollada junto a Mencap y esta recibe una donación por cada descarga de la fuente.

“Cada letra de la fuente fue probada por su atractivo y lecturabilidad con diversos grupos de discapacitados de aprendizaje a través de Reino Unido” (Fontsmith, 2008). Querían desarrollar una fuente para el público mencionado pero que sirviera para todas las personas en general sin que destacara por ello. El pliego de condiciones indicaba que debía ser una fuente que cumpliera con las normas de accesibilidad y que funcionara de manera optima a 12 pt, pero sin dejar de ser cálida y accesible.

Entre las aclaraciones y notas que encontramos en un libro-especimen colgado en *Issuu* por los autores encontramos los siguientes detalles:

- 1-Una baja unión en el asta define la r para que en combinaciones como rn no se confunda con una m.
- 2-Las curvas suaves en las astas más ligeras dan la sensación de más calidez y accesibilidad.
- 3-Las grandes aperturas de los blancos internos ayudan a la legibilidad.
- 4-Los puntos más grandes de la i y de la j aportan más claridad así como el punto y la cola de la coma.
- 5-Las letras que dan posibilidad de confusión han sido diferenciadas como la I i l.
- 6- Algunas astas terminan con una sutil suavidad que es amable y atractiva y sería al mismo tiempo.
- 7-Una O asimétrica crea sensación de movimiento en el texto y da una imagen de cursiva ligeramente manual.
- 8-Un ancho de asta un 17% de la altura de X fue el que más legible resultó.
- 9-En muchas fuentes la b, d y p se confunden, en este caso están bien diferenciadas.
- 10-Las ascendentes y las descendentes son largas para acentuar la forma de la palabra.
- 11-Hay cambios sutiles en el peso de cada caracter haciéndolo más fácil de leer.
- 12-las colas de las letras son algo más extendidas para generar formas más claras.
- 13-Los números son simples con la intención de tener la forma tradicional para facilitar el reconocimiento.

FINANCIER FINANCIAL TIMES

**THE TIMES REACHED NEARLY 629,000 CITIZENS
A SPECIAL EMPHASIS ON BUSINESS & ECONOMICS
Combined Average Daily Circulation of 234,193**

Financier Text Bold

**BY JAMES SHERIDAN & HORATIO BOTTOMLEY
FORMER FT JOURNALIST HIGH-PROFILE POSITION
Monetary Gold Spread Quickly from Asia Minor**

Financier Text Black

**WHILE THESE AEGEAN COINS WERE STAMPED
CULT CURRENCIES FROM BORDEAUX & BURGUNDY
Online Uptake of 216% Increased by Advertising**

Caracteres de Financier

FIG.13

El periódico Financial Times era un periódico tradicional. Con el rediseño que se llevó a cabo en el 2014, en el que se incluían nuevas formas de maquetación de página, como un mayor espacio en blanco y la inserción de un nuevo tipo de letra entre otras, se renovó y se modernizó su imagen.

Querían un tipo de letra totalmente versátil, que encajara en todas las secciones y también que se adaptara de manera correcta a todos los nuevos soportes del diario. “Algo con proporciones dignas para el texto y los titulares de periódicos, sin terminales de gota, que podrían tener una gama de pesos y funcionaran bien también en las pantallas digitales. Como

extra, algo con herencia británica sería ideal” (Klim, 2014).

La inspiración del trabajo llegó de la mano de la obra de Eric Gill, de sus tipografías Solus, Joanna y Perpetua. Siendo las dos primeras la inspiración de la tipografía para textos y la última para el estilo *Display*. Los primeros dibujos generados fueron demasiado agudos con lo que tuvo que reducirse el contraste para lograr una impresión óptima. Se mantuvo el contraste de las uniones entre curva y asta como en la letra n y en las demás situaciones se redujo dándole mayor grosor a los trazos finos.

Para el diseño de la tipografía se tuvieron en cuenta todos los aspectos del diario, no simplemente el hecho de que fuera un diario. Por ejemplo se tuvo en cuenta: la visualización en dispositivos móviles, el movimiento de las pantallas de los dispositivos, etc. Se obtuvo un tipo de letra de periódico pero con algunos detalles que la hacían diferente. En cuanto a la impresión, acerca de las trampas de tinta destacar la ausencia de estas, ya que las formas de las letras son profundas y agudas y se anticipan así al problema de la expansión de la tinta.

La familia tipográfica Financier es “una familia visualmente compatible más que consistente” (Klim, 2014), en vez de comunicarse en el mismo tono son estilos de letras coherentes entre ellos mismos. La anterior paleta tipográfica a la que sustituyó fue Miller, Benton Sans y Clarion. La colección la forman las familias Financier Text con ocho estilos y Financier Display con doce estilos.

CLARÍN Y ABRIL CLARÍN Y LA VOZ DE ALMERÍA



Arriba: Abril en La Voz de Almería
Abajo: Clarín en Clarín

Typetogheter recibió en 2013 y 2014 encargos desde el mismo estudio de diseño (Cases i Associats) para dos diarios completamente diferentes y ajenos entre ellos para el diseño de tipografías a medida para sus titulares: La Voz de Almería de España y Clarín de Argentina.

En ambos casos las nuevas fuentes nacieron a partir de su letra de texto, también diseños de esta fundición, Abril para La Voz de Almería y Adelle para Clarín.

LITERATA GOOGLE PLAY BOOKS



Literata en funcionamiento en pantalla de un libro electrónico.

FIG.15

En 2014 desde Google llega a Typetogheter en 2014 el encargo de un tipo de letra exclusivo para Google Play Books con motivo de su rediseño. El pliego de condiciones que presentó Google reunía una serie de características que preveían un proyecto con plus de dificultad. La nueva tipografía debía adaptarse a las diferentes resoluciones de pantalla de los dispositivos en los que se leerían los textos, además de dar una sólida identidad a la aplicación y por ende a la marca, con el fin de lograr una diferenciación entre sus lectores y competidores. Debían tenerse en cuenta las limitaciones técnicas de los dispositivos en relación al nuevo tipo de letra.

El equipo de Typetogheter analizó los tipos de los competidores de libros electrónicos, "no fue una sorpresa que los tipos de letra existentes tuvieran una sensación uniforme y casi mecánica. Esto es excelente para fines de renderizado, pero no ayuda con la lectura de inmersión y continua. En otras palabras, no eran fuentes significativas para el diseño de libros" (Typetogheter, 2014).

