



UNIVERSIDAD
Privada
DR. RAFAEL BELLOSO CHACÍN

Capítulo II

DESARROLLO

CAPITULO II

DESARROLLO

En esta parte de la investigación se sentarán los fundamentos sobre los cuales se apoyará el contenido de esta tesis para lograr su adecuado desarrollo y credibilidad, estableciendo elementos centrales de orden teórico que orientarán el estudio del área del diseño tipográfico.

Asimismo, para desarrollar el contenido de este trabajo se tomarán en cuenta investigaciones realizadas con anterioridad por autores pertinentes al tema. Estos conceptos servirán de sustento y apoyo, para establecer las contribuciones que dichas investigaciones han dado al diseño tipográfico logrando de esta manera el desarrollo del presente proyecto.

Igualmente, se busca también aportar nuevas acotaciones que complementen lo ya destacado dentro de los conocimientos básicos de la tipografía y el diseño tipográfico en general, lo cual se logrará a partir de la interpretación de los conceptos dados por diferentes autores manejados dentro de esta investigación.

De este modo, se plantea sustentar y cumplir con el propósito principal, el cual es el diseño de una familia tipográfica inspirada en la feria mundial de Tintorero en el estado Lara.

1.- BASES TEÓRICAS.

Las bases teóricas pueden ser definidas como el compendio de una serie de elementos conceptuales que sirven de plataforma a la investigación, y es a partir de estas que se hace posible el análisis de los resultados.

La estructura y contenido de las bases teóricas varía de acuerdo al objeto de estudio de la investigación, y se dividirá en función de los tópicos de la temática tratada. A continuación se presentan las variables del área del diseño gráfico que serán de interés en el presente proyecto.

1.1.- DISEÑO GRÁFICO.

Según Bridgewater (1992), el diseño gráfico es una herramienta de trabajo y necesita de un contexto para ser aplicada. El diseño va unido a las páginas de un libro, a una cubierta, a la señalización, a la cartelería, a las producciones audiovisuales y a otras posibilidades que se conocen y con resultados que están a la vista.

Para Vilchis (2002), El diseño es consecuencia de una disciplina que se orienta hacia la resolución de problemas que el hombre se plantea en su continuo proceso de adaptación según sus necesidades físicas y espirituales.

Por su parte Frascara (2000), lo define como el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales.

Zappaterra (2000), manifiesta que el diseño gráfico es un lenguaje con símbolos sociales, y a su vez menciona que un tipo manuscrito no siempre ha de utilizarse en un contexto “real” ni tiene por qué hacer referencia a la caligrafía romántica y al vocabulario que suele asociársele.

En el mismo contexto Zappaterra (2000), señala que el diseñador gráfico como comunicador social debe trabajar en diferentes áreas y medios y deberá ser capaz de cumplir las instrucciones de los clientes con unos términos muchos más amplios de lo que antes era posible gracias al nivel investigativo y resolutivo que posea.

De acuerdo a los autores anteriormente mencionados, se puede decir que el diseño gráfico se basa en la comunicación visual generada a partir del desarrollo de una idea amoldada a varios factores determinantes según el contexto geográfico donde se realice como por ejemplo el bagaje cultural.

El diseño gráfico se clasifica en:

A. 1.1.1.- BIDIMENSIONAL: logotipos, símbolos, volantes, avisos publicitarios, afiches, pancartas, vallas, Cd's, señalizaciones internas y externas, medios audiovisuales, fotografía, ilustración.

B. TRIDIMENSIONAL: envases, empaques, habladores, VTLs, stand, display y otros contenedores.

C. DIGITAL: aplicaciones multimedia, web, interfaces de software. Su soporte son pantallas o dispositivos de exposición.

1.1.1.- ELEMENTOS BÁSICOS DEL DISEÑO GRÁFICO.

De acuerdo con lo expresado en el sitio web <http://www.ecured.cu/> (14/11/15), los elementos del diseño gráfico se refieren al conjunto de elementos que ayudan a concebir, organizar, proyectar y realizar comunicaciones visuales u obras gráficas.

Por su parte Moreno (2003), manifiesta que los elementos del diseño gráfico, son los que permiten programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. Su función principal será transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas, que se hacen llegar al público destinatario a través de diferentes soportes, como folletos, carteles, trípticos, etc.

Explica el sitio web <https://apuntesmultimedia.com> (14/11/15), que para lograr una comunicación visual efectiva, un diseñador debe conocer los elementos con los que cuenta, y seleccionar la combinación de ellos que mejor le vaya a su diseño.

1.2.- DISEÑO TIPOGRÁFICO.

El diseño tipográfico es considerado como la columna vertebral del diseño. Este se encarga de relacionar familias y tamaño de letras así como también los espacios entre ellas y sus interlineados y medidas. No solo tiene

funcionalidad lingüística, sino que también representa de forma gráfica imágenes y formas.

Según Majo Guerra (2010), es el área del diseño que tiene como función comunicar a través de imágenes siendo sus códigos las líneas, puntos y texturas y cuya estrategia es la legibilidad, la estética, su funcionalidad, y su unidad visual, incorporando estos elementos en un todo.

Para Origenarts (2012), el diseño tipográfico es una de las áreas más antiguas del diseño, más exigente, más bella, que busca crear herramientas de comunicación visual a través de la palabra y los tipos, dándole personalidad única y estilo para diferentes usos en muchos contextos.

Según los conceptos anteriores el diseño tipográfico no es más que comunicar de forma clara y efectiva ideas y mensajes a través de las tipografías. Es un área muy extensa ya que existe una gran cantidad de familias tipográficas y por medio de estas se puede transmitir un mensaje en muchos contextos.

1.2.1.- TIPOGRAFÍA.

Según Fontana (1987), define la tipografía como uno de los códigos culturales que utilizamos para comunicarnos, probablemente una de las convenciones más masificadas. Se puede decir que el alfabeto es uno de los mayores acuerdos entre los hombres de una cultura. Las formas, los colores, los gestos y los sonidos conforman las bases de la comunicación humana y

la tipografía, de alguna manera, resume esas formas culturales y las expresa a través de signos gráficos.

Para Salomón (1986), la tipografía es el arte de producir mecánicamente letras, números, símbolos, y formas con la ayuda del conocimiento de los elementos, los principios y los atributos esenciales del diseño.

1.2.1.1.- TIPOS.

Los tipos son representaciones gráficas de una determinada letra, estas son representativas de una tipografía y que guardan semejanzas en su anatomía con respecto a las demás tipos.

En este contexto, Blackwell (2004) indica que un tipo es un modelo de letra utilizado como base para la creación de palabras.

1.2.1.2.- PARTES DE UN TIPO.

La tipografía al igual que todo gráfico simbólico, posee elementos característicos propios, los cuales forman parte de su funcionamiento en el arte de comunicar, así como, poseer esencia propia y un conjunto de elementos característico que los hace ser gráficos singulares entre su conjunto. No existe una nomenclatura específica y que haya sido aceptada de manera definitiva, para designar las partes de una letra tenemos las siguientes:

A. ALTURA X DE LAS MAYÚSCULAS: Es la altura de las letras de caja alta es la altura total que compone las cajas altas que albergan las

mayúsculas, generalmente esta altura es proporcional con el ancho de la caja con un formato proporcional establecido de 4=5.



Figura N° 1. Altura de X mayúsculas.

Fuente: Coy (2013).

B. ALTURA X: Es la altura de las letras de caja baja, las letras minúsculas, excluyendo los ascendentes y los descendentes. Definida en puntos y métricamente en px pixeles, la altura de x en el diseño tipográfico es hasta 1000px en su construcción.

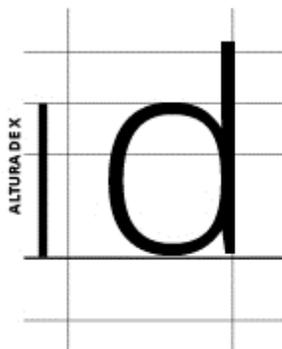


Figura N° 2. Altura de X mayúsculas.

Fuente: Coy (2013).

C. ANILLO: Es el asta curva cerrada que forman las letras "b, p y o".

Cuando el anillo se conjuga con un fuste o asta vertical se denomina Anillo Conjugado, se le dice anillo por su forma circular en la mayoría de los casos se usa para denominar el cuerpo de dichas letras.

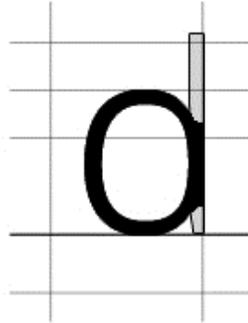


Figura N°3. Anillo.

Fuente: Coy (2013).

A. ASCENDENTE: Asta que contiene la letra de caja baja y que sobresale por encima de la altura x, tales como las letras "b, d y k". El asta ascendente está presente principalmente en las minúsculas.

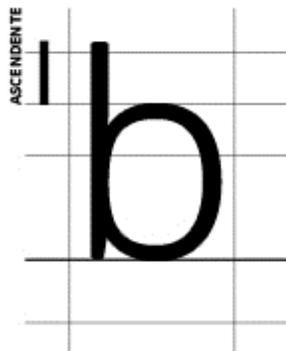


Figura N°4. Ascendente.

Fuente: Coy (2013).

B. **ASTA:** Rasgo principal de la letra que la define como su forma o parte más esencial. El hasta está presente en todo el alfabeto con sus características de tamaño y proporción iguales en todos los caracteres.

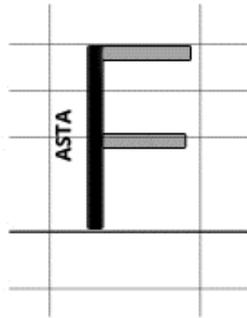


Figura N°5. Asta.

Fuente: Coy (2013).

1. **ASTAS MONTADAS:** Con las astas principales u oblicuas de una letra, tales como la "L, B, V o A". Las astas montadas generalmente inician en los puntos de convergencias de astas individuales de los caracteres mencionados.



Figura N°6. Asta Montada.

Fuente: Coy (2013).

2. ASTA ONDULADA O ESPINADA: Es el rasgo principal de la letra "S" en mayúscula o "s" en minúscula. El asta ondulado también las poseen caracteres con cualidades de diseño muy orgánicas similares a la onda sinusoidal que compone la letra s.

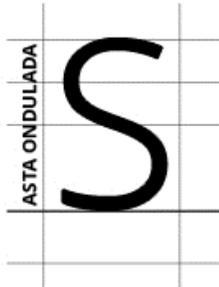


Figura N°7. Asta Ondulada o Espinada.

Fuente: Coy (2013).

3. ASTA TRANSVERSAL: Rasgo horizontal de las letras "A, H, f o t". Trazo horizontal unido por ambos lados a otros elementos como en la letra H. El asta generalmente esta dispuestas perpendicularmente a las astas verticales.

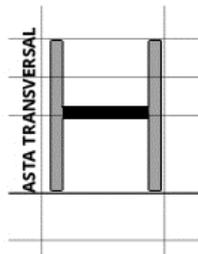


Figura N°6. Asta transversal.

Fuente: Coy (2013).

4. **BRAZO:** Parte terminal que se proyecta horizontalmente o hacia arriba y que no se encuentra incluida dentro del carácter, tal como se pronuncia en la letra "E, K y L".

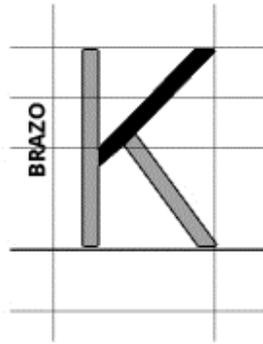


Figura N°9. Brazo.

Fuente: Coy (2013).

