



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**FACULTAD CIENCIAS SOCIALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA**  
**OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN DISEÑO**  
**GRÁFICO Y PUBLICIDAD**

**PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE**  
**CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)**  
**INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

**TEMA: LA TIPOGRAFÍA Y LOS FACTORES QUE CONDICIONAN SU**  
**LEGIBILIDAD DENTRO DEL MENSAJE.**

**Autor:** YURI SARANGO

**Acompañante:**

Lic. ANA DEL ROCÍO CORNEJO MAYORGA MSc.

**Milagro, Junio 2018**

**ECUADOR**

## DERECHOS DE AUTOR

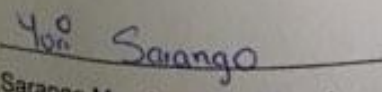
Ingeniero.  
Fabricio Guevara Viejó, PhD.  
**RECTOR**  
**Universidad Estatal de Milagro**  
Presente.

Yo, **SARANGO MENDOZA YURI KATERINE** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación –Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta práctica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Temática "IMPORTANCIA DE USO CORRECTO DE LA TIPOGRAFÍA" del Grupo de Investigación Diseño Gráfico de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta práctica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 5 días del mes de Junio de 2018

  
Sarango Mendoza Yuri Katerine  
CI: 0940939119

## APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, Lic. ANA DEL ROCÍO CORNEJO MAYORGA MSC. en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por el estudiante Sarango Mendoza Yuri Katherine cuyo título es "LA TIPOGRAFÍA Y LOS FACTORES QUE CONDICIONAN SU LEGIBILIDAD DENTRO DEL MENSAJE" previo a la obtención del Grado LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 5 días del mes de Junio de 2018.



**Lic. Ana del Rocío Cornejo Mayorga MSc.**

ACOMPañANTE

C.I.:1203728850

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Presidente: CORNEJO MAYORGA ANA DEL ROCÍO

Delegado: TOVAR ARCOS GERMANICO RENEÉ

Secretario: GALLARDO PÉREZ NEWTON ANTONIO

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de **LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD** presentado por la señorita **YURI KATERINE SARANGO MENDOZA**.

Con el título: **LA TIPOGRAFÍA Y LOS FACTORES QUE CONDICIONAN SU LEGIBILIDAD DENTRO DEL MENSAJE**.

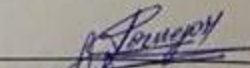
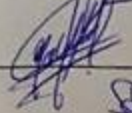

Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[77]
Defensa oral	[18]
Total	[95]

Emita el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado.

Fecha: 5 de Junio de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Cornejo Mayorga Ana del Rocío	
Secretario /a	Gallardo Pérez Newton Antonio	
Integrante	Tovar Arcos Germanico Reneé	

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fuerzas para seguir adelante. A mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ello que soy lo que soy ahora.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora. En segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi MADRE Mirian Mendoza, y mi PADRE Camilo Sarango, mi HERMANA, Jahaira Sarango; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. y a mi tutora quién me ayudó en todo momento, para poder realizar bien este proyecto. Gracias.

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA .....	5
AGRADECIMIENTO .....	6
ÍNDICE GENERAL .....	7
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL .....	12
FACTORES QUE CONDICIONAN LA LEGIBILIDAD .....	17
METODOLOGÍA .....	18
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	25

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto trata sobre la tipografía y los factores que condicionan la legibilidad dentro del mensaje, en los primeros signos del escrito existen diversos tipos de tipografía, en la que cada una de ellas está creada por un estilo, espacio, cuerpo, y tamaño. Para esto se analizaron los factores de la legibilidad de un mensaje. Con esta investigación se deja esclarecido algunos factores condicionantes para un mensaje y como poder elegir una familia tipográfica, teniendo en cuenta longitud, diseño de la letra, espaciado entre letra y letra, el tamaño de la letra, la longitud de la línea, la calidad de impresión y los colores adecuados. Para asegurarle al emisor que su mensaje tendrá éxito en su público objetivo.