La tipografía debía tener una variedad de texturas más que otras fuentes, lo cual podría ser logrado aportando cierto grado de inclinación y anchuras, etc. La solución fue un híbrido entre las letras escocesas y las romanas antiguas. Literata, la nueva tipografía, tenía como resultado una textura orgánica que generaba una lectura muy comfortable.

LIBE LIBERATION



Página de Liberation con la nueva tipografía Libe Sans y Tiempos para el cuerpo de texto.

FIG.16

El periódico Liberation estreno en 2015 nueva familia tipográfica a medida de la mano de Jean Baptiste Leveé y Yoann Minet: Libe Sans y Libe Typewriter. Entre las instrucciones que figuraban en el encargo, especificaban que querían un tipo de letra alta y condensada, como las denominadas “gothic”, ya que ninguna de estas se ajustaba a las nuevas necesidades de la publicación: “una amplia gama de expresiones a través de un conjunto de pesos y anchos, una muy densa eficiencia de la textura y el espacio, un sistema de apilamiento, y un sistema de subrayado automático” (Productiontype, 2015).

Libe Sans es un diseño compacto, con grandes alturas de x, no para mejorar la legibilidad en cuerpos pequeños sino como característica *display*. La familia funciona muy bien en espacios pequeños donde las letras tienen que abarcar todo el espacio que puedan, por ello tiene 3 estilos condensados, uno normal y otro extended. Además todos los estilos tienen la misma altura de X por lo que pueden combinarse en la misma línea.

Libe Sans es una letra inspirada por un lado en la tipografía Antique Presse, diseñada en los 60 por Adrian Frutiger, y por otro en las letras contemporáneas europeas de los 50 y 60.

Libe Typewriter está inspirada en una vieja máquina de escribir del centro Georges Pompidou con un alfabeto diseñado por Adrian Frutiger en el 1974. A diferencia de las fuentes monoespaciadas Libe Typewriter tiene un espaciado proporcional.

FICHAS TÉCNICAS

CENTURY SCHOOLBOOK

Nombre: Century SchoolBook

Autor: Morris Fuller Benton

Fundición: American Type Founders (ATF)

Año: 1918-1923

Lugar: Estados Unidos

Cliente: Ginn & Co Editorial de libros de texto

Publicación: Libros de texto

Necesidad: “Una tipografía de fácil lectura para los libros de texto de los niños”

Solución: Una familia tipográfica de una fuente de transición de 3 estilos.

Características de la familia: Century Schoolbook (1918); Century Schoolbook Italic (1921), Century Schoolbook Bold (1923)

Datos interesantes: Se hizo popular gracias a su uso en los libros de texto con los que la mayoría aprendían a leer.

TIMES NEW ROMAN

Nombre: Times New Roman

Autor: Stanley Morison y Victor Lardent

Fundición: Monotype

Año: 1931

Lugar: Reino Unido

Cliente: The Times

Publicación: Periódico impreso

Necesidad: Mostrar la calidad del papel, actualizarse a su contexto sin olvidar su historia.

Tipografía a la que sustituye: Times Old Roman (una Caslon)

Solución: Una familia tipográfica que conecta la historia con la modernidad, óptima para la impresión de prensa por el ahorro de espacio.

Características de la familia: Times New Roman

Datos interesantes: Hay muchas versiones sobre la autoría de esta fuente y los orígenes de su diseño.

BELL CENTENNIAL

Nombre: Bell Centennial

Autor: Matthew Carter

Fundición: Mergenthaler Linotype Company

Año: 1975-1978

Lugar: Nueva York, Estados Unidos

Cliente: AT&T

Publicación: Guía telefónica impresa

Necesidad: Adaptación de Bell Gothic para fotocomposición e impresión en tamaños pequeños.

Tipografía a la que sustituye: Bell Gothic

Solución: Una tipografía con profundas trampas de tintas que evitan que la letra se distorsione en tamaños pequeños.

Características de la familia: Bell Centennial Adress, Bell Centennial Bold Listing, Bell Centennial Name and Number, Bell Centennial Caption.

LEXICON

Nombre: Lexicon

Autor: Bram de Does

Fundición: The Enschedé Font Foundry

Año: 1991

Lugar: Holanda, Países Bajos

Cliente: Ben van Bercum

Publicación: Diccionario impreso "Van Dale Dictionary of the Dutch Language"

Necesidad: Una tipografía que permitiera una reproducción excelente con bajas resoluciones y con una excelente legibilidad.

Solución: Una colección tipográfica formada por dos familias que funcionan a la perfección a tamaños pequeños en espacios muy reducidos
Características de la familia: Lexicon nº1 A, B, C, D, E, F y Lexicon nº2 A, B, C, D, E, F.

Datos interesantes: Las familias comparten el mismo ancho pero cambian la altura de sus ascendentes y descendentes.

PRINT

Nombre: Print

Autor: Sumner Stone

Fundición: Stone Type Foundry

Año: 1991

Lugar: Estados Unidos

Cliente: Print

Publicación: Revista impresa

Necesidad: Una tipografía (digital) para componer con los nuevos ordenadores.

Tipografía a la que sustituye: Century Old Style

Solución: Una tipografía que ahorra espacio para columnas estrechas y con texto muy largo.

Características de la familia: Print Regular, Print Semibold, Print Bold y sus itálicas.

THE GUARDIAN

Nombre: The Guardian

Autor: Paul Barnes, Christian Schwartz, Berton Hasebe, Vicent Chan

Fundición: Commercial Type

Año: 2003, 2009, 2012, 2013

Lugar: Reino Unido

Cliente: The Guardian

Publicación: Periódico Impreso y Digital

Necesidad: Una tipografía versátil para todas las posibles situaciones.

Tipografía a la que sustituye: Helvetica, Garamond y Miller.

Solución: Una colección tipográfica compuesta de 136 estilos.

Características de la familia: Guardian Egyptian Headline, Guardian Sans Headline, Guardian Sans Headline Narrow, Guardian Sans Headline Condensed, Guardian Sans X Condensed, Guardian Egyptian Text y Guardian Agate Sans.

SUNDAY TIMES MODERN

Nombre: Sunday Times Modern

Autor: Eduardo Manso

Fundición: Emtype

Año: 2007

Lugar: Reino Unido

Cliente: The Sunday Times Magazine

Publicación: Periódico Impreso y Digital

Necesidad: Una tipografía contemporánea pero que denotara tradición.

Solución: Una fuente sutilmente condensada con gran personalidad.

Características de la familia: The Sunday Times Light, Medium, Bold y sus itálicas.

Datos interesantes: Junto con Greta y Flama sustituyó a 26 familias tipográficas que se utilizaban antes del rediseño.