5. **COLA:** Asta oblicua colgante que forman algunas letras, tales como la " R o K ". generalmente el asta colgante carece en el resto de los caracteres más sin embargo alguna modificación de las letras R o K podría desaparecer esta cualidad en dichos caracteres.

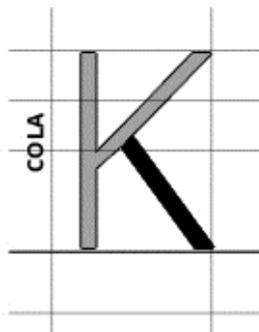


Figura N°10. Cola.

Fuente: Coy (2013).

6. DESCENDENTE: Asta de la letra de caja baja que se encuentra por debajo de la línea de base, como ocurre con la letra "p y g". Cabe destacar que el asta descendente no ocupa el espacio físico del resto de los caracteres funcionando en una línea.



Figura N°11. Descendente.

Fuente: Coy (2013).

A. INCLINACIÓN: Angulo de inclinación de un tipo. La inclinación también llamado eje o modulación define si un tipo de letras posee variantes de redonda o regular o roman e itálica o italic.

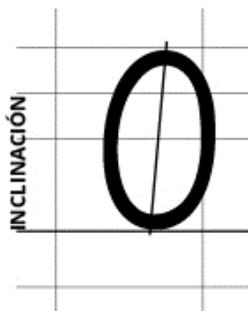


Figura N°12. Inclinación.

Fuente: Coy (2013).

B. LÍNEAS BASE: Es la línea sobre la que se apoya la altura. Se podría decir que es la línea principal en la construcción tipográfica, es fundamental por su papel invisible en el cuerpo del tipo cuando está en el funcionamiento.



Figura N°13. Línea Base.

Fuente: Coy (2013).

C. OREJA: Es la terminación o terminal que se le añade a algunas letras tales como "g, o y r", sin embargo en la actualidad existen tipos de letras con cualidades minimalistas donde este elemento no forma parte del tipo.

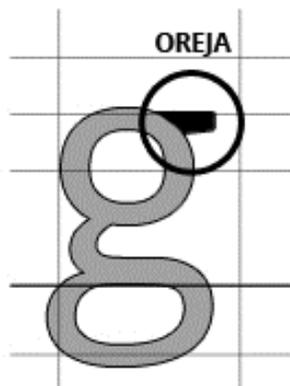


Figura N°14. Oreja.

Fuente: Coy (2013).

D. SERIF, REMATE O GRACIA: Es el trazo o terminal de un asta, brazo o cola. El serif es uno de los componentes más característicos en el diseño de letras, incluso algunos autores tienden a realizar una clasificación entre las familias serif y sans serif.

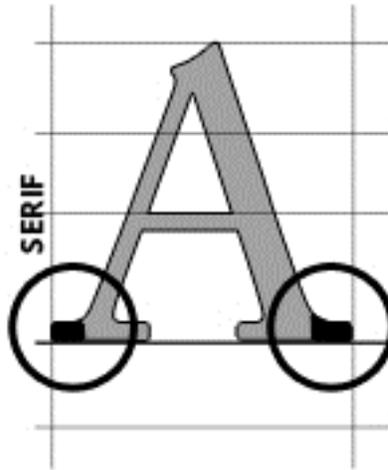


Figura Nº15. Serif, Remate o Gracia.

Fuente: Coy (2013).

1.2.1.3.- FUENTES TIPOGRAFICAS.

A lo largo de la historia y en diferentes puntos geográficos, fueron naciendo diferentes estilos tipográficos, los cuales marcaron una era y se ven reflejados en el presente, como lo son, las fuentes tipográficas.

Blackwell (2004), indica que son el conjunto de características comunes que posee un conjunto de letras y signos tipográficos de una misma clase.

En otras palabras es el estilo o apariencia que define a un grupo de caracteres. Estas se componen por un conjunto de grifos (letras, números y caracteres especiales), con características comunes.

Por su parte el sitio web www.guiaimpresion.com.ar/ (2014), explica que fuente tipográfica es el estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por características comunes.

1.2.1.4.- FAMILIA TIPOGRAFICA.

Tal y como se explica en el sitio web www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15), la familia tipográfica, es un conjunto de tipos basado en una misma fuente con algunas variaciones, tales como por ejemplo, el grosor y la anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios por lo que cada familia tipográfica tiene características que la distinguen entre otras, que las hace únicas y le da personalidad al texto.

El sitio web <http://www.fotonostra.com> (14/11/15), expone que en tipografía, significa un conjunto de tipos basado en una misma fuente, con algunas variaciones, tales, como por ejemplo, en el grosor y anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.

Existen multitud de familias tipográficas. Algunas de ellas tienen más de quince años, otras surgieron en la gran explosión creativa de los siglos XIX y XX, mientras que otras resultaron en las aplicaciones de los ordenadores.

Para hacer la mejor selección ayuda entender las diferencias básicas entre las familias tipográficas. La tipografía se puede dividir en amplias categorías: Serif, Sans Serif, Manuscritas, de Exhibición o Display y Símbolos.

Categoría	Ejemplo
Serif, romanas antiguas, galdas, modernas mecanos, o incisas.	Serif
Sans Serif, palo seco, lineales sin rotulación o grotescas.	Sans Serif
Manuscrita, rotuladas, caligráficas, o cursivas.	<i>Manuscrita</i>
De exhibición, decorativa, adorno, fantasía, o de época.	EXHIBICIÓN
Símbolos e imágenes	☆M@L@S

Figura Nº16. Clasificación General de las Familias Tipográficas.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

A. DE LAS FAMILIAS TIPOGRAFICAS: en una familia tipográfica, existen caracteres que se diferencian entre sí, clasificándolos de la siguiente forma:

1. EL GROSOR EN EL TRAZO: los trazos que componen los tipos, pueden ser pesados o ligeros, según su grosor pueden afectar o no a la legibilidad. El grosor de un trazo puede ser, redonda, negra o súper negra, fina o extrafina.

2. INCLINACIÓN DEL EJE VERTICAL O CURSIVAS: son las denominadas cursivas o itálicas. La cursiva en la tipografía debe utilizarse con prudencia, porque abusar de este carácter inclinado dificulta la lectura.

3. PROPORCIÓN ENTRE EJES VERTICAL Y HORIZONTAL ANCHO: son en redonda, cuando son iguales, estrecha cuando el horizontal es menor que el vertical, y expandida cuando el horizontal es mayor. Cuando hay mucho texto, es ideal y aconsejable utilizar tipografías estrechas para ahorrar espacio.

4. MAYÚSCULAS A CAJA BAJA: un texto escrito en letras mayúsculas, provoca lentitud en la lectura y ocupa más espacio

B. CLASIFICACION DE LAS FAMILIAS TIPOGRAFICAS.

Vox (1954), publicó la clasificación de caracteres tipográficos que lleva su nombre, la cual fue aceptada como norma de la ATYP (Asociación Internacional de Tipografía), en la cual establece las siguientes clasificaciones tipográficas:

1. HUMANAS (Años 1460/70): la emplean, como escritura, los humanistas italianos que rechazan la gótica. También se les llama Venecianas, porque ese fue el origen de los anónimos grabadores que las crearon, y caen en el olvido a partir de 1495 cuando Aldo Manuzio crea los primeros tipos Antiguos, hasta que William Morris las resucita a fines del siglo XIX. Las tipografías humanas tienen un trazo firme y un aire artesanal.

Están sólidamente asentadas en sus remates amplios, y cuentan con un asta de poco contraste. Su eje de modulación es oblicuo. Son fácilmente identificables si nos fijamos en que la “e” minúscula tiene el filete inclinado.

Los trazos ascendentes superan la altura de las mayúsculas, lo que las hace demasiado aparatosas para el idioma alemán, que utiliza mayúsculas en todos los sustantivos. Las tipografías Humanas más conocidas son: Jenson, Berkeley Old Style, Centaur, Cloister, Erasmus, Golden Type, Kennerley, Verona.

2. GARALDAS (Siglo XVI): su nombre es un homenaje a los dos creadores de los caracteres del Renacimiento italiano y francés (Aldo Manuzio y Claude Garamond) Se clasifican bajo ese título las tipografías con serifas que, desde finales del siglo XV hasta la segunda mitad del siglo XVIII, eran de uso corriente en toda Europa. Francesco Griffo, grabador de Aldo, liberó a las humanas de la rusticidad que había acompañado el paso de la escritura manual a la tipografía.

Con Garamond, la elegancia refinada se hace el rasgo distintivo del redondo: aumenta el contraste entre gruesos y finos (jugando con la sutileza de su relación) y se produce el afinamiento de los remates (serifos). Además, es de destacar la diferencia de inclinación del eje de modulación de cada carácter. Algunas tipografías son: Bembo, Caslon, Dante, Ehrhart, Garaldus, Garamond, Goudy Old Style, Palatino, Perpetua, Plantin y Sabon.

3. REALES: poseen características tanto del estilo antiguo como del estilo moderno. Sus diseñadores pretenden basarse en formas más

geométricas y uniformes. El eje de modulación es vertical o casi vertical, y el contraste entre trazos gruesos y finos oscila de medio a alto. Los trazos terminales ascendentes de las letras de caja baja son ligeramente oblicuos (a veces horizontales) y los trazos inferiores son generalmente horizontales o casi horizontales. Los trazos terminales son por lo general angulosos y cuadrados. Algunas tipografías son: Chetenham, Baskerville, Caledonia, Century Schoolbook, Co-chin, Carona, Melior, Mèridien, Olympian y Stone Serif.

4. INCISAS: los caracteres están basados en letras talladas en piedra o en metal. Tienen una cercana relación con las lineales, con frecuencia sus serifas o remates son pequeños y triangulares.

Ligeramente contrastadas y de rasgo adelgazado ahusado. Sus astas son moderadamente cóncavas. No se puede hablar de remates, pero sus pies sugieren, tal como ocurre con las con serif, una línea imaginaria de lectura, de modo que aunque no tengan remates, por construcción, no puede hablarse de tipos de palo seco.

Su ojo grande y sus ascendentes y descendentes finos, hacen de él un tipo que, aunque es extremadamente difícil de digitalizar, es muy legible a cualquier cuerpo. A pequeña escala, puede confundir y parecer de palo seco al perderse la gracia de su rasgo.

Algunas tipografías son: Columna y Perpetua, Óptima y Trajan

5. SCRIPTAS: son letras que imitan la escritura manual producida con plumilla, pincel o buril. Son de inspiración caligráfica. Algunas tipografías son:

Hyperion, Legen, Mistral y Rondo, Brush Script, Kaufmann Script, Zapfino, Chopin o script MT.

6. MANUALAES: caracteres del siglo XX, decididamente basados en originales dibujados a mano, con pincel, lápiz o cualquier otro instrumento; no representa ningún tipo de escritura, inadecuados para la composición de textos. Se emplean con fines publicitarios. Algunas tipografías son: Banco, Cartoon, Jacno, Klang y Matrua.

7. DIDONAS: aparecen a mediados del siglo XVIII, creadas por Didot y perfeccionadas por Bodoni. Son muy fáciles de reconocer gracias a su verticalidad y su gran contraste y por sus serifas, perfectamente horizontales. Presentan una modulación vertical con un contraste muy fuerte entre trazos finos y gruesos.

Los trazos terminales del pie y las ascendentes de caja baja son horizontales; los trazos terminales horizontales son delgados y usualmente cuadrados; el espaciado es estrecho en la mayoría de los casos: Ejemplos de ellos son Bodoni, Century, de Vinne, Didot, Falstaff y Madison.

8. MECANAS (EGIPCIAS): aparecen durante la Revolución industrial, como tipos de rotulación, especialmente pesados para trabajos de publicidad. Tienen poco o ningún contraste entre el grosor del trazo.