Fomentar el uso correcto de la tipografía es parte esencial del trabajo por ello la explicación dentro de la investigación deja claro el uso de colores para un carácter debido a que si no es bien utilizado va a disminuir el contraste de la letra y por tanto se deberá compensar con otra variable visual, siempre que una letra este sobre un fondo distinto en blanco o en un fondo irregular. Los caracteres finos o gruesos o con remates también incrementan las dificultades. Hay que estar atento en las dificultades, y la utilización de dos o más colores para que su sobre impresión no entorpezca la lectura.

Para analizar esta problemática se debe de tener en cuenta, cuales son los errores más comunes de los alumnos y diseñadores al momento de la realización de un rotulo o texto ya que ellos son el grupo objetivo en este proyecto. La menor o mayor visibilidad de los caracteres y su posterior lectura depende del contraste que se haya utilizado entre los tonos, estos permiten diferenciar el contorno de la letra respecto al fondo del soporte, no usar excesivas fuentes distintas a la vez. No se pueden utilizar letras excesivamente estrechas o excesivamente anchas ya que los textos deben ser leídos de forma continua y así no va a dificultar la lectura.

El objetivo principal es que el diseñador o el alumno al momento de trabajar con un rotulo o texto tenga el conocimiento sobre las letras con trazo si son demasiado fino o demasiado grueso, no va a facilitar la lectura. Como se fomentará el uso correcto de la tipografía en la escritura del mensaje, Es decir, que tanto la comunicación y la tipografía, juegan un papel muy importante porque para poder aplicar una correcta tipografía, el diseñador debe tener un conocimiento amplio, para que su estrategia de comunicación sea factible.



# **CAPÍTULO 1**

## **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1. PROBLEMA**

#### **LA TIPOGRAFÍA Y LOS FACTORES QUE CONDICIONAN SU LEGIBILIDAD DENTRO DEL MENSAJE.**

##### **1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

La legibilidad tipográfica es parte fundamental dentro de un mensaje. Ya que da facilidad de leer un texto, es la rapidez de mirar y entender la escritura. Es parte importante para que el mensaje sea captado, para ello los diseñadores tienen que saber a qué target se van a dirigir, y no exista dificultad al momento de interpretar el texto.

Demostrar que no existe un documento científico que tengan los estudiantes de diseño o comunicadores gráficos visuales, donde queden plasmados cuales son los condicionantes que se tienen al momento de escribir un texto, como es. El diseño de la letra, Espaciado entre letra y letra, Tamaño de la letra, longitud de la línea, calidad de impresión, los colores adecuados. Tratar que el catálogo sea de mucha utilidad para los diseñadores o estudiantes, y que tengan conocimientos sobre los factores que condicionan la legibilidad dentro del mensaje.

Para evitar dificultades, es preciso tener presente la importancia de utilizar un proceso creativo para la aplicación tipográfica. Ya que en esta parte es donde el diseñador ejerce el control más fuerte sobre su trabajo y donde tiene la oportunidad de expresar emociones, ideas, etc. de manera más efectiva. Es así, como se considera importante que el estudiante de diseño gráfico investigue, experimente, emita juicios y proponga resultados. Los pasos para la elección de una correcta tipografía es la familia, tipo de letra, espaciado, color, textura, lineado, luz, distancia, altura etc.

Hay tantos alumnos y diseñadores que no saben cómo elegir una correcta tipografía para su trabajo, lo primero que tiene que hacer un diseñador es trabajar correctamente sin tener dificultades. Ya que no existe un catálogo donde los diseñadores encuentren lo que buscan, tener una buena legibilidad, como llegar a su target. El interlineado es importante en la lectura para que el lector siga sin ningún inconveniente el texto sin equivocarse de línea o cansar la vista.

La legibilidad del mensaje se debe a una correcta escritura, los diseñadores tienen que saber a qué público se van a dirigir, si va a ser captado o no por su target. Y así no tenga dificultad al momento de leer, ¿qué tipografía será la adecuada para el texto? ¿Será entendido el mensaje tipográfico con remate?. El texto tiene que ser leído correctamente, si el mensaje esta ilegible no será entendido, para eso hay que tener en cuenta los componentes, como se va a transmitir el mensaje y que puede ser captado sin ruido ante el target.