MAJERIT

Nombre: Majerit

Autor: Mario Feliciano

Fundición: Feliciano Type Foundry

Año: 2007

Lugar: España

Cliente: El País

Publicación: Periódico Impreso y Digital

Necesidad: Una tipografía contemporánea pero que denotara tradición.

Tipografía a la que sustituye: Times New Roman

Solución: Reemplazar la Times y sin cambiar su identidad.

Características de la familia: Majerit Headline, Majerit Deck, Majerit Text, Majerit Banner y Majerit Capitals con sus pesos respectivamente.

VOZ

Nombre: Voz

Autor: Dino dos Santos

Fundición: DST Type Foundry

Año: 2010

Lugar: España

Cliente: La Voz de Galicia

Publicación: Periódico Impreso y Digital

Necesidad: Una tipografía con alguna capacidad de diferenciación.

Tipografía a la que sustituye: Poynter Old Style.

Solución: Caracteres con ciertas peculiaridades.

Características de la familia: Voz Light, Voz Medium, Voz Bold.

PERIÓDICO

Nombre: Periódico

Autor: Eduardo Manso

Fundición: Emtype

Año: 2011

Lugar: España

Cliente: ABC

Publicación: Periódico Impreso y Digital

Necesidad: Una tipografía para diferenciarse de la competencia.

Tipografía a la que sustituye: Swift, Le Monde Journal

Solución: Caracteres con rasgos de la tipografía española del siglo XVIII.

Características de la familia: Treinta estilos, 10 para texto y 20 para titulares todas desde los estilos Thin hasta Black.

GANDHI

Nombre: Gandhi

Autor: Cristobal Henestrosa, Raul Placarte y con la colaboración de Gabriela Varela y David Kimura

Fundición: Ogilvy Agencia de Publicidad

Año: 2012

Lugar: México

Cliente: Librerías Gandhi

Publicación: Material impreso en general.

Necesidad: Crear "la tipografía más legible de la historia" para promover la lectura en el país.

Solución: Una colección tipográfica formada por una Sans y una Serif con los estilos conocidos y utilizados por la gente corriente con caracteres más grandes para generar una sensación de mayor legibilidad al usuario.

Características de la familia: Gandhi Sans y Serif con sus estilos Light, Regular y Bold y sus itálicas.

Datos interesantes: La agencia de publicidad afirmaba estar la tipografía avalada por un grupo de oftalmólogos y neurólogos.

FS ME

Nombre: FSMe

Autor: Mitja Miklavcic, Philip Garnham, Jason Smith, Emanuela Conidi y Fernando Mello

Fundición: Fontsmith

Año: 2008

Lugar: Reino Unido

Cliente: Mencap

Publicación: Medio impreso

Necesidad: Una tipografía para personas con discapacidades de aprendizaje.

Solución: Caracteres adaptados a las necesidades de las personas.

Características de la familia: FS Me Regular, Bold, Light, Black.

Datos interesantes: La familia fue creada con la colaboración de un grupo de personas discapacitadas

FINANCIER

Nombre: Financier

Autor: Kris Sowersby

Fundición: Klim Type Foundry

Año: 2014

Lugar: Reino Unido

Cliente: Financial Times

Publicación: Periódico impreso y digital

Necesidad: Una tipografía renovada.

Tipografía a la que sustituye: Miller, Benton Sans, Clarion

Solución: Una familia para prensa impresa y todos sus soportes digitales nuevos.

Características de la familia: Financier Regular, Bold, Black y sus itálicas.

CLARÍN

Nombre: Clarín

Autor: Veronika Burian y José Scaglione

Fundición: Typetogether

Año: 2014

Lugar: Argentina

Cliente: Clarín

Publicación: Periódico impreso y digital

Necesidad: Una tipografía nueva para sus titulares.

Tipografía a la que sustituye: Whitney y Scala Italic.

Solución: Una tipografía basada en la tipografía utilizada en sus textos.

Características de la familia: Clarín Regular y ExtraBold.

ABRIL

Nombre: Abril

Autor: Veronika Burian y José Scaglione

Fundición: Typetogether

Año: 2013
Lugar: España
Cliente: La voz de Almería
Publicación: Periódico impreso y digital
Necesidad: Una tipografía nueva para sus titulares.
Solución: Una tipografía basada en la tipografía utilizada en sus textos.
Características de la familia: Abril Regular, Semibold, Bold, ExtraBold, FatFace, Black.

LITERATA

Nombre: Literata
Autor: Veronika Burian y José Scaglione
Fundición: Typetogether
Año: 2014
Cliente: Google
Publicación: Libros electrónicos
Necesidad: Una tipografía exclusiva para Google Play Books.
Solución: Una tipografía optimizada para múltiples pantallas.
Características de la familia: Literata Regular y Bold con sus itálicas para múltiples lenguajes.
Datos interesantes: La familia contiene más de 1100 caracteres.

LIBE

Nombre: Libe
Autor: Jean Baptiste Leveé y Yoann Minet
Fundición: Production Type
Año: 2015
Lugar: Francia
Cliente: Liberation
Publicación: Periódico impreso y digital
Necesidad: Una tipografía adaptada a sus necesidades.
Solución: Una amplia gamma de estilos y pesos.
Características de la familia: Libe Sans y Typewriter.

CONCLUSIÓN Y TESIS

¿Qué nos dice por lo tanto la argumentación de estas tipografías?

Desde las primeras tipografías mencionadas como antecedentes hasta el momento actual, todas estas tipografías han sido presentadas al público junto a unas líneas de texto que sirven para dar a conocer algunos datos acerca de ellas. Deberíamos plantearnos pues, antes de comenzar a reflexionar, a que tipo de lectores van dirigidos estos textos, si bien a lectores profesionales del sector o bien al público en general, ya que el discurso de unos a otros cambiaría.

Con la Times New Roman se dice que se genera la primera identidad gráfica de una publicación impresa. Observamos que la finalidad de esta letra no era otra que la de renovar la imagen del periódico y adaptarla a su tiempo y contexto. Con el paso del tiempo esta letra ha ido evolucionando, generando así numerosas versiones para la publicación según las necesidades de ese periodo de tiempo, confirmando de ese modo su eficacia como producto. Es pues un gran ejemplo de lo que sería una tipografía a medida para un medio editorial, una tipografía que funciona y es versátil sin dejar de ser la letra de sus inicios en esencia, aunque pasen decenas años y vaya adecuando sus formas para dar solución a los nuevos problemas que puedan presentarse.