El interletraje es ancho, los trazos terminales son generalmente del mismo grosor que las astas. La mayor parte de las tipografías de este tipo, tienen trazos terminales cuadrangulares. Es también habitual que estas tipografías cuenten con una gran altura de la "x". Algunas tipografías son: Clarendon,

Egyptian 505, Ionic, LubalinGraph, Melior, Memphis, Rockwell, Serifa, y Volta.

9. LINEALES: también llamadas de palo seco, estas tipografías se caracterizan por la ausencia de remates en los extremos. Aparecieron en Inglaterra durante la primera mitad del siglo XIX para su uso en impresos comerciales como carteles o etiquetas.

10. GROTESQUE: son las primeras versiones de sansserif derivadas de un tipo egipcia, sólo que en este caso se han eliminado los remates. Su origen es decimonónico (siglo XIX). Los primeros tipos de esta clase, fueron creados para trabajos de rotulación y publicidad. Llamadas por los ingleses y americanos san serif, indicando con ello que los bastones no presentan ningún remate, y citadas en España, como letras de palo seco. Tiempo después, los que contaban con caja baja, se perfeccionaron para poder adaptarse al texto continuo.

En sus trazos se puede apreciar cierto contraste de grosor, y una cuadratura en las curvas. La “R” de la caja alta suele tener un asta curvada, la “g”, el ojal abierto, y la “G” tiene la característica uña. El primer tipo de la familia grotesca aparece en el año 1816, pero en la práctica no fue conocida y difundida hasta el año 1925, cuando apareció la famosa Futura, obra del grabador Paul Renner, un tipo de letra que ha inspirado a todos los tipos existentes de grotesca.

Algunas tipografías son: Franklin Gothic, Monotype 215-216, Bureau Grotesque, Gothic 13, Impact, News Gothic, Trade Gothic y Vectora.

11. NEOGROTESQUE: parecidas a las grotescas pero con un diseño más refinado. Su construcción obedece a una estudiada estructura. Los contrastes están menos marcados y la letra 'g' no tiene ojal, sino una simple cola. La "C" suele ser más abierta. Los contrastes de grosor de trazo están menos marcados.

Algunas tipografías son: La Helvética, Bell Gothic, Nauzeit S, Swiss, Univers, o Zurich.

12. GEOMÉTRICAS: surgen a partir de 1920, como consecuencia de las propuestas estéticas de los movimientos de vanguardia en Europa.

Se trata de letras de palo seco y de ojos teóricos, basados en formas y estructuras geométricas, normalmente mono líneas. Se emplean deliberadamente las mismas curvas y líneas en tantas letras como sea posible, la diferencia entre las letras es mínima. Las mayúsculas son el retorno de antiguas formas griegas y fenicias.

Algunas tipografías son: Futura de Paul Renner, 1927, la Eurostile, la Industria, la Kabel, Metro, AvantGarde, Avenir, Bauhaus, Century Gothic, Insignia, Variex.

Además de la clasificación y sub-clasificación por familia tipográfica, existe una versión ampliada de las mismas, con variaciones como: Serif Slab, Sans Serif tensionado, tipografía monoespaciada, ultra condensada, gótica o blackletter, y por último, la variable de la lengua.

13.SERIF: las fuentes serif o de adorno tienen su origen en el pasado, cuando las letras se cincelaban en bloques de piedra, pero resultaba difícil

asegurar que los bordes de las letras fueran rectos, por lo que el tallador desarrolló una técnica que consistía en destacar las líneas cruzadas para el acabado de casi todas las letras, por lo que las letras presentaban en sus extremos unos remates muy característicos, conocidos con el nombre de serif.

Según los diseñadores esta tipografía proporciona el efecto de tranquilidad, autoridad, dignidad y firmeza; contiene un pequeño embellecimiento (pequeños patines, pies o terminaciones) en los extremos de un carácter llamado enlace, lo que permite al ojo seguir la línea fácilmente, sobretodo en bloques de texto amplios, modifica el significado del texto y añade connotaciones específicas a lo expresado



Figura N°17. Serif.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

Otra particularidad común de las fuentes serif, derivada del hecho de que las tipografías romanas se basaban en círculos perfectos y formas lineales equilibradas, es que las letras redondas como la o, c, p, b, etc., tienen que ser un poco más grandes porque visiblemente parecen más pequeñas cuando se agrupan en una palabra junto a otras formas de letras.

Las Serif se subclasifican en las siguientes clases: Romanas Clásicas, Romanas de Transición, Romanas de Antiguas o viejo estilo, Romanas Modernas o Didonas, De cuña o glífico y Caligrafiadas. Son muy apropiadas para la lectura seguida de largos textos –impresos– ya que los trazos finos y los remates ayudan al ojo a fijar y seguir una línea en un conjunto de texto, facilitando la lectura rápida y evitando la monotonía.

Serif Romano Clásico	Romano Clásico
Serif de transición	De transición
Serif Viejo Estilo o Romanas Antiguas	Old Style
Serif Modernas o Didonas	Didona
Serif Cuña /Glífico	GLÍFICO
Serif Caligrafiado	Caligrafiado

Figura Nº18. Clasificación de las Serif.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

Estas fuentes pueden aparecer tradicionales, serias, institucionales o corporativas Como ejemplos de fuentes serif podemos citar: Book Antiqua, Bookman Old Style, Courier, Courier New, Garamond, Georgia, Lucida Bright, MS Serif, New York, Times, Times New Roman y Palatino.

Existe una clasificación ampliada para la tipografía Serif, llamada Slab Serif, Las cuales exhiben contrastes moderados e insignificantes en el peso del movimiento y pueden aparecer a veces ser casi monótonas. La serifa es generalmente pesada, a veces tanto como el movimiento principal en el carácter. Las tipografías de Slab Serif tienen cuatro categorías primarias, a saber: Egipcias, Clarendon, Italianas, y Slab Serif de extremos redondeados.



Figura N°19. Clasificación de las Slab Serif.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

14. SANS SERIF: del francés Sans “sin” Serif, serifa o patines. Las fuentes Sans Serif están simplemente sin patines o pies, es decir, no tienen remates en sus extremos.

Las fuentes Sans serif, etruscas o de palo seco, hacen su aparición en Inglaterra durante el siglo XIX. Entre sus trazos gruesos y delgados no existe contraste, sus vértices son rectos y sus trazos uniformes, ajustados en sus empalmes. Representan la forma natural de una letra que ha sido realizada por alguien que escribe con otra herramienta que no sea un lápiz o un pincel.

Según los diseñadores éste tipo de fuente crea el efecto de modernidad, sobriedad, alegría y seguridad, es más neutra y aunque son muy populares, dificultan la lectura de textos largos, por lo que se usan sólo en casos de textos muy cortos donde existiera una razón para ello.



Figura N°20. Sans Serif.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

Asociadas desde su inicio a la tipografía comercial, su legibilidad y durabilidad los hacían perfectos para impresiones de etiquetas, embalajes, envolturas y demás propósitos comerciales. Poco a poco las fuentes Sans serif fueron ganando terreno a las serif quizá porque la ausencia de remates y sus trazos finos las hacían muy apropiadas para letras grandes usadas en unas pocas palabras para ser vistas a distancia— como es el caso de rótulos, carteles, y sobre todo en medios electrónicos como la televisión y las presentaciones digitales.

Estas fuentes tienden a reflejar una imagen moderna, limpia, o minimalista. Muchos consideran las fuentes de Sans Serif como la mejor opción para el diseño de presentaciones digitales, ya que son más legibles

que las fuentes Serif cuando se proyectan para su visualización en pantallas, incluso en tamaños pequeños y limpias a tamaños grandes. Sin embargo, para textos largos impresos no se aconsejan, ya que resultan monótonas y difíciles de seguir.

Los tipos Sans serif o palo seco, se subclasifican en: De contraste, geométrica, grotesca, humanista, informal, híbrida, de terminación redonda, Bauhaus y ajustada. Los ejemplos incluyen: Arial, Chicago, Mónaco, Tahoma, Helvética, Verdana y Univers.

Sans Serif grotesca	Grotesca
Sans Serif geométrica	Geométrica
Sans Serif humanística	Humanística
Sans Serif de contraste	Contraste
Sans Serif informal	Informal
Sans Serif híbrida	Híbrida
Sans Serif terminación redonda	Terminación Redonda
Sans Serif Bauhaus	Bauhaus
Sans Serif ajustada	Ajustada

Figura Nº21. Clasificación de las Sans Serif.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

Las Sans serif cuentan con una clasificación ampliada llamada Sans Serif tensionada, una subcategoría pequeña pero significativa la cual fue creada para afilar el centro de los movimientos y señalar los extremos por medio de luces.

15.MANUSCRITAS O SCRIPT: las fuentes manuscritas o script parecen cursivas o de caligrafía. En el diseño de una presentación digital, estas fuentes se reservan para acentuar el título principal, o la firma del autor, pues los trazos más finos pueden desaparecer, comprometiendo la legibilidad.

La tipografía manuscrita se subdivide en: Brush, caligráfica, canciller, casual, formal, semi-formal, gráfico y monolínea, aunque también podría entrarse aquí el grafiti. Entre los ejemplos encontramos: Aelfa, Belphebe, Brush, Edwardian Script, English, Killigraphy, Medieval Victoriana y Vivaldi.



Figura Nº22. Manuscritas o Script.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

Como parte de la tipografía manuscrita caligráfica podemos encontrar la tipografía Gótica o Blackletter. Fue el primer carácter de imprenta usado en Europa. Es un tipo de letra que imita la escritura a mano que llevaban a cabo los monjes con un plumín ancho. Este tipo generalmente tiene un aspecto oscuro y, por lo tanto, se conocen como Blackletter (letras oscuras) en los Estados Unidos.

Brush	BRUSH
Caligráfica	<i>Caligráfica</i>
Canciller (Chancery)	<i>Chancery</i>
Casual	<i>Casual</i>
Formal	<i>Formal</i>
Semi-formal	<i>Semi-formal</i>
Gráfica	Gráfica
Monolíneal	<i>Monolíneal</i>

Figura N°23. Clasificación de las Manuscritas o Script.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

La tipografía Gótica incluye tipos de Frankfurt alemán y góticos. Se subclasifica en escritura gótica antigua e iniciales y escritura medieval. Se ha discutido sobre si la tipografía gótica, debería ser la primera en cualquier sistema de clasificación por ser la base y principio del desarrollo histórico del tipo.

Escritura gótica antigua	Gótica
Iniciales y escritura medieval celtica	Medieval

Figura N°24. Clasificación de la Gótica.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

16. FUENTES DE EXHIBICIÓN O DISPLAY: las fuentes de Exhibición (display) son las que tienen mayor atracción de todas las categorías. La

forma del carácter puede sugerir una época o período de tiempo, otras otorgan mayor personalidad.

Se puede enlistar las siguientes subcategorías para la tipografía decorativa: Antigua, art Nouveau y art Deco, de exhibición, Grune, de fantasía, de píxel, de arte pop, de estencil, y la más reciente para mass media

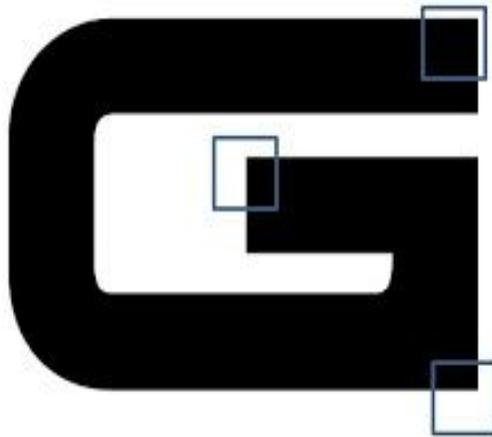


Figura Nº25. Exhibición o Display.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

Por su alto grado de asociación y referencia mediática, las fuentes de la exhibición se utilizan en todos los casos única y exclusivamente para el título. Entre las fuentes más conocidas de exhibición se encuentran: Terminator, Star Wars, Final Frontier y Jokerman, en su gran mayoría creadas por la industria del entretenimiento, el arte y la tecnología.