## **1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuáles son los factores que condicionan la legibilidad tipográfica?

¿Cuándo una tipografía es legible?

¿Cómo afecta al target un mensaje ilegible?

## **1.3 OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Analizar la tipografía y los factores que condicionan su legibilidad dentro del mensaje.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Describir los factores que condicionan la legibilidad de un mensaje.
- Fomentar el uso correcto de la tipografía en la escritura de un mensaje.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

(MORALES, 2005) Nos dice que, a pesar de ser un factor fundamental dentro del diseño gráfico, la tipografía, puede llegar a ser con mucha facilidad uno de los más descuidados por los diseñadores gráficos. El elegir una tipografía puede ser una de las partes más crítica del proceso de diseño. Todo el aspecto y significado aparente de una composición o trabajo, cambia con una tipografía. A primera vista, la tipografía y su composición creativa dicen más que el mismo texto.

El diseñador encargado de escribir los mensajes publicitarios de pronto es habitual al momento de seleccionar una tipografía, debe de fijarse en cada estilo, forma, en cada familia tipográfica y sobre todo si es visible de eso depende la información al momento de ser leída. Y si esta ilegible será un gran problema tanto para el diseñador, como para el lector. Por parte de los alumnos o diseñadores no conocen de cómo elegir una correcta tipografía y optan o creen que un mensaje se puede elegir solo por los colores o la imagen cuando la tipografía es parte esencial para poder interpretar el mensaje.

El objetivo de crear el documento científico es que sirva de ayuda y guía en los estudiantes de diseño o comunicadores gráficos visuales, en el buen uso y su familia y además hablara de los factores condicionantes para la legibilidad del mensaje, al momento de ser observada y entendida por su target. Es importante porque si no hay un buen rotulo o texto el mensaje será completamente ilegible por la razón de que no tienen conocimiento al momento de elegir una familia tipográfica.

La tipografía se encarga de darle un aspecto físico al lenguaje, es el soporte mismo de un número indefinido de interpretaciones, no solo es importante en el diseño de un logo, se tiene que dar importancia al momento de elegir una fuente tipográfica y de esto dependerá el mensaje que se va a transmitir la escritura, si el texto esta ilegible puede distorsionar y ocasionar un error al momento de leerlo, para ello es importante el catálogo por ser legible al momento de utilizar una fuente tipográfica. El lector o receptor de un mensaje gráfico no siempre es sensible a las sutilezas tipográficas que se le presentan, por el motivo que se debe orientar al elegir una tipografía de manera más acorde, el diseñador debe de trabajar con elementos como la idea, el color, tamaño, textura, etc.

## **CAPÍTULO 2**

### **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

#### **2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **LA TIPOGRAFÍA**

Se conoce como tipografía a un oficio o destreza, Es también la que se encarga de la materialización visual del lenguaje verbal, es decir de la escritura. Es el arte de jugar con los elementos gráficos del texto escrito usar espacios y definir las formas de las letras.

La tipografía imitaba a la caligrafía desde un principio, y después optaron por los tipos más legibles y sobre todo fáciles. Es la técnica de reproducir la comunicación a base de la palabra impresa y siempre con elegancia y eficacia, ya que cada signo de escritura expresa una idea o un concepto. Hay gente que está pérdida al momento de elegir alguna tipografía para su trabajo o negocio esto sucede cuando no tienen claro el concepto de la tipografía cual será la indicada para una buena elección. Por otra parte, es importante tener presente que se quiere comunicar a base de un texto.

(Silvia, 2007) Define la tipografía como un Término genérico que engloba todos los métodos de producción de la escritura para transmitir visualmente nuestro lenguaje". ¿A qué se refiere con "transmitir visualmente nuestro lenguaje" ?, se refiere a tener la capacidad de expresar correctamente el lenguaje hablado a través de un código visual que comprenda aquellos elementos gráficos pertinentes para que pueda ser comprendido.

##### **DEFINICIÓN DE LA TIPOGRAFÍA**

Es importante tener presente qué se quiere comunicar con la tipografía sobre todo el diseño, la forma, el estilo ya que está diseñada para transmitir un mensaje a través de su uso, como definición podemos decir que la tipografía es un arte y la industria de la elección y el uso de familias, es una actividad que se encarga de los símbolos, números o contenidos los cuales se imprimen en soporte físico o digital.