Por otro lado tenemos la letra Lexicon, la Bell Centennial y Print. Estas tres letras son un buen ejemplo de lo que sería una letra a medida para un medio editorial que tiene como fin el solucionar problemas más técnicos que de significado. Estas letras surgen en el momento en el que las publicaciones en las que serán utilizadas deben adaptarse a los nuevos métodos de producción editorial. Lexicon diseñada exclusivamente partiendo del encargo sin ninguna antecesora para máquinas de linotipia, Bell Centennial como sustituta a la anterior tipografía utilizada por las guías telefónicas (Bell Gothic) para las máquinas de fotocomposición y Print para la revista estadounidense Print, para adaptarla a los medios electrónicos como era el ordenador. Esto nos hace ver que en ocasiones los avances técnicos obligan a repensar la letra para adaptar sus formas y lograr un resultado más óptimo.

Es necesario hacer una mención a Century Schoolbook, centrandose sobre todo la atención en sus especímenes y su dialéctica. Estos hacen referencia a estudios médicos, oftalmológicos y de un número considerable de entidades relacionadas con la enseñanza y la ciencia de los cuales no se ha logrado encontrar constancia de su existencia real. Con el fin de explicar el nuevo tipo de letra diseñado para la lectura de los niños. El nuevo tipo que fue implantado de forma masiva por las escuelas (sobre todo Americanas) y con el cual una gran parte de la población inició sus lecturas generando así un "símbolo cultural" de las letras de los libros para niños. En el espécimen también hacen mención al papel del tipógrafo declarando su única misión de dibujar la letra. Nos hace llegar a la reflexión de si no hubiera sido lo razonable presentar o indicar donde encontrar los estudios que se dice que se llevaron a cabo, con el fin de, por un lado ratificar la información, y por otro compartir conocimiento con el fin de fomentar el avance científico y tipográfico.

Podríamos clasificar las tipografías que hemos denominado como Casos Actuales en tres grandes grupos: tipografías para medios periodísticos; tipografías para marcas o empresas que tienen la finalidad de ser impresas o leídas en largos textos; y tipografías para el medio editorial digital.

Entre las primeras tipografías encontramos: Guardian, Sunday Times Modern, Majerit, Voz, Periódico, Financier, Clarín, Abril y Libe. En el segundo grupo distinguiríamos: Gandhi y FSMe. Y por último tendríamos Literata.

Las tipografías destinadas al medio periodístico comparten en sus encargos la misma necesidad inicial entre sus otras específicas: renovar la imagen de la publicación, diferenciarla. Esta necesidad puede estar comprendida en el hecho de necesitar una tipografía que se adapte a las necesidades de la publicación que pueden estar promovidas por el rediseño de su imagen. Son el caso de Guardian, Majerit, Voz, Periódico, Financier y Libe. En cambio las tipografías Sunday Times Modern, Clarín y Abril no nacen de la necesidad provocada por un rediseño de la publicación, si no que únicamente por una renovación de la tipografía de sus titulares. Aunque no se haga un rediseño integral del medio, un cambio de tipografía de titulares cambia considerablemente su imagen, ya que aparte de las fotografías, son lo que mayor importancia y tamaño por ende suele tener.

Cuando se lleva a cabo un rediseño con una nueva tipografía indiscutiblemente esta es sustituta de otra y su objetivo es adaptarse a las nuevas necesidades que tiene la publicación respondiendo al *briefing* que el diseñador editorial y tipógrafo reciben. Aunque en estos casos lo ideal sea valorar la tipografía en "funcionamiento" en el nuevo diseño editorial, también puede ser interesante hacer un balance sobre el antes y el después del papel jugado por la vieja y la nueva letra.

Durante las búsquedas de material gráfico de dichos cambios de diseño, pudimos comprobar la dificultad y la escasez de material disponible. Observamos principalmente que el mayor interés y material en la mayoría de los casos se centraba únicamente en el después y la nueva tipografía. Incluso encontrar datos tan objetivos y básicos como que tipografía se utilizaba con anterioridad resultaba extremadamente complicado.

Sin embargo, también deberíamos plantearnos si hay o no razones económicas para tomar la decisión de encargar una nueva tipografía. Si la adquisición de las licencias para todos los soportes comprende un gasto mayor que el encargo de una nueva letra a medida. Datos que son



The Guardian antes y después del rediseño.

difícilmente contrastables debido que no se hacen públicos.

En el caso de The Guardian, Guardian renueva al terceto formado por

Helvética, Garamond y Miller. El cambio de tono que se produce es evidente ya que Guardian Collection además de ser un sistema tipográfico mucho más coherente por sus rasgos básicos comunes, como su estructura, es un tipo de letra que transmite más modernidad y racionalidad. Aparte de ser un sistema totalmente versátil por su extensión de estilos y pesos adecuados para casi cualquier situación editorial.

Siguiendo con uno de los primeros casos de tipografía a medida en la prensa española llegamos al caso de Majerit. Es sustituta de la tan utilizada Times en el periódico El País. Tras encontrar algunos parecidos entre las tipografías Majerit, Times y Arnhem (utilizada para el suplemento), preguntamos al autor y nos explicó que nunca se habían tenido en cuenta para el diseño de Majerit. Por otro lado, Majerit ahorra espacio y mantiene un tono similar al de Times pero con un aspecto aparentemente más moderno, “facilita la lectura de las palabras y permite leer más rápido”



Comparación de Arnhem, Times New Roman y Majerit.

FIG.18



El País antes y después del rediseño.

FIG.19

según dice su director de arte, sin hacer mención a las características de la letra que hacen que esta tipografía se lea más rápido y mejor.

Afirmaciones similares sobre la buena legibilidad se repiten con el caso de la tipografía Voz que sustituye a "Poynter Old Style", en este

caso haciendo mención a las formas de las letras como responsables de ello. La publicación española La Voz de Galicia cambia de una manera bastante notable de tono con el diseño y la nueva letra. Desde Poynter, una tipografía romana antigua, a Voz una tipografía romana con un dibujo