Antigua	Antigua
Art Nouveau y Art Deco	Art Nouveau
Decorativa	Decorativa
Grunge y Angustia	Gruge
Fantasia	Fantasia
Pop Art	POP ART
De época y <i>mass media</i>	MASS MEDIA
Esténcil	Esténcil
De píxel o mapa de bites	Pixel

Figura Nº26. Clasificación de la Exhibición o Display.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

17. DE SÍMBOLOS E IMÁGENES O DINGBATS & DINGFONTS: las fuentes de símbolos e imágenes incluyen caracteres y formas no encontrados en alfabetos tradicionales (dingbats y dingfonts), incluyen diseños que contienen juegos de caracteres de matemáticas, fonéticos, y otros usos especializados. Fuentes integradas por símbolos, muestras, logotipos, ornamentos, imágenes y otros caracteres no -alfabéticos. Estas fuentes se utilizan para enfatizar, para viñetas y decoraciones.

Dingfonts y Dingbats son dos términos utilizados en la industria de la computación para describir las fuentes que tienen dibujos en forma de letras y dibujos de símbolos y otras formas, respectivamente, en lugar de los caracteres alfabéticos o numéricos tradicionales. Y Caps-Fontbats, letras capitulares y letras especiales construidas con dibujos o que los incluyen.

En 1880, un dingbat era un ornamento o un espaciador usado en la composición tipográfica. Algunos fabricantes llaman a tales colecciones Wingdings.



Figura N°27. De Símbolos e Imágenes o Dingbats & Dingfonts.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

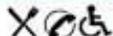
Adornos		Deportes	
Animales y aves		Dingbats	
Arte		Días Festivos	
Astrología		Flechas	
Bordes		Florones	
Botánica / Horticultura		Forma de letras	
Caracteres encerrados		Fonéticos	
Comunicaciones		Formas Humanas	
Decoración		Logotipos comerciales	

Figura N°28. Clasificación De Símbolos e Imágenes o Dingbats & Dingfonts.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

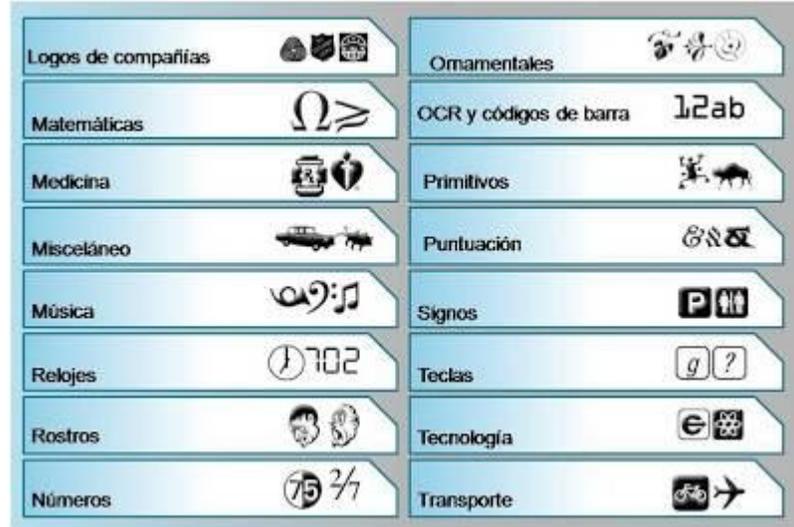


Figura Nº29. Clasificación De Símbolos e Imágenes o Dingbats & Dingfonts.

Fuente: www.guiaimpresion.com.ar/ (14/11/15).

18. FUENTES DIGITALES: cuando una fuente tipográfica la trasladamos a un ordenador esta necesita una codificación estándar para ser utilizada digitalmente, estos formatos se han ido estableciendo a lo largo de la era digital buscando estandarizar el uso de las tipografía.

Explica el sitio web www.tiposconcaracter.org (14/11/15), que s almacena la imagen de cada personaje, ya sea como un mapa de bits en una fuente de mapa de bits, o por la descripción matemática de las líneas y curvas en una fuente de contorno, también llamada fuente vectorial.

Cuando una fuente de contorno se utiliza, una rutina de tramas (en el software de aplicación, sistema operativo o una impresora) hace que los contornos de caracteres, la interpretación de las instrucciones vectoriales

para decidir qué píxeles deben ser de color negro y que los blancos. Rasterización es sencillo a altas resoluciones, tales como los utilizados por las impresoras láser y en los sistemas de publicación de gama alta.

Para pantallas de los ordenadores, donde cada píxel individual puede significar la diferencia entre los caracteres legibles e ilegibles, algunas fuentes digitales utilizan algoritmos haciendo alusión a hacer mapas de bits legibles en tamaños pequeños.

Las fuentes digitales también pueden contener datos que representan las métricas utilizadas para la composición, incluyendo partes de kerning, datos de componentes de creación de caracteres acentuados, las reglas de glifos de sustitución de la tipografía árabe y para la conexión de las caras de secuencias de comandos, y para sencillos y cotidianos ligaduras como fl. Los formatos más comunes son la fuente TrueType, OpenType y PostScript Type

Consecutivamente desde una perspectiva similar los procesadores de textos de los ordenadores actuales disponen de una amplia gama de tipos también llamados incorrectamente, por influencia del inglés, fuente, tanto de un tipo como de otro.

La letra Times New Roman fue diseñada originalmente para el periódico inglés The Times. Mediante este tipo de letra se conseguía una gran legibilidad y un excelente aprovechamiento del espacio, por lo que en seguida se generalizó su uso en los medios impresos y, sobre todo, en la prensa. La gran popularidad de la Times New Roman es un punto a su favor para su utilización incluso en medios electrónicos, pero para textos largos en

formato electrónico puede producir fatiga, precisamente porque la forma en la que el ojo percibe los bordes en este formato es justo lo contrario que en el papel ya que por la poca resolución de los monitores, las serifas terminan distorsionando el contorno del glifo.

Así mismo esto se debe a que las curvas pequeñas son muy difíciles de reproducir en los píxeles de la pantalla. Obviamente, la separación entre líneas también influye en la legibilidad de un texto electrónico. Para cartas y correos electrónicos ambos tipos de letras son apropiados, mientras que para informes y contratos (por lo general, largos) son más indicadas las letras con serifa

18.1. TIPOS DE FUENTES DIGITALES: con el nacimiento de la era digital, sucede la inevitable necesidad de crear un formato digital para su uso en ordenadores, estos poseen características que los diferencian en cuanto a la interpretación por los sistemas operativos para lo que están diseñadas, entre los tipos de fuentes digitales se pueden encontrar:

18.1.1. TRUETYPE: es un formato de tipografía para ordenador creado por Apple a finales de los ochenta para competir con el formato Type 1 de Adobe. Este nuevo formato permitía a los tipógrafos un mayor control sobre la forma de las letras. Las tipos TrueType están formadas por elementos vectoriales no PostScript. Apple vendió una licencia a Microsoft. Desde entonces, los tipos de letra entre Leopard y Windows son totalmente compatibles.

Los caracteres TrueType se describen mediante curvas que un rasterizador convierte en mapa de bits para cada cuerpo. Para que la calidad no empeore, los tipos se ajustan a una retícula de salida antes de rasterizarse.

18.1.2. OPENTYPE: está basado en su antecesor, TrueType, cuya estructura complementa con tablas de datos que permiten incorporar a una fuente funciones tipográficas bilingüísticas avanzadas.

Los orígenes de OpenType se remontan al inicio de los noventa, cuando Microsoft intentó licenciar para su sistema operativo Windows la tecnología de tipografía de Apple, TrueType. Tras el fracaso de las negociaciones, Microsoft determinó seguirá adelante con su propia tecnología, la cual, basada también en la arquitectura TrueType, vio la luz en 1994 bajo la denominación "TrueType Open". Adobe se unió al proyecto de Microsoft en 1996, añadiendo al formato la capacidad de usar las curvas matemáticas empleadas en sus fuentes Type 1. La nueva tecnología, bautizada como "OpenType", fue anunciada públicamente ese mismo año.

Las familias OpenType se caracterizan por tener la capacidad de contener hasta 65.636 glifos (a diferencia de las PostScript, que se limitan a 256). Es capaz de incluir especialidades en las letras (ligaduras, fracciones, versalitas), así como escrituras no latinas. Los archivos OpenType son capaces de usarse en sistemas de Mac y de Windows, así como en algunos sistemas Unix.

18.1.3. POSTSCRIPT TYPE 1: formato de tipografías postscript desarrollado por Adobe Systems que se convirtió en el estándar ISO 9541. Las tipografías en este formato están definidas como curvas bézier y siempre se muestran en formato vectorial, por lo que son escalables a cualquier tamaño sin perder calidad. Una tipografía postscripttype 1 está compuesta de dos archivos: el primero, de extensión .PFM contiene toda la información métrica (como el espaciado y el kerning) y el segundo, de extensión .PFB contiene los contornos de cada letra. Existen diferencias entre las tipografías type 1 para Macintosh y las de formato Windows que las hacen incompatibles. En el caso de Macintosh el archivo de los datos métricos contiene además una representación de la tipografía en mapa de bits para poderla ver en pantalla. Además, en versiones anteriores a MacOSX se recomienda tener instalada la aplicación ATM para su correcta gestión e impresión. Windows no soporta este formato nativamente en las versiones ME y anteriores (98, 95 o 3.1) por lo que hay que tener instalado el ATM. En Windows 2000, XP y posteriores sí que lo soporta sin necesidad de la aplicación de Adobe lettrag (2015).

1.2.1.5.- ELEMENTOS TIPOGRÁFICOS.

Se denominan elementos tipográficos todas las configuraciones que permiten el correcto funcionamiento de los caracteres instalados en el ordenador.

A.- JUSTIFICACIÓN O ALINEACIÓN: justificar o alinear un texto es la manera de acomodar las líneas en la caja. Es decir, es la manera en que se alinean entre sí, apoyándose en un lado, al centro o consiguiendo una forma caprichosa. Tomando en cuenta que la palabra "caja" apela al antiguo método de ajustar tipos (letras) en un recipiente de madera para conformar columnas, podemos imaginar claramente las líneas apoyadas a la izquierda en una columna, por ejemplo.

Los nombres que se dan a las formas de justificar un texto varían ocasionalmente entre los diferentes países, pero podemos decir que los más usuales son:

1) En block, bloque o cajón: que son aquellas en las que las líneas van de lado a lado en una columna.

2) Alineadas o Locas a la izquierda: las que se apoyan a la izquierda sin el requisito de llegar hasta el final de la columna.

3) Alineadas o Locas a la derecha.

4) En piña o Alineadas al centro: siendo las que se centran una bajo la otra.

En la actualidad, las columnas de texto se aplican también en formas caprichosas ya sea siguiendo el contorno de una figura o creando una figura con ellas mismas. La creatividad ha desarrollado retratos formados con el texto de la biografía del personaje y un sinnúmero de aplicaciones se ven comúnmente en deformaciones legibles o prácticamente ilegibles, buscando

atraer la atención del observador. Justificar es entonces, simplemente dar un formato cualquiera al texto en cuestión.

B. ESPACIADO (TRACKING): se usa para modificar la distancia entre múltiples caracteres (por ejemplo lo usamos directamente sobre palabras, frases o párrafos completos). Se aplica por lo general de forma colectiva con el mismo espacio entre cada letra.

