



TIPOGRAFÍA CON SENTIDO. LETRAS CONGRUENTES EN EL DISEÑO GRÁFICO Y EDITORIAL.

ESMERALDA ITZEL ALVAREZ CONTRERAS¹

1 Universidad Iberoamericana León. solazul57@hotmail.com

La cantidad de información que hoy navega por internet es inconmensurable. Los medios desarrollan técnicas de difusión sorprendentes y recibimos la información a borbotones, sin poder digerirla intentando acomodarla en nuestra mente muchas de las veces. El presente estudio analiza, dentro del área de diseño gráfico, la importancia de los mensajes creados por medio de elementos suficientes, claros y prudentes para su presentación ante las audiencias variadas que los reciben sobre soportes gráficos. La importancia de la claridad de la tipografía muchas veces no es tomada en cuenta, interviniendo en su selección, nuestro gusto personal, experiencias previas al leer, conocimiento de bancos tipográficos y muchas veces, la simple necesidad de llenar un espacio que va a decir algo que queremos comunicar o que pensamos *se ve bonito*. La tipografía requiere un tratamiento específico que le ofrezca el valor que merece para poder cumplir su función comunicativa. Apoyándose en el análisis de relación referencial palabra-significación de la teoría ségnico-lingüística de Ferdinand de Saussure, se exponen análisis de aplicación prudentes que de manera práctica puedan proveer algunas sugerencias para desarrollo de posters, carteles o páginas web que presentan datos infográficos que no tienen un sentido emocional sino simplemente un fin comunicador, apoyándose con imágenes y una tipografía lo más adecuada a la aplicación. 1 Ambrose-Harris., *Fundamentos de la tipografía*, Lausanne, AVA Publishing, 2006. 2 Costa, Joan., *Diseñar para los ojos*, Bolivia, Editorial Design, 2003. 3 De Buen, Jorge, *Diseño, comunicación y neurociencias*, Gijón, Ediciones Trea, 2013. 4 Lupton, Ellen, *Thinking with type*, New York, Princeton Architectural Press, 2004. 5 Samara, Timothy, *Diseñar con y sin retícula*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2004.