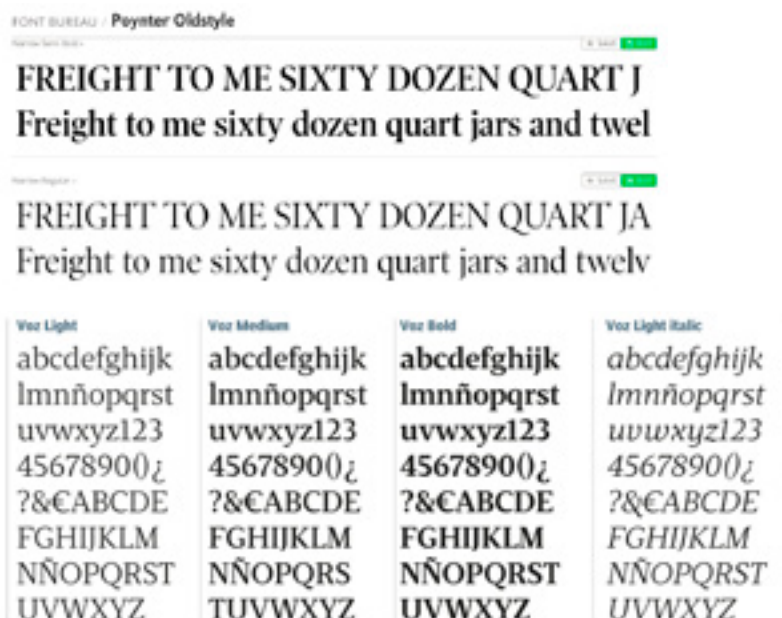


FIG.20

mucho más moderno en el que apreciamos numerosos detalles que el tipógrafo incluyó con intención de captar la atención de los lectores.

Continuando con periódicos españoles, el caso del rediseño que se llevó a cabo para el periódico español ABC y su tipografía Periódico es digna de mención. Esta reemplaza a Swift, una tipografía escocesa. Como principal requisito el autor detalla que era aportar una identidad que le diferenciara. Entre los detalles que podemos recoger de los textos publicados por este, dice estar inspirada en la tipografía española de mediados del siglo XVIII, que es de ahí de donde vienen ciertos rasgos característicos de la letra, como puede ser una uña que se repite en los caracteres. Estos datos sobre lo histórico de la fuente los contrastamos posteriormente mediante una entrevista realizada al autor, en la cual facilitó la referencia bibliográfica



Arriba: Muestra de tipos del Muestrario de punzones y matrices de la Imprenta Real.
Abajo: Caracteres de la tipografía Periódico

FIG.21

Tan poco res para viv sin Dios, co Shanghai mo lo fuis Headlines

Izquierda: Muestra de tipos del Muestrario de punzones y matrices de la imprenta real. Derecha: Caracteres de la tipografía Periódico

FIG.22

de la publicación que utilizó como inspiración de los tipos del siglo XVIII: "Muestrario de punzones y matrices de la imprenta real" del año 1787.

En él podemos observar como algunos caracteres comparten rasgos. Uno de ellos, la ña, es mencionada por el diseñador Enric Satué (1997) en uno de sus libros denominándola como un rasgo del Gilismo "Jerónimo Antonio Gil incorporó a sus diseños de letras clásicas romanas, tal como subraya el profesor Tormo, una pequeña asta en el encuentro de las curvas con el palo de las letras U y J mayúsculas. Este sutil detalle los distingue de toda la producción de su época, aunque no tuviera tampoco mayor transcendencia [...] Esta característica llamada técnicamente 'Gilismo' [...]". Es en este caso razonable preguntarnos entonces si son estos rasgos que menciona una característica de la tipografía española de ese siglo, o si es

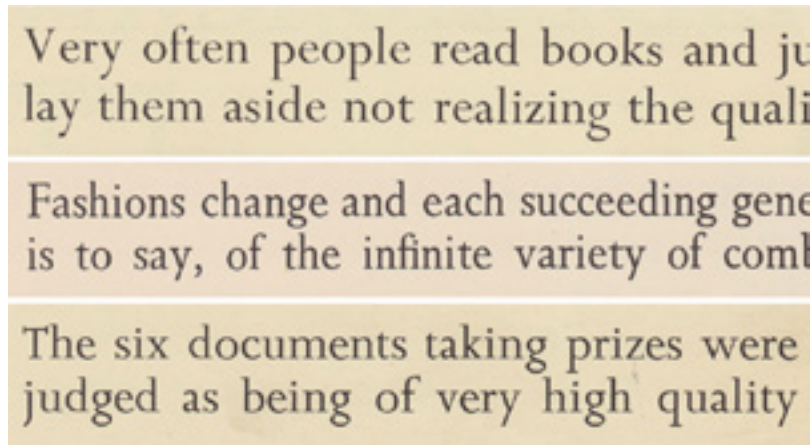


Financial Times antes y después del rediseño

FIG.23

un rasgo excepcional característico del autor. Sería interesante saber hasta que punto influía en el *briefing* del proyecto el pensamiento, el carácter o de haberla, la ideología del diario.

Para terminar con el grupo de tipografías que acompañan un rediseño integral del medio tenemos el caso de Financier y Libe. La colección tipográfica Financier para Financial Times está compuesta por dos familias: Financier Text y Financier Display. Ambas tipografías nacen de la



De arriba a abajo: Perpetua, Solus y Joanna. Las tres tipografías de Eric Gill que inspiraron Financier

FIG.24



Izquierda: Financier Text Regular
Derecha: Tiempos Text Regular

FIG.25



Financier Display Regular

FIG.26

influencia de dos tipografías del tipógrafo Eric Gill, lo cual muestra el autor en su blog digital gráfica y textualmente.

El autor buscaba una letra similar a Caslon racionalizada, pero en comparación con Tiempos Text —denominada por el mismo autor como "una tipografía de periódico con todos los rasgos clásicos"—, le parecía que tenía excesivas connotaciones hacia el mundo de la literatura y que necesitaban un tipo que se alejara de esas connotaciones tan delicadas. La conclusión que sacaron de ello fue el generar una letra sin terminales en forma de bola como requisito.

Le llevo a fijarse en la obra del Gill, tanto para la letra romana, como para los numerales, como para el estilo de la itálica. Al mismo tiempo que observamos el cambio del medio tras el rediseño total.

Por último tenemos Libe, una colección tipográfica diseñada para la titulación del periódico francés Liberation —está en uso junto a Tiempos también de Kris Sowersby, en el cuerpo de texto—, acompañaba a su total rediseño. De esta debemos mencionar su gran variedad de estilos y por ende su gran versatilidad. El autor indica que el motivo de igualar las alturas de todos estos estilos no fue otro que el dar la opción al diseñador a la hora de maquetar de poder combinarlos unos con otros, un requisito que sea posiblemente de los más relevantes si el objetivo que perseguimos es ese. Libe está formada por Libe Sans y Libe Typewriter, ambas inspiradas

(aunque sin haber podido verificarlo) en dos tipografías de Adrian Frutiger: Antique Presse y las letras de los años 50 y 60 para Libe Sans y un alfabeto diseñado por el mismo Adrian Frutiger para una máquina de escribir para el centro George Pompidou en el caso de Typewriter.