Escribir sobre un alfabeto implica que mientras lo hacemos estamos echando mano a él mismo para transmitir nuestras ideas. Así como los lectores lo usan para entender lo que se dice. Hay que saber elegir la fuente que vamos a utilizar no solo fijarse por la más bonita porque de eso no depende cada trabajo que se vaya a realizar, sino del buen uso de la tipografía. De tener en claro cuál es la definición de la misma.

(Andrew Haslam, 2005) Nos dice que La tipografía se ocupa de estructurar y organizar el lenguaje visual. El diseño de tipos se ocupa de la creación de las unidades que deben organizarse, los caracteres que constituyen un tipo. La cuestión de cómo usar la tipografía para transmitir un mensaje puede subdividirse en dos. La primera parte se ocupa del aspecto o estilo de la tipografía. Éste varía según la época y el lugar, o el diseñador y el cliente; así, en ocasiones, la tipografía juega un papel secundario o hasta invisible, mientras que, en otras, su papel es dominante, reflejando la inspiración del diseñador y llegando incluso, a veces, a reclamar su condición de 'arte'.

## **FAMILIA TIPOGRÁFICA**

La familia tipográfica, es un conjunto de tipos basado en una misma fuente, las cuales tienen algunas variaciones 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. Y muy diferente a cada fuente porque cada una expresa algo distinto y a la vez hay familias que son muy usadas quizás por su textura o porque en sí es la correcta para la utilización de un rótulo o texto, por ello hay que saber elegir una tipografía hay que tener conocimiento al momento de la elección sin que haya errores.

La tipografía, funciona como una representación gráfica del lenguaje, tiene una dimensión estructural y estilística que permite asignar connotaciones estéticas y culturales particulares a cada familia. El alfabeto es un sistema de signos cuya interacción permite la representación visual del lenguaje. Existen varias familias tipográficas pero las más utilizadas son las helvéticas times new roman etc.

(Romero, 2012) Define que en una familia tipográfica se encuentran diseñados todos los elementos necesarios para escribir un texto de cualquier clase o género en varios idiomas. La familia tipográfica es un conjunto de signos alfabéticos y no alfabéticos con características estructurales y estilísticas comunes, que permiten reconocerla como pertenecientes a un mismo sistema. Una familia, desde el punto de vista del diseño, es un programa.

## **IMPORTANCIA DE LA TIPOGRAFÍA**

La importancia de la tipografía es que, dentro del diseño, con solo cambiar el tipo de fuente al mensaje se le da otro contexto, Por ello se tiene que utilizar la más adecuada la que encaje correctamente en el trabajo que se va a realizar, pueden optar por una clara y sencilla la cual va a beneficiar al receptor al momento de ser leída.

La tipografía es el arte de jugar con los elementos gráficos del texto escrito. Y en esto se debe tener en cuenta la idea, el color, la distancia y lograr que todos se combinen convenientemente. Y en si haya una importancia dentro del mensaje sin causar ningún error al momento de leerlo. Porque es importante la tipografía porque al momento de elegir una familia tipográfica es importante destacar que tiene que dar legibilidad, comprensión y sobre todo ser entendida por parte del lector.

(Morales, 2016) Nos informa que a tipografía juega un papel muy importante que va más allá de no desentonar con los demás elementos, pues el tipo de letra en sí mismo puede comunicar ideas como prestigio, emociones o alegría, Podemos decir que es la que se encarga de la materialización visual del lenguaje verbal, es decir, de la escritura.

## **FORMA Y FUNCIÓN DE LA TIPOGRAFÍA**

La función de la tipografía es expresar un mensaje el cual da forma al estilo de las letras, es una herramienta esencial la cual da importancia en la tarea profesional del diseñador gráfico y de comunicación. Porque su función es comunicar tratar de que el lector tenga claro el mensaje. Siempre y cuando el diseñador utiliza la tipografía correcta.