C. KERNING: es lo que define el espacio entre dos caracteres de un modo un poco más avanzado y en base a la forma de la tipografía, se aplica de forma individual y además, es capaz de interpretar la forma de la letra para ver cuál es la separación más óptima para cada caso.

Explica la página web www.organigrafic.com/ (14/11/15), que el kerning es el espacio entre pares de letras. Hace con gran énfasis la aclaración que es “entre pares” y no entre letras en general, lo que correspondería al concepto de tracking, del que ya hablo anteriormente.

Si se observa con detenimiento las distintas formas que representan los caracteres (glifos) se verá que debido a su variedad van tener un amplio abanico de combinaciones entre sí. No es lo mismo el par “IA” que el par “VA”, ni el par “io” o el “wo”, por citar ejemplos en los que estén involucradas letras comunes con otras de formas diferentes entre sí. Con el objetivo de armonizar el aspecto de las palabras, los diseñadores de tipografías (conjuntos completos de caracteres o glifos) definen las relaciones de espacio entre los pares de caracteres.

D. INTERLINEADO: es el espacio vertical entre las líneas de texto se llama interlineado (rima con espaciado). El interlineado se mide desde la línea de base de una línea de texto hasta la línea de base de la línea de arriba. La línea de base es la línea invisible en la que se "apoyan" la mayoría de las letras.

En otras palabras <http://es.letrag.com/> (14/11/15), define al interlineado como la separación existente entre dos líneas de texto, o mejor dicho, entre las líneas base de ese texto. Es preciso destacar que se trata de una característica muy importante que influye en su legibilidad.

Los programas informáticos aplican por defecto un interlineado automático que equivale al 120% del tamaño del texto. Por ejemplo, un texto de 10 puntos tendría un interlineado de 12 puntos y uno de 20 puntos tendría 24 puntos de separación. En longitudes de línea muy largas se debe aplicar un mayor interlineado ya que si las líneas están muy juntas, el ojo humano se puede perder en el recorrido entre el final de una línea y el comienzo de la siguiente. Y por contra, en textos de líneas cortas se debe reducir el interlineado.

También en los textos que tienen como finalidad las pantallas de ordenador (como en páginas web) el ligero aumento del interlineado aumenta considerablemente la legibilidad del texto.

Paralelamente <http://exchange.autodesk.com/> define al interlineado como el espacio que corresponde a la distancia entre la línea base (parte inferior) de una línea de texto y la línea base de la siguiente. El factor de interlineado

se aplica a todo el objeto de texto de líneas múltiples, no a las líneas seleccionadas.

E. ANCHO O GRUESO: una segunda forma de clasificar las letras es según el ancho o grueso, es decir, el espacio que ocupa horizontalmente cada letra. Desde los comienzos de la escritura y la caligrafía y por supuesto de la tipografía, los primeros maestros notaron que no todas las letras eran iguales en su ancho y por tal razón, el espacio entre cada una de ellas debería variar para que la lectura fuese fluida y equilibrada. Al contrario de este razonamiento, las letras de las máquinas de escribir ocupaban cada una el mismo espacio, de manera que en el texto se veían espacios distintos entre ellas. Teniendo en cuenta que no todas las letras tienen el mismo ancho: Una «m» ocupaba todo el espacio, mientras que una «i» ocupaba mucho menos. Si en el texto aparecían seguidas una «i» y una «l», el espacio entre ambas era muy grande, mientras que si aparecían seguidas una «m» y una «o» el espacio era muy reducido. De todo ello resultaba una considerable incomodidad de la lectura y, por ejemplo, en el caso de titulares o rótulos.

1.3.- COLOR.

En Grecia en el apogeo de la era Filosófica se creía que existían solo 4 colores, agua tierra, viento y fuego. Gracias a estudios más recientes se llega a la conclusión que la luz blanca contiene un espectro de luz visible la cual se descompone en lo que comúnmente se le llama arcoíris.

Al respecto, Wong (2008), refiere que, es la manera como la luz es reflejada y percibida por el ojo a partir de una superficie de una figura o forma, es lo que hace que una figura se distinga del entorno en el que se encuentra y puede darse de forma natural o artificial. El color se origina de la descomposición de la luz blanca en forma de onda al rebotar con los objetos da paso a producir la descomposición y este efecto es lo que permite que sea captado por el ojo humano.

El color se clasifica en primarios, secundarios y terciarios. Los primarios son aquellos llamados colores puros y son la base de toda mezcla. Los secundarios son resultantes de las mezcla de los primarios entre sí en diferentes proporciones para obtener naranja es la combinación de el amarillo + rojo utilizando mayor proporción del amarillo que el rojo.

Las personas Aprenden a distinguir y asociar objetos, con los colores. Como también con las emociones de estos los colores pueden tener diversos significados y pueden vincularse también con las emociones. Así lo indico Bhaskaran, (2006)

Dicho esto se comprende la importancia del color en el diseño tipográfico gracias los significados y emociones con dependencia geográfica que el mismo puede aportar, ayudando a las personas a distinguir y asociar objetos con los colores.

1.4.- FORMA.

La forma es un elemento gráfico que puede ser reconocido y asociado a algún elemento que conozcamos, lo cual, nos permite entender lo que el diseñador quiere transmitir en su diseño.

En este sentido, Wong (2008), indica que todo lo que puede ser visto posee una forma que aporta la identificación principal y nuestra percepción, agregando a ello, la forma puede ser todo aquello que ocupa un espacio en nuestra percepción sensorial, de acuerdo al contexto en el cual se la emplee, la palabra forma refiere diversas cuestiones.

Su uso más difundido resulta ser aquel que dice que la forma es la figura exterior de un cuerpo material sólido. Es decir, es la figuración que dispone un cuerpo en su exterior y por caso es que la forma nos permite reconocer formas cuadradas, redondas, rectangulares y diversas formas en un mismo cuerpo así lo refiere la página web www.definicionabc.com (14/11/159).

1.5.- CULTURA.

Explica Velkley (2002), que la etimología del concepto moderno “cultura” tiene un origen clásico. En varias lenguas europeas, la palabra “cultura” está basada en el término latino utilizado por Cicerón, en su *Tusculanae Disputationes*, quien escribió acerca de una cultivación del alma o “cultura animi”, para entonces utilizando una metáfora agrícola para describir el

desarrollo de un alma filosófica, que fue comprendida teleológicamente como uno de los ideales más altos posibles para el desarrollo humano.

Agrega el autor que Samuel Pufendorf llevó esta metáfora a un concepto moderno, con un significado similar, pero ya sin asumir que la filosofía es la perfección natural del hombre. Su uso, y que muchos escritores posteriores “se refieren a todas las formas en la que los humanos comienzan a superar su barbarismo original y, a través de artificios, se vuelven completamente humanos.

El término “cultura”, que originalmente significaba la cultivación del alma o la mente, adquiere la mayoría de sus posteriores significados en los escritos de los pensadores alemanes del siglo XVIII, quienes en varios niveles desarrollaron la crítica de Rousseau al liberalismo moderno y la Ilustración.

Además, un contraste entre “cultura” y “civilización” está usualmente implícito por estos autores, aún cuando no lo expresen así. Dos significados primarios de cultura surgen de este período: cultura como un espíritu folclórico con una identidad única, y cultura como la cultivación de la espiritualidad o la individualidad libre. El primer significado es predominante dentro de nuestro uso actual del término “cultura”, pero el segundo juega todavía un importante rol en lo que creemos debería lograr la cultura, como la “expresión” plena del ser único y “auténtico”.

Dado la gran variedad de acepciones que la palabra cultura tiene, se considera importante señalar algunas de estas definiciones para entender más a fondo el concepto.

Para Malo (2000), la Cultura es esencial a la condición humana, no solo en su sentido tradicional como resultado de un cultivo de nuestras facultades que culmina en conocimiento y capacidades desarrolladas, sino, en el sentido antropológico del conjunto de ideas, creencias, actitudes, valores jerarquizados, tecnologías, sistemas de pensamientos y comunicación, de acuerdo con los cuales organizamos nuestras vidas como partes de un grupo estructurado.

Por otro lado, existen definiciones más amplias que no necesariamente varían por el lugar o la persona que la formula, por ejemplo, Malo (2000), a su vez señala que “cultura” es el modo de vida de un pueblo conformado por sus expresiones artísticas, fiestas, folklore, creencias, costumbres, etc.

A su vez, la perspectiva antropológica de Bonfil (1989), extiende el concepto añadiendo que la cultura es un conjunto relativamente limitado de conocimientos, habilidades, y formas de sensibilidad que se agrupan en las bellas artes y otras actividades intelectuales, por lo cual, el acceso es limitado y exige un tipo particular de educación, condiciones individuales, familiares y sociales que proyectan una concepción elitista del término, por lo cual se vuelve patrimonio de pocos.

Se puede notar, después de un análisis, que el último concepto contradice al anterior, afirmando que las sociedades y grupos humanos tienen cultura porque la vida en sociedad se las transmite y porque exige a todos el manejo de los elementos culturales indispensables para participar en la vida social.

1.6.- PATRIMONIO CULTURAL.

Según la UNESCO (2000), el patrimonio cultural abarca monumentos, grupos de edificios y sitios que tienen valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico o antropológico.

En referencia lo anterior, se considera que el patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le ha legado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Está constituido por la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras.

Por su parte Fernández y Guzmán (2001), señalan que un concepto moderno incluyen tanto monumentos y manifestaciones del estado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial e histórica, documentos y obras de arte), lo que se conoce como patrimonio vivo; las diversas manifestaciones de la cultura popular (indígenas, regional, popular y urbana) , las poblaciones o comunidades tradicionales, las lenguas indígenas, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones características de una etnia.

1.7.- TINTORERO, MUNICIPIO JIMÉNEZ, ESTADO LARA.

A solo pocos minutos de Barquisimeto, saliendo por el oeste y tomando la Vía hacia Quíbor se encuentra a 20 Km de camino, la entrada a Tintorero. Este colorido poblado, se caracteriza por ser cuna de grandes e importantes artesanos dedicados en su mayoría a la creación de tejidos tales como hamacas, masayas, manteles, cobijas entre muchísimas otros productos que con esmero, cariño y dedicación le han dado un puesto destacado en lo que se refiere a artesanías a nivel nacional. Tintorero debe su nombre a la tinta, la cual ha sido usada para pintar los hilos y tejidos que los habitantes de este poblado crean, la variedad de colores usados por los artesanos hizo de este nombre una excelente aplicación. Muchos años atrás se tejía con lana de oveja, ésta era la que se teñía, hoy eso ha cambiado y se trabaja el hilo pabilo.

Es de importancia destacar que la principal actividad artesanal de Tintorero son los telares, aunque no es la única pues también hay quienes trabajan la madera y la arcilla, pero ciertamente la predominante es la tela. Y esto con mucha razón pues este pueblo hereda de El Tocuyo la pasión por los telares, ya que fue allá mismo en El Tocuyo donde se estableció el primer telar de Venezuela, en el siglo XVI bajo el mando del entonces Gobernador y Capitán General de la Provincia de Venezuela, Juan Pérez Tolosa.

1.8.- FERIA INTERNACIONAL DE TINTORERO.

La etimología de la palabra proviene del latín feria, la cual es un evento económico, social o cultural que puede estar establecido o ser temporal, y que puede tener lugar en sede fija o desarrollarse de forma ambulante. Las ferias suelen estar dedicadas a un tema específico o tener un propósito común.