Seguiríamos con las fuentes —principalmente todas son diseñadas para titulación— diseñadas para los periódicos a las que no les acompañan rediseños integrales de la publicación. Para estas sería interesante poder compararlas con las antecesoras pero en algunos casos esa información no está disponible o ha resultado difícil encontrarla.

En este grupo podemos diferenciar a Sunday Times Modern, una tipografía que nace a partir del encargo del diario, con el requisito principal de diferenciarse, como en el caso del ABC. En esta ocasión se diseñó una tipografía para titulares que sustituyó junto a Flama y Greta a 26 familias tipográficas diferentes según nos indica el autor, dato que no se ha podido verificar por falta de documentación gráfica disponible. Es como el caso mencionado en líneas anteriores, que no se sabe con certeza a cual sustituye, por lo que hacer un análisis objetivo acerca del cambio no es viable.

Los siguientes casos vienen de la mano de los mismo autores, de Typetogther, son los casos de Abril y Clarín títulos. Ambos casos los



Comparación entre Adelle, Clarín Títulos y Adelle Sans. (En orden)

FIG.27

mencionamos de manera conjunta debido a sus grandes similitudes como proyectos. Ambas tipografías nacen basadas en un diseño de los mismos autores, con la finalidad de generar una imagen tipográfica más coherente dentro de las publicaciones que mantienen su imagen actualizada a lo largo del tiempo.

En cuanto a Clarín, el autor aclara que el encargo detallaba que debía generarse una fuente de títulos en dos pesos. Una Extrabold para noticias

Viejo logotipo (arriba), nuevo logotipo para el diario impreso (centro) y para web (abajo).

FIG.28



hy pangolins dream

Comparación entre Abril
(abajo) y la tipografía creada
para los titulares (arriba).

FIG.29

que reemplazaría a Whitney, por tener un ancho excesivo para la letra a y generar problemas con los titulares en español por su gran repetición, además de tener unas mayúsculas muy pesadas. También se encargó otra Light para los títulos de las notas de opinión para reemplazar a Scala Italic. Además de transmitir modernidad y adecuarse al diseño del diario y servir para el nuevo logotipo.

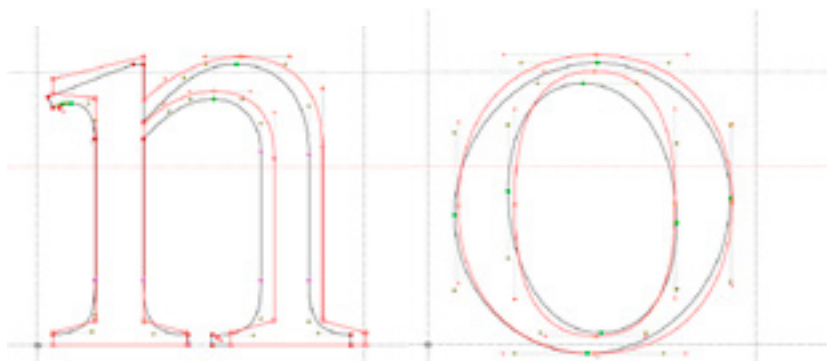
De Abril marcar como un punto relevante del *briefing* ser una "fuente de bajo contraste para títulos" según nos dice el autor. También haber pasado por una serie de correcciones ópticas para optimizar su uso en titulares.

Dentro de las citadas tipografías para empresas o marcas con intención de ser utilizadas para medios periodísticos o de lectura, encontraríamos a Gandhi. Esta tipografía nació bajo el "utópico" encargo de necesitar "la tipografía más legible de la historia". Contactando con uno de los autores dice que ellos los tipógrafos, respondieron de una manera racional a esto creando una tipografía que se adecuara al problema real: una tipografía para personas corrientes que fuera funcional, útil a la hora de crear de diferentes documentos de lectura que estas pudieran necesitar crear desde sus casas, de una manera independiente sin necesidad de tener estudios sobre diseño o tipografía. Además de ello necesitaban una tipografía que reemplazara a la utilizada por la empresa en sus soportes promocionales. Por lo que valoraron la posibilidad de generar dos familias: Sans y Serif en 4 estilos cada una. Todas estas decisiones fueron tomadas pensando siempre en el usuario final de la tipografía, personas que tienen una relación con la tipografía básica y que imprimían sus documentos en las impresoras de sus casas. Es por ello por lo que descartaron el generar más estilos y pesos. También se desarrollaron dibujos algo más finos para compensar la ganancia de punto, de lo que sería interesante ver pruebas gráficas.

Esta tipografía fue encargada por la agencia de publicidad que difundió tanto una web como un vídeo promocional que aun podemos encontrar en la red. En estos soportes oftalmólogos y neurólogos avalan la calidad y la legibilidad de la tipografía pero encontramos que los estudios médicos citados son inexistentes. Afirmaciones que tienen similitudes con la inicialmente mencionada Century Schoolbook y sus afirmaciones

en el campo de la salud ocular y estudios médicos. Es por ello por lo que únicamente podemos considerar esta tipografía por la respuesta a los requisitos del encargo y no por los avances científicos o de lectura que dicen supone.

Respecto a la afirmación de ser más grande que otras, mencionar que en palabras de uno de los autores, trata de ser una "ilusión" óptica para persuadir al lector que cuando haga un cambio de Times a Gandhi crea que esta última es más grande y que por ello se lee mejor y la utilice.



Comparación de Times (contorno negro) y Gandhi (contorno rojo) en Fontlab

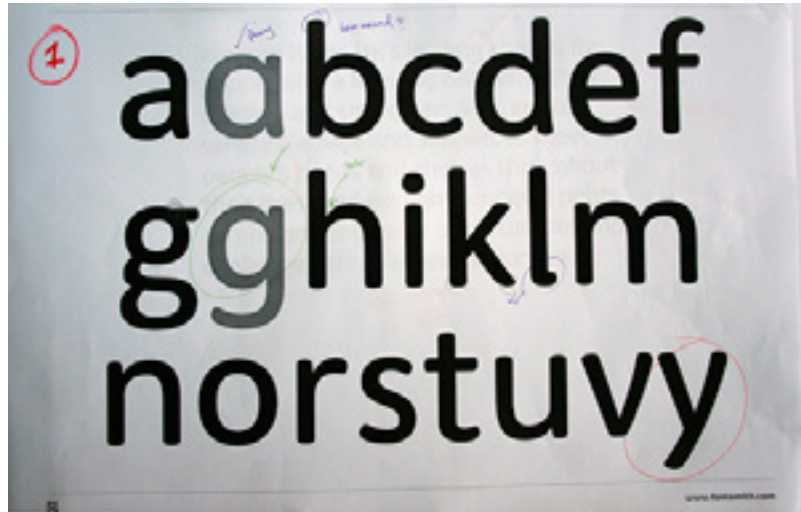
FIG.30

Analizando con un editor de fuentes y un programa digital de edición de textos, observamos que la letra Gandhi es más amplia tanto en altura como en anchura, es por ello por lo que aparenta ser más grande. Corresponde a 0,5 puntos más grande que la mencionada Times, esto es, ocupa más espacio y se lograría el mismo resultando ampliando el cuerpo de manera manual.

