



Editorial Rosselló, 87-89
Gustavo Gili, SL 08029 Barcelona - España
Tel. 93 322 81 61
Fax 93 322 92 05
e-mail: info@ggili.com
http://www.ggili.com



1000 fuentes tipográficas

Graham Davis, Robin Dodd, Keith Martin (textos)
Bob Gordon (ed.)

512 pp, 20 x 15 cm
Rústica
español
ISBN: 978-84-252-2329-7

Precio: **28.75 €**

1000 fuentes tipográficas es un muestrario de mil familias tipográficas completas que han sido recopiladas y seleccionadas por un equipo de experimentados profesionales de la tipografía. Cada fuente está ilustrada a través de la muestra estándar alfanumérica, aplicaciones textuales en distintos ajustes y estilos, caracteres y letras sueltas a gran tamaño y, en numerosos casos, ejemplos de usos en trabajos reales.

A partir de sus características básicas o su posible contexto de aplicación, las mil fuentes se han ordenado en las siguientes secciones: con remates, de palo seco, para rotulación, Script, para carteles y publicidad, monoespaciadas, para web y pantalla, huecas y estarcidas, ornamentales, de símbolos y dingbats, de fantasía, e ilustrativas. Sobre cada muestra se incluyen también detalles descriptivos e históricos relevantes para determinar su uso y sus connotaciones.

Además del índice alfabético para localizar las fuentes, al final del libro se incluye la biografía de algunos de los diseñadores –clásicos y contemporáneos– más importantes en el ámbito de la tipografía, un glosario técnico completo, y una lista de referencias que incluye bibliografía, sitios web y fundiciones digitales.

1000 fuentes tipográficas es, en definitiva, un riguroso catálogo de fuentes pensado para una consulta directa y efectiva, y la rápida identificación del tipo adecuado para cada proyecto.

Bob Gordon es consultor de diseño y profesor de Diseño gráfico en la Facultad de Arte de la Universidad de Brighton y en la Facultad de Arte, Diseño y Arquitectura de la Universidad de Kingston (Reino Unido). Con más de cuarenta años de experiencia profesional, ha trabajado para los sectores públicos y privados británicos en proyectos gráficos de todo tipo. En los últimos años ha centrado sus intereses en los ámbitos de la tipografía, la docencia y los medios digitales. Fruto de esta especialización han surgido libros como **Manual de diseño gráfico digital** (Editorial Gustavo Gili, 2007) y **1000 fuentes tipográficas** (Editorial Gustavo Gili, 2009).

Keith Martin es profesor de diseño y producción editorial en la University of the Arts, en Londres, y editor técnico de la revista *MacUser*. Es autor de numerosas publicaciones sobre diseño, como *The Digital Designer's Bible*, entre otras.

Robin Dodd es profesor asociado en el London College of Communication, especialista en historia del diseño y teoría tipográfica y trabaja también como consultor de diseño. Es autor del libro *From Gutenberg to OpenType*.

Graham Davis ha publicado numerosos libros y fue director de arte de *Time-Life International* y *The Illustrated London News*. Ha trabajado como asesor de diseño para numerosas publicaciones y ha impartido clases sobre gestión de coediciones y dirección de arte en el London College of Communication.

Índice de contenidos:

Introducción

Cómo usar este libro

Fuentes con remates

Fuentes de palo seco

Fuentes para rotulación

Fuentes *Script*

Fuentes para carteles y publicidad

Fuentes monoespaciadas

Fuentes para web y pantalla

Fuentes huecas y estarcidas

Fuentes ornamentales

Fuentes de símbolos y dingbats

Fuentes de fantasía

Fuentes ilustrativas

Fuentes y economía de espacio

Diseñadores de fuentes

Glosario

Recursos

Índice de fuentes

Agradecimientos

Texto de la introducción:

Introducción

Tantísimas fuentes, tanto donde escoger...

‘¿Por qué existen tantas fuentes distintas?’: es una pregunta que a menudo se les hace a tipógrafos y a diseñadores gráficos. El lenguaje hablado presenta tal riqueza en su capacidad de expresar y comunicar la infinidad de estados de la experiencia humana que consideraríamos lógico que, a la hora de conferir al lenguaje visual más sentimiento, profundidad y potencia, los diseñadores tratasen de expresar al máximo todo matiz y emoción de los caracteres que configuran la palabra escrita y conferir así. Del aprovechamiento de estas cualidades del lenguaje y de la actividad de los sentidos humanos puede desprenderse que la necesidad de diseñar nuevas fuentes tipográficas será perpetua. Al igual que un escritor se esfuerza por hallar las palabras idóneas para transmitir un sentimiento, el diseñador gráfico busca los tipos que se adapten, apoyen, amplifiquen o refuercen las palabras que forman un cuerpo de texto o cualquier otra composición tipográfica.

No siempre es tarea fácil encontrar tipografías distintas o alternativas que sirvan para un trabajo determinado. Pese a que muchos diseñadores alegarán que trabajan habitualmente con una lista de poco más de una docena de fuentes, lo cierto es que tendrían muchas facilidades para incrementar su selección si pudieran hacerse sin más con las fuentes que considerasen adecuadas para sus fines. Trabajar con un número reducido de tipos, aunque sea un sistema probado, es como cuando un pintor trabaja con una paleta de colores muy limitada que, con el tiempo, acaba por parecernos aburrida y poco inspiradora. Paradójicamente, el proceso de selección de una fuente se ve obstaculizado por el ingente número de ellas que tenemos a nuestra disposición. Esto ejerce un efecto desalentador sobre nuestra capacidad de llegar a juicios racionales. Por tanto, todos tendemos a ceñirnos a nuestros diseños tipográficos favoritos, los que sabemos que funcionan. Conviene tener presente que para algunas fuentes es más difícil que para otras, según el proyecto del que se trate. Por ejemplo, puede resultar mucho más complicado escoger un diseño adecuado para un listín telefónico que para el flyer de un club —lo perdurable versus lo efímero—. Rara vez se nos dará la posibilidad de escoger una fuente tipográfica por puro criterio estético, sin tener en cuenta su utilidad y conveniencia.