Una feria es un evento social, económico y cultural —establecido, temporal o ambulante, periódico o anual— que se lleva a cabo en una sede y que llega a abarcar generalmente un tema o propósito común. Puede tener por objetivo primordial la promoción de la cultura, alguna causa o estilo de vida, generalmente en una forma divertida y variada; más comúnmente el objetivo es la estimulación comercial, pues tiene la finalidad de lucro o de generar ganancias para las localidades anfitrionas, personas u organizaciones patrocinadoras, y participantes hospitalarios, a cambio de un tiempo grato que incluye diversión y entretenimiento, participación en juegos de azar y de destreza, alimentos, manjares y golosinas, objetos, o juguetes, etc., para los participantes visitantes y negociantes, ya sean estos menores o mayores de edad, dependiendo del evento, consignas, características, costumbres locales y leyes que rigen el lugar.

Las ferias también son instalaciones donde se exponen productos de un único sector comercial o industrial para su promoción y venta. Es posible, por lo tanto, hablar de feria del libro, feria de calzado u otro tipo de feria.

Según Jiménez, Cazorla y Linares (2002), se trata, del instrumento de comunicación más antiguo remontando a la civilización fenicia (2º milenio a.c., en forma de mercados) y de una importante herramienta de exhibición y comunicación de su oferta comercial, así como de instrumento de contacto frente al cliente, es decir, que es una herramienta de comunicación empleada tanto en promoción de ventas como en venta personal.

Aunque Rodríguez, De La Ballina y Santos (1997), consideran que las ferias se emplean como elemento para mejorar la imagen de la empresa y transmitir su imagen al mercado, considerándolo así como una herramienta de relaciones públicas.

Tintorero también cuenta desde hace años y de forma ininterrumpida con su Feria Internacional de Artesanías, la cual se efectúa regularmente en el mes de Agosto. Este evento reúne a cientos de artesanos de diferentes lugares del país y del mundo, donde se exponen sus productos obras que van desde utensilios de cocina, hasta hamacas, tejidos, juguetes, manteles, muñecas de trapo, licores artesanales, piezas en hierro forjado así como también cuero y orfebrería, entre otros, así como las últimas tendencias en materia artesanal. En ediciones recientes, la concurrencia ascendía entre los tres mil a cinco mil visitantes diarios, haciendo de esta feria una de las más importantes en su estilo a nivel nacional.

/

2.- BASES LEGALES.

Cuando se está desarrollando un producto gráfico, se deben tomar en cuenta ciertas bases legales las cuales soporten los derechos de autor sobre la obra y sobre la propiedad intelectual del mismo. A continuación, se hará referencia de algunas leyes las cuales tendrán como objetivo principal el apoyo y protección de la propuesta editorial resultante de la presente investigación.

2.1.- LEY DE DERECHO DE AUTOR. (Gaceta Oficial N° 4.638, 1 de Octubre de 1993).

Del Capítulo I, de los derechos protegidos, en la Sección Primera, de las obras de ingenio:

2.1.1.- Artículo 1° y Artículo 2°. Referentes a todos los tipos de obra de ingenio de carácter creador, cualesquiera que sea su género, conociendo como obras de ingenio las siguientes: libros, folletos, manuales, obras dramático-musicales, programas de computación, etc.

Del mismo capítulo. En la Sección segunda, de los autores:

2.1.2.- Artículo 5°, Artículo 6°, Artículo 7°. Estos artículos definen al autor como creador intelectual de la obra y por lo tanto recibe los derechos de la misma tanto los de orden moral, como patrimonial. Por otra parte la ley decreta que el autor será reconocido por el nombre, seudónimo o signo, que no deje lugar a dudas sobre su identidad.

2.2.- LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL (Gaceta Oficial N° 5.481, 13 de Abril de 1997).

2.2.1.- Artículo 1°. Hecho Generador: La propiedad intelectual de una obra literaria, artística o científica corresponde al autor por el solo hecho de su creación.

2.2.2.- Artículo 2°. Contenido: La propiedad intelectual está integrada por derechos de carácter personal y patrimonial, que atribuyen al autor la plena disposición y el derecho exclusivo a la explotación de la obra, sin más limitaciones ú las establecidas en la ley.

3.- ESTUDIO DE CASOS.

El estudio de casos en un proceso de investigación es muy importante ya que permite comparar y tomar como referencia algunos trabajos realizados previamente, lo que permite poder evaluar en ellos las respuestas de trabajo que se le ha dado a productos similares del área del diseño editorial; por lo que su función no es otra que la de aportar conocimiento al momento de plantear las soluciones gráficas en el presente proyecto de investigación.

CASO DE ESTUDIO
CUADRO

CLASIFICACION

FORMATO
Display
OpenType/TTF

FAMILIA
Sin Serif - Geométricas

LENGUAJE SIMBOLICO
Basado en elementos morfológicos extraídos de los tejidos e la bordados por la etnia venezolana Makiritare

ANALISIS FUNCIONAL
La fuente Makiritare es una letra muy simétrica y legible, con un aspecto armonioso que da muy buen resultado tanto en textos como en títulos.

DATOS GENERALES

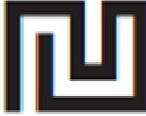
Autor: John Moore
Año: 2000
Fuente: John Moore Type Foundry (Pagina Web)
Ubicación: Caracas/Venezuela
Proyecto: La Florde Venezuela
Typophile - Letras Latinas Biennial 2006

Cuadro. Nº 1. Caso de Estudio No. 1. Makiritare Regular.

Elaborado por: Pulido y Vásquez (2015).



CASO DE ESTUDIO



DATOS GENERALES

Autor: John Moore
Año: 2006
Fuente: John Moore Type Foundry (Pagina Web)
Ubicación: Caracas/Venezuela
Proyecto: Biena Tipos Latinos

CLASIFICACION

FORMATO Display

FAMILIA Sin Serif - Geométricas

LENGUAJE Basado en elementos morfológicos extraídos de los petroglifos Venezolano

SIMBOLICO

ANÁLISIS FUNCIONAL
 La fuente Palaima es una letra muy elástica y gran personalidad, con un aspecto geométrico armonioso muy buen resultado espacialmente como en títulos.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 abcdefghijklmnopqr
 stuvwxyz



Cuadro. Nº 2. Caso de Estudio No. 2. Palaima.

Elaborado por: Pulido y Vásquez (2015).

CASO DE ESTUDIO

CUADRO ESTUDIO

DATOS GENERALES

Autor: Jose jose Villamizar

Año: 2015

Fuente: Neo

Type Foundry: (Pagina Web)

Ubicacion: Caracas/Venezuela

Proyecto Freelancer

CLASIFICACION

Display

Formato Op enType/ TTF

FAMILIA Sin Serif - Geométricas

LENGUAJE Basado en elementos morfológicos extraídos de la cestería elaboradas por la etnia yekuana en la region oriental de Venezuela.

SIMBOLICO

ANÁLISIS FUNCIONAL

La fuente yekuana es una letra muy representativo y manejable, con un aspecto geométrico entramado que da muy buen resultado especialmente como en títulos.

Cuadro. Nº 3. Caso de Estudio No. 3. Yekuana.

Elaborado por: Pulido y Vásquez (2015).

CASO DE ESTUDIO

WAKA

CUADRO ESTUDIO

CLASIFICACION	Display
FORMATO	OpenType/TTF
FAMILIA	Sin Serif - Geométricas
LENGUAJE SIMBOLICO	Tipografía experimental inspirada en la cultura del Perú donde se rescata sus conceptos, proporciones y simbolismo.
ANÁLISIS FUNCIONAL	La fuente Waka es una letra muy simbólica y geométrica, con un aspecto pictórico que da muy buen resultado especialmente como en títulos.

DATOS GENERALES

Autor: Omar Smash

Año: 2015

Fuente: Omar smash
Behance Prolife (Página Web)

Ubicación: Perú

Proyecto
Un nuevo sol

Cuadro. Nº 4. Caso de Estudio No. 4. Waka.

Elaborado por: Pulido y Vásquez (2015).

CASO DE ESTUDIO

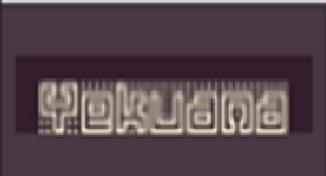
CLASIFICACION
Formato: Display
Familia: Sin Serif - Geométricas
Lenguaje: Basado en elementos morfológicos extraídos de diversos petroglifos equatorianos.
Simbólico

DATOS GENERALES
Autor: Cesar Lopez
Año: 2014
Fuente: Cesar Lopez Behance (Pagina Web)
Ubicación: Quito/Ecuador
Proyecto: Freelancer

ANÁLISIS FUNCIONAL
La fuente Tipoglypho es una letra muy detallada poco legible, con un aspecto geométrico armonioso que da muy buen resultado para identificadores y títulos.

Cuadro. Nº 5. Caso de Estudio No. 5. Tipoglypho.

Elaborado por: Pulido y Vásquez (2015).

CUADRO N° [] COMPARACIONES		Fecha	Clasificación	Familia	Peso	Formato	Conclusiones
	Mabritare N°1	Autor: John Moore Año: 2000 Fuente: John Moore Type Foundry (Página Web) Ubicación: Caracas/Venezuela Proyecto La Rota de Venezuela Typophile - Letras Latinas Bienal 2006	Display	Sin Serif - Geométricas	Regular Bold Medium	Cef Tf	La tipografía funciona de manera coherente, a pesar de su compleja geometría guarda relación con el concepto y es legible.
	Palama N°2	Autor: John Moore Año: 2005 Fuente: John Moore Type Foundry (Página Web) Ubicación: Caracas/Venezuela Proyecto Bienal Tipos latinos	Display	Sin Serif - Geométricas	Regular	Cef Tf	Palama mantiene su forma esencial en relación con sus variantes, Caja alta y caja baja, es importante señalar que aunque las proporciones cambian el estilo y apariencia sigue siendo la misma lo cual es una gran ventaja para este tipo de esta clasificación.
	Yakuana N°3	Autor: Jose Jose Villanar Año: 2015 Fuente: Neo Type Foundry (Página Web) Ubicación: Caracas/Venezuela Proyecto (Financiar)	Display	Sin Serif - Geométricas	Regular Bold Light Medium	Cef Tf	Yakuana es una tipografía contemporánea muy representativa a nivel conceptual, la línea es continua rítmicamente y su simetría ayuda a conseguir armonía entre los caracteres funciona a la perfección entre paratexto y títulos.
	Waka N°4	Autor: Cesar Smash Año: 2016 Fuente: Cesar Smash Balance Profile (Página Web) Ubicación: Perú Proyecto Un nuevo sol	Display	Sin Serif - Geométricas	Regular	Tf	Para esta la solución de representar de manera figurativa mediante la implicidad de los símbolos y objetos por la que esta continúa. A pesar de tener formas y trazos distintos se consigue unión armónica en medio de tanta diversidad llevándola a funcionar a la perfección.
	Tipoglo N°5	Autor: Cesar Lopez Año: 2014 Fuente: Cesar Lopez Balance (Página Web) Ubicación: Quito/Ecuador Proyecto (Financiar)	Display	Sin Serif - Geométricas	Regular	Tf	Tipoglo es la letra que incorpora el lenguaje simbólico y no verbal de los pictogramas en función de las letras del alfabeto la integración es una desafiante composición simétrica que pudiera dificultar la lectura en algún momento, sin embargo mantiene la legibilidad en medio de su complejidad.

Cuadro No. 6. Cuadro Comparativo Estudio de Casos

Elaborado por: Pulido y Vásquez (2015).

4.- MÉTODOS Y PROCESOS DE DISEÑO.

Toda investigación lleva consigo una serie de pasos organizativos, un método de trabajo para avanzar sistemáticamente en la búsqueda de la solución al problema planteado; diversos autores han realizado esquemas descriptivos que muestran dichos pasos, y a dicho esquema se le ha denominado método de diseño.