La tipografía es tomada como elemento identitario básico, es una herramienta de fundamental importancia en la tarea profesional del diseñador gráfico y de comunicación. La relación entre la forma y la función de una fuente tipográfica debe ser el resultado de un profundo trabajo de análisis y un serio planteo conceptual, en el marco de un método

proyectual. Uno de los objetivos de este trabajo es que cada uno consiga construir y fundamentar una metodología personal, que permita la manipulación de los elementos tipográficos de manera exitosa.

(Pepe, 2010) Nos dice que toda tipografía expresa de por sí, por medio de su morfología externa, un mensaje particular. Podemos decir, por lo tanto, que el tipo comunica a través de su apariencia. Es común, en la práctica del diseño, que la carga semántica o el “mensaje” de una fuente tipográfica, concuerde en un gran porcentaje con lo que se pretende comunicar desde el proyecto. Sin embargo, en muchas ocasiones esta compatibilidad comunicacional no se da con total franqueza. Ese puede ser el pretexto ideal para experimentar el trabajo de manipulación de la morfología del tipo, de manera consciente y proyectiva.

## **USO CORRECTO DE LA TIPOGRAFÍA**

Decimos que el éxito que lleva a un correcto mensaje es el buen uso de la tipografía, ya que es el arte que trata sobre las letras, números y símbolo de un texto impreso. Para eso el diseñador tiene que darse cuenta al momento que quiera transmitir algún mensaje si será legible, si su grupo objetivo lo va a captar para tener un buen trabajo tiene que haber un buen uso de la tipografía no podemos optar por una familia tipográfica solo por ser bonita o por su color, se debe de elegir una que llegue al grupo objetivo sobre todo que sea entendida.

Hay tipografías que nunca pasaran de moda como Arial, times new roman o también como la más utilizada helvética, pero hay un sinnúmero de tipografía que se pueden elegir al momento de hacer un buen uso de la misma, siempre y cuando tener en cuenta que no vaya afectar al trabajo porque un mal uso puede afectar tanto al diseñador como al texto que se quiera transmitir a base de una fuente tipográfica.

Para un buen uso se debe de tener en cuenta el tamaño de la letra espaciado entre letra y letra, forma, textura etc. teniendo en cuenta estos pasos importantes servirá de ayuda tanto para los alumnos como diseñadores al momento de la elección de una tipografía.

(Occi, 2013) Un elemento fundamental para obtener un diseño exitoso es saber elegir la tipografía correcta que represente a la marca. Ya sea elegirla para un logotipo una tarjeta de presentación un sitio web o la maquetación de una revista, existe una gran base de fuentes tipográficas que todo diseñador debe conocer y alguna vez utilizar en sus proyectos. Las tipografías que nunca pasaran de moda, como Times New Román, Arial y Calibri, o algunas más nuevas y muy utilizadas como la Helvética no son descartadas, pero, existen una gran variedad de tipografías conocidas que también se deben tomar en cuenta para diseñar. Estas tipografías son gratuitas o ya viene incluida en nuestra computadora para libre uso.

## **PASOS PARA CREAR UNA BUENA TIPOGRAFÍA**

En este caso el diseñador tiene que tener claro cuáles son los pasos para una buena tipografía para que así no tenga inconveniente al momento de trabajar con alguna tipografía. Porque si una tipografía está mal elegida puede desviar el mensaje que se quiere transmitir. Ya que mediante los caracteres se transmite personalidad, fortaleza. Y si el texto está usado de una manera incorrecta lo que va a ocasionar es una mala legibilidad al lector, y así no será entendido el mensaje.

Esto consiste en la buena elección de una fuente tipográfica que tiene que tener tanto el diseñador como los alumnos a base de los siguientes pasos, como identificar la identidad que se quiera transmitir, evaluar las tipografías cual será la adecuada para el texto que se va a transmitir para que no haya una mala elección.

(CORDOVA, 2013)“La tipografía es una de las armas más poderosas que un diseñador puede tener. Y a la vez tan eficaz como el color a través del diseño, esto transmite calidad, variedad, fortaleza, institucionalidad o movimiento”.

Una tipografía mal elegida puede desviar el mensaje que se quiere transmitir; así pues, la selección tipográfica puede afectar para bien o para mal una identidad.