El sistema más sencillo para seleccionar fuentes es a través de un proceso de eliminación. Para algunos, la primera ronda eliminatoria consiste en descartar aquellas que no tienen instaladas en su ordenador. Si no hay inconveniente en comprar nuevas fuentes, entonces bastará con echar un rápido vistazo a la lista de cualquier proveedor de tipografías para ver que la mayor parte de los tipos que se ofrecen pueden descartarse por razones obvias, tanto estéticas como prácticas. Por ejemplo, si buscamos un buen tipo para textos —después de decidir si lo queremos con o sin remates— podremos eliminar cualquiera que esté pensado para rotulaciones y titulares o que sea decorativo o extravagante. Muchas fuentes presentan unos atributos idiosincrásicos que resultan inadecuados para textos de lectura. Por lo tanto, no tardaremos mucho en tener una lista más bien corta, aunque ésta puede todavía contener un montón de diseños que, pensamos, podrían servirnos.

De modo que necesitamos un modo de reducir nuestra selección. ¿Qué le pedimos a una fuente para que sea adecuada para un trabajo? Nuestra elección vendrá determinada por una mezcla de emoción y funcionalidad. Su buen funcionamiento debería ser lo primordial. Una vez satisfechos con una pequeña selección de fuentes que cumplen con nuestros requisitos, podemos dejarnos llevar por las emociones y basar la decisión final en nuestro gusto o en una estética que nos parezca conveniente para el lector. Demos un vistazo a algunos criterios funcionales:

Facilidad de lectura

No debe confundirse con la legibilidad. Que distingamos bien cada carácter impreso en una página (o mostrado en un monitor) no significa que las palabras, los titulares, los párrafos o las páginas nos resulten agradables o confortables a la vista. Cuanto más texto se espera que el lector lea, asimile y comprenda, más importante será que no se fatiguen los ojos ni el cerebro. Así, nuestra elección de la fuente (prestando atención también, por descontado, a interlineado, espaciado y anchura de línea) cumple un papel sumamente importante.

Tono de voz

No es casual que a las formas individuales de las letras se las denomine caracteres, ya que, al igual que los caracteres humanos, las letras tienen identidades propias. Siempre y cuando se mantenga la claridad, podemos descubrir que para nuestro mensaje tipográfico es tan importante un tono especial, un estilo inusual o una proyección emocional como podría serlo para un mensaje verbal.

Color

El uso del color tipográfico o textura permite al diseñador crear en la página áreas de interés y contraste. La mayoría de tipógrafos estarán familiarizados con los métodos para cambiar el valor de gris de un bloque de texto en página (color) mediante la alteración del espaciado entre líneas (interlineado), del espaciado entre caracteres (interletraje, ya sea kerning o tracking) o de los medianiles entre columnas. Además, distintas fuentes tipográficas, aun compuestas en el mismo tamaño, pueden entintar más o menos la página. De modo que para empezar un proyecto deberíamos determinar el color tipográfico deseado y añadir esta elección a nuestros criterios básicos.

Funciones especiales

A la hora de componer un texto para lectura o publicitario pueden existir requisitos especiales. Las papelerías comerciales y otros materiales compuestos por datos, con muchas direcciones y números de teléfono, pueden beneficiarse del uso de numerales no alineados (a menudo llamados 'de estilo antiguo'), mientras que las tablas de textos tabulados sacan mejor partido de los numerales alineados. Algo parecido ocurre con algunos proyectos donde se hace preciso el empleo abundante de determinados caracteres como signos de interrogación, símbolos monetarios, paréntesis, asteriscos, topes o fracciones: prestar atención a estos detalles puede ser vital para la apariencia general de nuestro diseño.

Otras funciones pueden consistir en encajar grandes cantidades de texto en espacios relativamente reducidos, distribuir pequeñas cantidades de texto en espacios amplios, encontrar fuentes que funcionen bien en colores especiales, que se lean bien en negativo sobre fondos oscuros o encontrar fuentes que se adapten bien a otras, algo que a menudo se tiene poco en cuenta. Sin olvidar, claro, aspectos como los titulares, los índices, la señalética, los pies de fotos, los destacados, el equilibrio de color, la optimización visual para sitios web, el reconocimiento óptico de caracteres (OCR)... Todo lo cual requerirá especial atención.

Para conseguir una buena pieza de comunicación gráfica resultará imprescindible escoger la familia tipográfica adecuada. Si nos tomamos el tiempo y el esfuerzo para evaluar e identificar nuestros criterios, nos sorprenderá la cantidad de fuentes que seremos capaces de descartar, lo que hará más llevadera y menos costosa la tarea de seleccionar nuestras fuentes. 1000 fuentes tipográficas ha sido diseñado para ayudar al lector a identificar características clave de las fuentes mediante unas categorías claras. Si tenemos claros nuestros criterios, lo demás saldrá solo.

Copyright del texto: sus autores

Copyright de la edición: Editorial Gustavo Gili SL