Por otra parte tenemos a FS ME, la cual nació unos años antes con el rediseño de la identidad de Mencap, un grupo que se dedica a dar apoyo y ayuda a las personas con alguna discapacidad de aprendizaje en el Reino Unido. Esta tipografía está creada junto a un grupo de discapacitados, adaptando las letras a los estudios que hacían con ellos y de los que se pueden observar imágenes de su proceso en la entrevista que le hizo Fontfeed a los autores. En esta misma entrevista explican que el proyecto se comenzó a desarrollar desde las preferencias formales (estéticas y que tuvieran que ver con la legibilidad), siempre evitando las formas



infantiles y condescendientes, siguiendo con el estudio de los espacios positivos y negativos y terminando por lo que le concernía al peso, espacio, ascendentes y descendentes. Sería interesante saber de cuantas personas



Página anterior. Fotografías del proceso de la fuente FSMe. Se aprecian las notas y correcciones.

FIG.31

estaban formados los grupos de estudio y que tipo de discapacidades tenían y si formando un nuevo grupo con personas diferentes volverían a salir los mismos resultados o parecidos. En comparación a tipografías que podemos encontrar culturalmente como "infantiles", como podría ser el caso de la Comic Sans, podemos observar que FS Me no tiene ninguna semejanza a esta en lo que se refiere al "tono en el que habla la letra" y por el contrario si podemos afirmar que tiene una apariencia mucho más seria.

Para concluir tenemos el grupo de las tipografías para el medio editorial digital, formado exclusivamente por Literata. Literata nació del encargo de Google con la intención de proporcionar una identidad tipográfica a sus libros electrónicos. De este proyecto es significativo mencionar los lenguajes que abarca (Latín Extendido, Griego Politónico y Cirílico Extendido), formadas por más de 1100 caracteres y su coherencia formal

Hamburguefonts

ULTIMA LETRA MODULAR

Нобельфайк

ULTIMA LETRA MODULAR

Καλημέρα

ULTIMA LETRA MODULAR

Muestras de los algunos caracteres de los lenguajes que soporta.

FIG.32

con la tipografía del medio impreso tradicional. Una tipografía que tiene formas de las letras escocesas y las antiguas romanas, culturalmente las letras de lectura de libros y prensa. De esta tipografía sería interesante analizar el resultado que se obtiene a diferentes resoluciones de pantalla dado que esta pensada para, según su autor, "no producir fatiga en lectura continua y de inmersión". En la actualidad nos cuenta el autor que se ha ampliado el proyecto por parte del cliente y que se encuentran en el proceso de creación de más pesos y versalitas.

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z
{ [(« * & ¶ ‡ , : @ † ® § ? ! »)] }
\$ ¢ £ ¥ € 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Literata Latin Regular

FIG.33

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Cheng, K. (2006). *Diseñar tipografía* (pp. 7). Barcelona: Gustavo Gili.
- Satué, E. (1997). *El diseño gráfico en España: Historia de una forma comunicativa nueva* (pp. 120,121). Madrid: Alianza.
- Zinno, C. (2009). *Tipografía con razon de ser* (Master Propio). EINA.
- Caflich, M. (2011). *Análisis tipográficos* (pp. 229-238, 441-453). Valencia: Campgràfic.
- Kunz, W. & Dávila, M. (2003). *Tipografía* (pp. 8). Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

DOCUMENTOS DIGITALES Y SITIOS WEB

- American Type Founders Specimen Book & Catalogue*. (1923) (1º ed., p. 203). Nueva Jersey. Recuperado de <https://www.archive.org>
- Wikipedia. (2016). Wikipedia.com. Recuperado el 12 de mayo de 2016, de <http://www.wikipedia.com>
- Monotype. *Times Modern and the modern times. Monotype*. Recuperado el 12 de mayo de 2016, de <http://www.monotype.com>
- Butterick, M. *Times New Roman. Butterick's Practical Typography*. Recuperado el 12 de mayo de 2016, de <http://www.practicaltypography.com>
- Wikipedia. *Bell Centennial. Bell Centennial*. Recuperado el 12 de mayo de 2016, de <http://www.wikipedia.com>
- Monotype. *Times Modern and the modern times. Monotype*. Recuperado el 12 de mayo de 2016, de <http://www.monotype.com>
- Commercialtype. *Guardian Collection*. (2013) (1º ed., pp. 1,3,13,37,49,63,71). Nueva York. Recuperado de <http://www.commercialtype.com>
- Manso, E. *Sunday Times Modern. Emtype*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.emtype.net>
- Feliciano, M. *Majerit. Feliciano Type Foundry*. Recuperado el 20 de abril de 2016, de <http://www.felicianotypefoundry.com>
- El País. *Así es el rediseño del El País. El País*. Recuperado el 20 de abril de 2016, de <http://www.elpais.com>
- Fernández, H. J. *Pongamos que hablo de Madrid. Cuatro Tipos*. Recuperado el 20 de abril de 2016, de <http://www.cuatrotipos.wordpress.com>
- Bautista, M. *Cambios tipográficos en El País. Diagramación en Prensa*. Recuperado el 20 de abril de 2016, de <http://www.diagramacionenprensafcom.wordpress.com>
- Especial Nuevo Diseño*. (2011) (1º ed., p. 9). Recuperado de <http://www.lavozdegalicia.es/default/2011/01/16/00171295160063901609246/Fichero/REVISTAREDISENO.pdf>
- Manso, E. *Periódico. Emtype*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.emtype.net>
- Gandhi. *Tipografía Gandhi. Tipografía Gandhi*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.tipografiagandhi.com>
- Fontsmith. *FS Me. Fontsmith*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.fontsmith.net>
- Peters, Y. *Fs Me, A Type Family Designed For People With Learning*

Disabilities. Fontfeed. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.fontfeed.com>

FS Me Font. (2010) (1º ed.). Reino Unido. Recuperado de https://issuu.com/fontsmith/docs/fs_me

Klim Type Foundry. *Financier Design Information. Klim Type Foundry Blog.* Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.klim.co.nz/blog>

Typetogether. *Clarín. Typetogether.* Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.type-together.com>

Typetogether. *Abril. Typetogether.* Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.type-together.com>

Typetogether. *Literata. Typetogether.* Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.type-together.com>

Production Type. *Libé Sans and Libé Typewriter for Libération. Production Type.* Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.productiontype.com>

Mientjes, R. *Libé. Type Reviews, Books, Commentary, Typographica.* Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.typographica.com>

VÍDEOS

Tipografía Gandhi. (2013). México.