### **PASOS**

1. Reunir la tipoteca más grande que se pueda y organizarla por estilos.
2. Identificar lo que la identidad requiere transmitir.
3. Recurrir a portales tipográfico.
4. Evaluar tipografías y seleccionar las que connoten los valores que se quieren transmitir.
5. Comprar las fuentes tipográficas.
6. Realizar un análisis visual de la identidad.
7. Es importante darle personalidad exclusiva a la identidad tipográfica.
8. Evaluar tipografías secundarias.
9. revisar con el equipo de trabajo las tipografías propuestas.



## **LEGIBILIDAD TIPOGRÁFICA**

La legibilidad es una de las herramientas básicas en el proceso de la comunicación. La escritura de un texto debe ser fácilmente leído desde el punto de vista tipográfico es decir, cuando está escrito con claridad. Podemos definir la legibilidad como la cualidad que tienen los signos de ser leídos con claridad, es decir la capacidad de los textos de ser fácilmente percibido en relación a su forma, presentación y disposición en el soporte. Por su parte la claridad incluye los factores estructurales lingüísticos que hacen al entendimiento de un texto. Estos factores se relacionan íntimamente con el fin de que un material escrito sea comprendido e interpretado sin ningún inconveniente.

Un texto es legible no sólo es por la facilidad con que se lee sino por la facilidad con que el ojo atrae las palabras y las retiene, ya que si utiliza un diseñador la tipografía cursiva será más difícil de leer. Legibilidad es el conjunto de características lingüísticas del texto escrito que da contraste, color y forma. Si en un texto no hay legibilidad se estaría cometiendo un gran error porque al momento de leer no va a ver comprensión y mucho menos va a ser entendida por parte del lector.

(Eguaras, 2017) Nos dice que la legibilidad Abarca aspectos relacionados con el diseño editorial. Se centra en la composición y maquetación de las páginas, en la caja tipográfica y el empleo de las fuentes. También en la creación de los elementos gráficos, desde el punto de vista formal, y en el contraste de los colores y las formas.

## **FACTORES QUE CONDICIONAN LA LEGIBILIDAD**

Como podemos observar se nombran seis factores los cuales son importante al momento de elegir una familia tipográfica como es el diseño de la letra, espaciado entre letra y letra, el tamaño de la letra, longitud de la línea, calidad de impresión, colores adecuados, estos puntos tienen que estar claros, ayuda al diseñador a tener una buena legibilidad dentro del texto que vaya a realizar.

Estos factores guiarán tanto como a diseñadores y estudiantes para que al momento de la elección de una fuente tipográfica opten por los factores ya antes mencionados para tener un trabajo sin falencias porque de eso se trata de tener un texto legible y que al momento de ser leído no canse la vista del lector y mucho menos que de otra interpretación al mensaje.

(VERONICA, 2008) Este es el aspecto más importante en la tipografía, ya que el texto va dirigido a un público y es éste el que tiene que ser capaz de leerlo correctamente. Para que un texto sea leído correctamente, un diseñador debe saber a qué público va dirigido, quién lo leerá, desde donde y a qué distancia. Aquí se deben tomar en cuenta la luz, distancia, altura de coloración del texto, etc.

## **CAPÍTULO 3**

### **METODOLOGÍA**

Esta investigación metodológica se realizará de forma descriptiva y documental, revisando fuentes secundarias para dar explicación a la temática referida al uso correcto de la tipografía dentro del contexto la tipografía y los factores que condicionan su legibilidad dentro del mensaje. Que está ligada a una línea de relaciones estratégicas entre comunicación educación y comunidad.

#### **3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

##### **3.1.1 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA**

Este tipo de investigación permitió entender sobre la situación a través de un buen uso de la tipografía y sus factores que condicionan la legibilidad del mensaje, tanto para los diseñadores como alumnos ya que ellos son mi grupo objetivo en el proyecto.