Según Cross (2002), los métodos de diseño son todos y cada uno de los procedimientos, técnicas, ayudas o herramientas para diseñar. El objetivo de estos, es introducir procedimientos con un marco lógico durante su ejecución siendo esta diversa, dando la libertad de innovar para quien esté diseñando de innovar o simplemente seguir este método ya establecido el cual puede ir de lo más sencillo a lo más complicado.

Por ese motivo se hace necesario conocer los procesos que otros autores desarrollaron y poder implementarlos en nuestro diseño de una familia tipográfica.

4.1.- MÉTODO PROPUESTO POR AMBROSE-HARRIS.

Es un método desarrollado por Ambrose-Harris, se resume en un proceso que convierte un encargo o petición en un producto acabado o una solución de diseño. Se puede decir que el proceso de diseño de este método consta de siete fases: definición, investigación, ideación, prototipo, selección,

implementación, y aprendizaje. Cada una de estas fases es necesaria para el planteamiento del problema.

4.1.1.- FASE 1.

4.1.1.1.- BRIEFING: establecer cuál es el problema, Es la primera fase del método y comienza proponiendo dejar los requerimientos claros para facilitar el proceso de diseño.

4.1.1.2.- DEFINICION: en primer lugar, el problema de diseño y el público objetivo deben ser definidos. Una comprensión precisa del problema y sus contrastantes permite que se desarrollen soluciones más exactas. Esta fase de investigación revisa toda la información, como los antecedentes del problema de diseño, la investigación del usuario final y sus entrevistas de opinión, e identifica posibles obstáculos.

4.1.2.- FASE 2.

4.1.2.1.- ANTECEDENTES-RECOPILAR INFORMACIÓN PREVIA: en esta fase se plantea la recolección de la información que se necesitara establecida previamente por la fase de definición.

4.1.2.2.- INVESTIGACIÓN: una vez que se ha definido el briefing y ha sido aprobado, el diseñador comienza a buscar información que pueda introducir en el proceso creativo de la fase de ideación. Esta investigación puede ser tanto cuantitativa, con una gran cantidad de datos estadísticos sobre el

tamaño y la composición del público objetivo, como cualitativa, con información acerca de lo que el público objetivo compra o consume y cuál es su estilo de vida. Puede ser conveniente construir el modelo mental de un consumidor característico para permitir al equipo de diseño hacerse una idea de que le podría atraer. Este modelo puede incluir factores como la educación, la carrera profesional, los destinos de sus vacaciones, los gustos musicales, sus aspiraciones y muchas otras cosas.

A. INVESTIGACIÓN PRIMARIA: una fuente primaria de investigación es el feedback generador durante la fase de aprendizaje de los proyectos previos llevados a cabo con el mismo cliente o con clientes similares. Este feedback (o retroalimentación) proporciona un punto de partida respecto a que funcione y que no con un público objetivo específico.

B. INVESTIGACION SECUNDARIA: la investigación secundaria es la información obtenida de fuentes indirectas generales, como los informes de investigaciones de mercado. Estos proporcionan un análisis y el comportamiento histórico de determinados mercados y segmentos de mercado, y aportan una visión clara de cómo está estructurado el mercado.

4.1.3.- FASE 3.

4.1.3.1.- SOLUCIONES, CREAR POSIBLES SOLUCIONES: una vez que se establece que se necesita y se procede a la recolección de la información necesaria concluida la búsqueda, se cuenta con la información que permitirá comenzar con la propuesta de ideas que se desarrolla en esta fase.

4.1.3.2.- LA IDEACION: es la fase en la que se identifican la motivación y las necesidades del usuario final, y se generan ideas para satisfacerlas, quizá mediante una lluvia de ideas.

Durante la fase de ideación, el equipo de diseño recurre a los datos recopilados y a las restricciones impuestas durante la fase de definición. Esta información se utiliza para crear ideas con las que encarar el briefing de diseño.

Los diseñadores utilizan diferentes métodos para la ideación, algunos de los cuales se tratarán con más detalle en el capítulo tercero. “Generación de ideas”. Los métodos de ideación abarcan la lluvia de ideas (brain storming), el esbozo de ideas y la adaptación de un diseño probado y comprobado que ya existe, bien con un enfoque analítico top down (de arriba abajo) que se centra en el producto, el servicio o la empresa, bien con un enfoque bottom up (de abajo arriba) centrado en el cliente o consumidor.

En esta fase, el equipo de diseño también puede decidir aprovechar uno de los muchos movimientos de arte y diseño o paradigmas. A un briefing de diseño, por ejemplo, se le puede dar una interpretación modernista, abstracta, constructivista o destructivista.

A medida que la fase de ideación avance, se verá claro si ha habido algún malentendido o defecto en la fase de definición y si la investigación llevada a cabo es suficiente o no. Durante todo el proceso de diseño se puede recurrir al feedback con el cliente para aclarar puntos dudosos y para tratar aspectos mal definidos durante la fase de definición.

4.1.4.- FASE 4

4.1.4.1.- DESARROLLO, PROPONER SOLUCIONES: en esta fase se trata de resolver o llevar a cabo las ideas propuestas en la fase anterior, que se presentan para que sean revisadas por el grupo u otros participantes, antes de mostrarlas al cliente.

A. CREACION DE PROTOTIPOS: la fase de ideación genera una serie de posible solución para el briefing de diseño. Antes de seleccionar una, puede que sea necesario poner en práctica las soluciones más prometedoras. Esto permitirá evaluar determinados aspectos y proporcionara una mejor base para comparar en la fase de selección. En estos casos, se puede crear un prototipo.

Se puede usar prototipo para probar la viabilidad técnica de una idea de diseño y ver si funciona como un objetivo físico. Un buen prototipo proporciona al equipo de diseño y al cliente la posibilidad de visualizar y manipular un concepto de diseño, tener una idea de su apariencia física y sus cualidades táctiles.

Puesto que un prototipo tiene como objetivo poner a prueba los aspectos de una solución de diseño, debe crearse de modo que esos aspectos estén presentes y puedan ser evaluados eficazmente.

4.1.5.- FASE 5.

4.1.5.1.- MOTIVOS: en esta fase se escoge una propuesta para así desarrollarla, y se comparan las soluciones propuestas con el objetivo del encargo. Algunas soluciones pueden ser factibles, pero quizás no sean las mejores.

4.1.5.2.- SELECCIÓN: la fase de selección es el punto donde se escoge una de las soluciones de diseño propuestas para desarrollarla. El criterio fundamental de la selección es la idoneidad para el propósito: ¿el diseño cumple las necesidades y las metas del briefing, y se comunicara con eficacia con el público objetivo para conseguir esos fines? El diseño ganador suele ser el que más se acerca al briefing de diseño, o a una parte significativa de este. Puede que no sea posible o conveniente cumplir con todos los requisitos de un briefing en un solo diseño.

4.1.6.- FASE 6

A. ENTREGA: en esta fase se procede llevar a cabo la solución para el briefing de diseño, trata sobre el desarrollo del diseño y su entrega final al cliente. Así que se puede decir que esta fase termina con la entrega final del trabajo al cliente.

B. LA IMPLEMENTACION: durante esta fase, el diseñador entrega el material gráfico del diseño y las especificaciones de formato a aquellos que producirán el producto final. Estos pueden ser el impresor, el creador de una

página web o un fabricante. Este momento proporciona una buena oportunidad para confirmar las especificaciones de producción, como la cantidad que se debe imprimir y lo que esperas recibir.

4.1.7.- FASE 7.

4.1.7.1.- RECIBIR, FEEDBACK: que funcione bien y donde se puede mejorar, una de las fases más importantes después de todas y una vez desarrollado el producto, ya que se plantea por encima de las satisfacciones de la entrega del producto, el aprendizaje.

4.1.7.2.- EL APRENDIZAJE: ayuda a los diseñadores a mejorar sus resultados y, por este motivo, los diseñadores deberían buscar el feedback del cliente y del público objetivo, y determinar si la solución propuesta cumplió con los objetivos del encargo. Así puede que se identifiquen mejoras que podrán aplicarse en el futuro.

La fase final del proceso consiste en aprender de lo que ha sucedido durante el propio proceso de diseño. Se trata de una fase de retroalimentación, en el cual el cliente y la agencia de diseño o el diseñador freelancer tratan de identificar que funciona bien y donde se puede mejorar.

Tras la implementación, el cliente puede empezar a buscar o recibir feedback de como el producto ha sido recibido por el público objetivo y cuan positivos han sido sus efectos en este. Así, una empresa de diseño puede averiguar cómo respondió la audiencia a su diseño.

El feedback generado al final del proceso se convierte en una oportunidad de aprendizaje para futuros proyectos. Además, conforma una de las fuentes de información para las fases de definición e investigación, cualquier problema con el diseño puede deberse a los efectos del briefing o a una falta de comprensión de los puntos fundamentales. Gracias al proceso feedback, con el tiempo diseñadores y clientes construyen una comprensión compartida.

A pesar de que la fase de aprendizaje pare ser la última de las siete que se han identificado, realmente tiene lugar durante todo el proceso de diseño. En cada fase se debería hacer un balance de donde el diseñador se encuentra, hacia donde se dirige, que está funcionando y que no. La habilidad de aprender en cada fase reforzara el desarrollo del planteamiento del diseño, y ayudara a generar diseño radicales y con éxito.

En la siguiente sesión se mostrara el cuadro donde ser resume de manera simplificada cada una de las fases es necesario aclarar que el método es lineal y una fase depende de la otra, se comienza desde arriba sin alteración en el orden jerárquico de las fases.

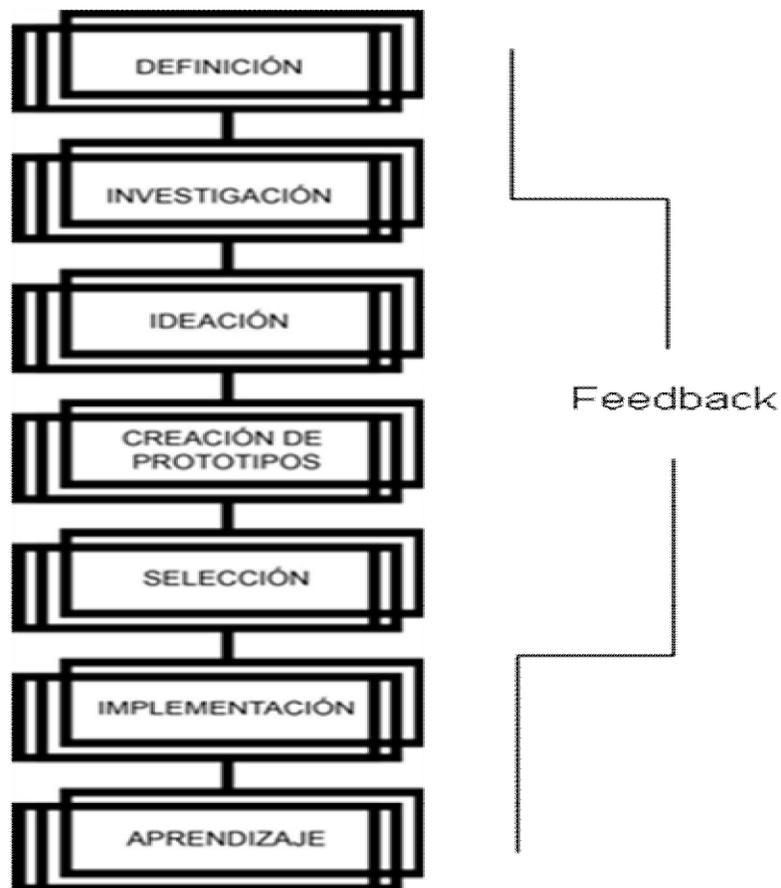


Gráfico Nº 1. Síntesis del Método de Ambrose-Harris.