EMAILS

Citores, L. (2016). Máster Tipografía EINA Barcelona Enric Jardi.

FUENTES CONSULTADAS PARA COMPLETAR LA "TIPOGRAFÍA A LA QUE SUSTITUYE" CADA UNA DE LAS TIPOGRAFÍAS

Klim Type Foundry. *Financier Design Information. Klim Type Foundry Blog.* Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.klim.co.nz/blog>

Las fuentes que utilizan los periódicos españoles. (2006). *Tipografías.* Recuperado el 1 de junio 2016, de <https://tipografias.wordpress.com>

Financier: a new typeface family for the Financial Times. (2014). *Creativereview.* Recuperado el 1 de junio 2016, de <http://www.creativereview.co.uk>

Quinta tinta. Recuperado el 1 de junio 2016, de <https://www.quintatinta.com>

Cuatro Tipos. Recuperado el 1 de junio de 2016, de <http://www.cuatrotipos.wordpress.com>

LISTA DE IMÁGENES

FIG.1 *American Type Founders Specimen Book & Catalogue.* (1923) (1º ed., p. 203). Nueva Jersey. Recuperado de <https://www.archive.org>

FIG.2 Butterick, M. *Times New Roman. Butterick's Practical Typography.* Recuperado el 12 de mayo de 2016, de <http://www.practicaltypography.com>

FIG.3 Chew, K. (2016). *Bell Centennial type book.* Recuperado el 2 de junio de 2016, de <http://www.kellychew.com/Bell-Centennial-type-book>

FIG.4 Caflisch, M. (2011). *Análisis tipográficos* (p. 443). Valencia: Campgràfic.

FIG.5 Caflisch, M. (2011). *Análisis tipográficos* (p. 237). Valencia: Campgràfic.

FIG. 6 Commercialtype. *Guardian Collection*. (2013) (1° ed., p. 1). Nueva York. Recuperado de <http://www.commercialtype.com>

FIG. 7 Manso, E. *Sunday Times Modern. Emtype*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.emtype.net>

FIG. 8 Feliciano, M. *Majerit. Feliciano Type Foundry*. Recuperado el 20 de abril de 2016, de <http://www.felicianotypefoundry.com>

FIG. 9 *Especial Nuevo Diseño*. (2011) (1° ed., p. 9). Recuperado de <http://www.lavozdeg Galicia.es/default/2011/01/16/00171295160063901609246/Fichero/REVISTAREDISENO.pdf>

FIG. 10 Manso, E. *Periódico. Emtype*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.emtype.net>

FIG. 11 Gandhi. *Tipografía Gandhi. Tipografía Gandhi*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.tipografiagandhi.com>

FIG. 12 Fontsmith. *FS Me. Fontsmith*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.fontsmith.net>

FIG. 13 Klim Type Foundry. *Financier Text. Klim Type Foundry*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.klim.co.nz>

FIG. 14 Typetogether. *Clarín. Typetogether*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.type-together.com>; Typetogether. *Abril. Typetogether*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.type-together.com>

FIG. 15 Typetogether. *Literata. Typetogether*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.type-together.com>

FIG. 16 Production Type. *Libé Sans and Libé Typewriter for Libération. Production Type*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.productiontype.com>

FIG. 17 Buckenmeyer, M. (2009). *Cuarto mandamiento de todo rediseño. En Caja Baja*. Recuperado el 2 de junio de 2016, from <http://www.encajabaja.com>

FIG. 18 Bautista, M. *Cambios tipográficos en El País. Diagramación en Prensa*. Recuperado el 20 de abril de 2016, de <http://www.diagramacionenprensafcom.wordpress.com>

FIG. 19 El País. *Así es el rediseño del El País. El País*. Recuperado el 20 de abril de 2016, de <http://www.elpais.com>

FIG. 20 Poynter from Font Bureau. *Type Network*. Recuperado el 2 de junio de 2016, de <http://store.typenetwork.com>; *Especial Nuevo Diseño*. (2011) (1° ed., p. 9). Recuperado de <http://www.lavozdeg Galicia.es/default/2011/01/16/00171295160063901609246/Fichero/REVISTAREDISENO.pdf>

FIG. 21 Patau, J. (2016). Muestrario de punzones y matrices de la imprenta real 1787. Flickr. Recuperado el 13 de junio de 2016, de <http://www.flickr.com>; Manso, E. *Periódico. Emtype*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.emtype.net>

FIG. 22 Patau, J. (2016). Muestrario de punzones y matrices de la imprenta real 1787. Flickr. Recuperado el 13 de junio de 2016, de <http://www.flickr.com>; Manso, E. *Periódico. Emtype*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.emtype.net>

FIG. 23 Klim Type Foundry. *Financier Design Information. Klim Type Foundry Blog*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.klim.co.nz/blog>

FIG.24 Klim Type Foundry. *Financier Design Information. Klim Type Foundry Blog*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.klim.co.nz/blog>

FIG.25 Klim Type Foundry. *Financier Design Information. Klim Type Foundry Blog*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.klim.co.nz/blog>

FIG.26 Klim Type Foundry. *Financier Design Information. Klim Type Foundry Blog*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.klim.co.nz/blog>

FIG.27 Typetogether. *Clarín. Typetogether*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.type-together.com>

FIG.28 Typetogether. *Clarín. Typetogether*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.type-together.com>

FIG.29 Typetogether. *Abril. Typetogether*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.type-together.com>

FIG.30 Captura de pantalla del programa editor de fuentes Fontlab. Times New Roman bajo Gandhi. Realizada el 10 de junio de 2016.

FIG.31 Peters, Y. *Fs Me, A Type Family Designed For People With Learning Disabilities. Fontfeed*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.fontfeed.com>

FIG.32 Typetogether. *Literata. Typetogether*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.type-together.com>

FIG.33 Typetogether. *Literata. Typetogether*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://www.type-together.com>