Fuente: Ambrose-Harris.

Elaborado por: Pulido y Vásquez (2015).

4.2.- MÉTODO PROPUESTO POR FRASCARA (2006).

Frascara (2006), intentó sintetizar una metodología rígida y globalizada en diez fases que tuviesen el poder de contener cada uno de los pasos más generales e indispensables en un proceso de diseño.

Esta metodología contiene una profunda fase investigación y

analítica que aboga por el conocimiento concreto del tema para enfocar dicho manejo en la fase proyectual o creativa, contrario a esto ninguna metodología debería ser rígida ni completamente racional, según Frascara (2006), la intuición y la imaginación, educadas y basadas en una aguda sensibilidad relacionada con todos los aspectos de la vida humana, son componentes más que necesarios para llevar a cabo cualquier pieza de diseño.

También agrega que usando la misma metodología para todos los proyectos, no siempre sería posible llegar a cubrir todo el espectro necesario
Verificación Materiales - Tecnología - Experimentación Modelos Solución
Dibujos Constructivos de requerimientos humanos, ya que hay en la vida componentes no cuantificables ni numerables, que son indispensables en el entorno.

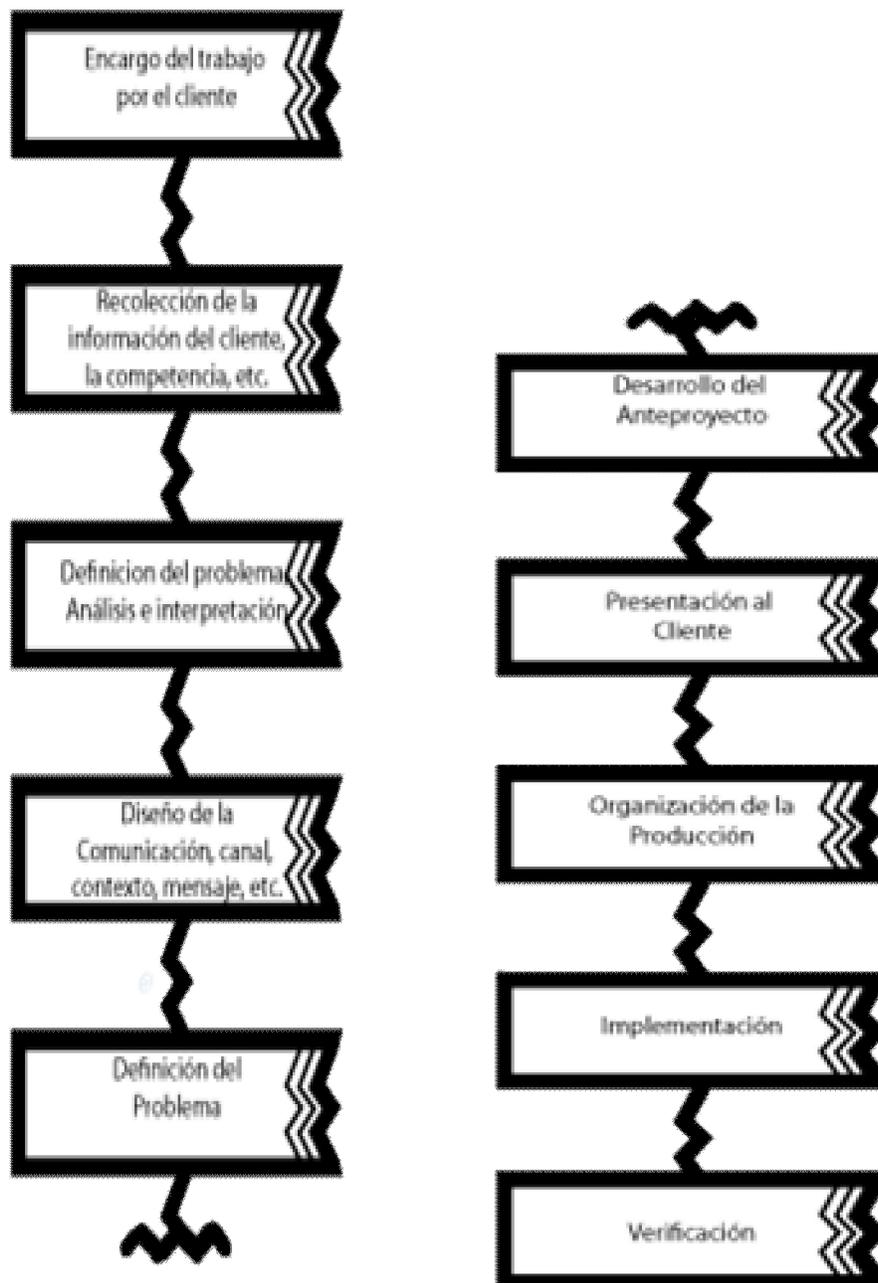


Gráfico Nº 2. Síntesis del Método de Frascara (2006).

Fuente: Frascara (2006).

Elaborado por: Pulido y Vásquez (2015).

4.3.- MÉTODO PROPUESTO POR MUNARI (2000).

Para una metodología básica para resolución de problemas Munari (2000) creó el siguiente esquema resumido en doce fases y estas a su vez tienen sus diferentes ramificaciones.

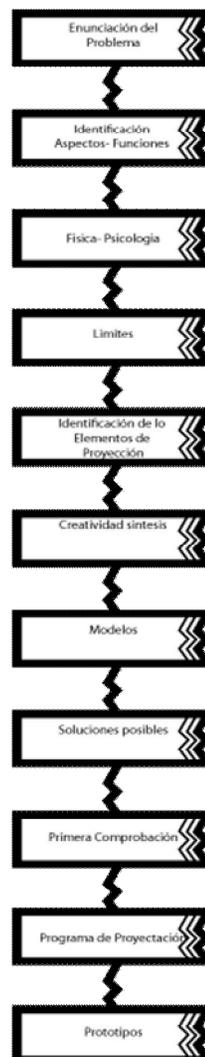


Gráfico Nº 3. Síntesis del Método de Munari (2000).

Fuente: Munari (2006).

Elaborado por: Pulido y Vásquez (2015)

4.4.- MÉTODO PROPUESTO POR JONES (1985).

Jones (1985) postula que lo bueno es combinar racionalidad e intuición, algo mucho más difícil que ser solamente racional o solamente creativo.

Agrega el autor, que lo realmente bueno acerca de los métodos de diseño es que se debe ser más consciente de cómo organizar el propio proceso de diseño y no verse confundido por él. Él inició las ideas sobre la necesidad de un método, así como los conceptos de caja negra y caja transparente. En el primero se considera que el diseñador es capaz de producir resultados en los que confía y que a menudo tiene éxito, mas no es capaz de explicar cómo llegó ahí. Sus características son:

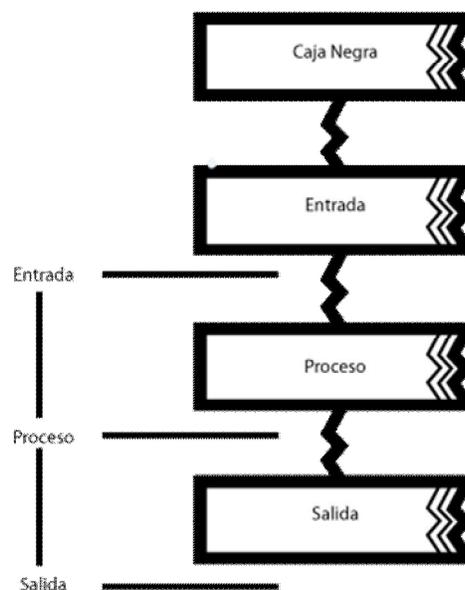


Gráfico Nº 4. Síntesis del Método de Jones “Caja Negra” (1985).

Fuente: Jones (1985).

Elaborado por: Pulido y Vásquez (2015)

Por el contrario el método de caja transparente apuesta a un proceso medido y supervisado por el ejecutor, mediante su conocimiento en el tema, al que un diseñador sin una amplia trayectoria en una rama específica puede resolver el problema propuesto.

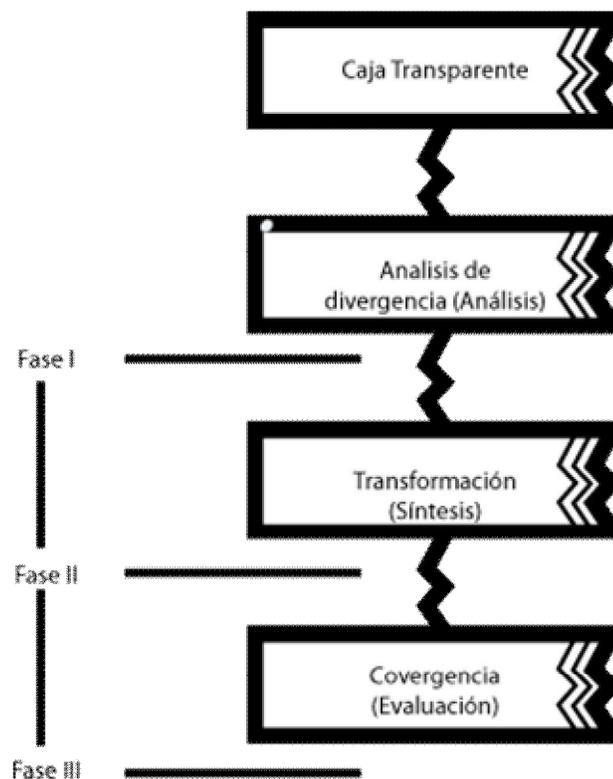


Gráfico Nº 4. Síntesis del Método de Jones "Caja Transparente" (1985).

Fuente: Jones (1985).

Elaborado por: Pulido y Vásquez (2015)

Ambos métodos tienen como resultado ampliar el espacio de búsqueda de la solución al problema de diseño.

4.5.- MÉTODO PROPUESTO POR ARCHER (1963).

Archer (1963), propone como definición de diseño: selección de materiales correctos y darle forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitación de los medios de producción disponibles. El proceso de diseño, por lo tanto, debe contener fundamentalmente las etapas de analítica, creativa y de ejecución.

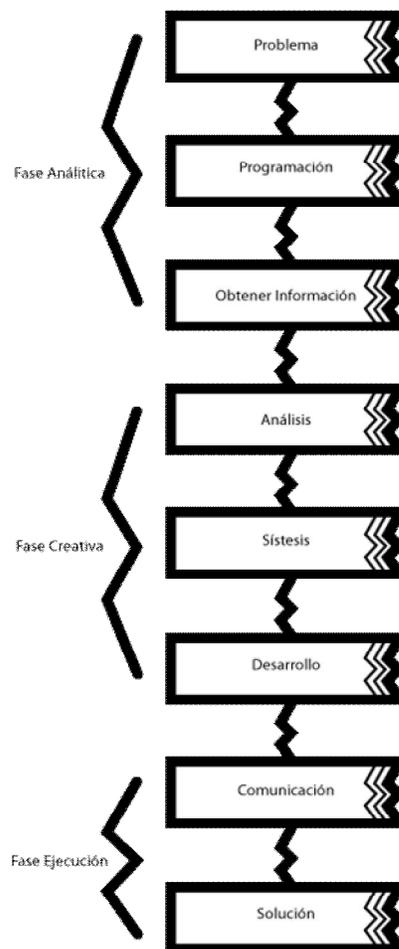


Gráfico Nº 4. Síntesis del Método de Archer (1963).

Fuente: Archer (1963).

Elaborado por: Pulido y Vásquez (2015)