(IBARRA, 2011)El proceso de la descripción no es exclusivamente la obtención y la acumulación de datos y su tabulación correspondiente, sino que se relaciona con condiciones y conexiones existentes, prácticas que tienen validez, opiniones de las personas, puntos de vista, actitudes que se mantienen y procesos en marcha. Los estudios descriptivos se centran en medir los explicativos en descubrir. El investigador debe definir que va a medir y a quienes va a involucrar en esta medición

##### **3.1.2. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

Este tipo de investigación es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación encontramos la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes, etcétera.

(MARTINEZ, 2002) la investigación documental: Reconocer, identificar y acopiar de manera preliminar fuentes documentales, con el propósito de aproximarse a dimensionar el tema y construir el esquema de contenido. Elaborar un plan de investigación ejercitando el pensamiento para poner en orden los conceptos, organizar jerárquicamente los subtemas en un índice de contenido, discriminar lo principal de lo secundario, precisar actividades, medios y recursos para desarrollar la investigación documental sobre el tema que ya fue seleccionado. Aprender, además, a justificar y formular objetivos de investigación, Recuperar información, de acuerdo con la estructura de contenido, para lo cual previamente localizan unidades documentales (bibliotecas, centros de documentación, centros de referencia, bases de datos entre otros) e identifican fuentes primarias y secundarias.

## **CAPITULO 4**

### **DESARROLLO DEL TEMA**

A través de la investigación realizada del proyecto y el desarrollo del tema el cual se indicará los pasos más relevantes que tienen las fuentes tipográficas en su uso correcto a través de los factores que condicionan la legibilidad del mensaje.

En este aspecto vamos a dar conocimiento a los diseñadores como estudiantes a través de una catalogo el cual indique los factores condicionantes para que un mensaje sea legible para esto debemos de saber cuál es nuestro grupo objetivo, quien leerá nuestra información saber que tipografía será la correcta al momento de trabajar para un target especifico tendrán en cuenta la legibilidad porque para que un trabajo sea legible tiene que haber un buen uso de la tipografía, saber la textura, la luz, el tamaño de la letra, espaciado de letra a letra etc.

Hay muchos diseñadores y alumnos que no saben qué hacer al momento de elegir una correcta tipografía eso depende de la falta de conocimientos en el tema, el catálogo ayudara en todo aspecto porque está diseñado exclusivamente para un buen uso de la familia tipográfica, la legibilidad dentro del texto es fundamental tanto para el diseñador como para el lector habrá más facilidad de comprender el mensaje, tiene que saber a qué distancia será leído el texto, tener en cuenta los colores, que color es el correcto para que haya una buena lectura y sobre todo una buena visualización de parte del lector.

Para un buen uso de la familia tipográfica se tiene que tener en claro el grupo objetivo será visible o no tendrá un adecuado tamaño para que el lector no canse sus vistas para aquello debe optar por un tamaño grande, el color adecuado es el negro en fondo blanco estos colores son los que dan mayor legibilidad al momento de ser leído el texto, el espaciado de letra si están muy unidas lastimosamente no tendrán legibilidad, son pequeñas cosas que el diseñador debe de saber perfectamente para que tenga un excelente trabajo.

## **LA TIPOGRAFÍA Y SU EVOLUCIÓN**

La tipografía desde entonces y hasta la actualidad son un estilo tipográfico, las letras, se han ido adaptando a los diferentes movimientos culturales de cada época. Ya que una fuente tipográfica es el principal elemento de un texto, y a veces es muy complicado elegir una tipografía adecuada.

Hay que tener en cuenta que para elegir una tipografía es necesario analizar la forma, el tamaño, y sobre todo es muy complicado elegir la adecuada, porque hay muchas equivocaciones al momento de distinguir cual será la correcta. Por el motivo k hay un sinnúmero de familias tipografías que a veces se opta por la más bonita y no por la que debe ser la correcta.

(PROAÑO, 2018) Informa que la tipografía es el elemento principal de un texto. En los programas de diseño hay un banco de fuentes que pueden usarse para elaborar algún trabajo. Existen miles, tantas, que para seleccionar una tipografía es necesario analizar la forma, el tamaño, la condición comercial y el tipo de publicación que se diseñará. Es muy complicado seleccionar la adecuada, incluso hay especialistas para este trabajo: personas que se dedican a inventar fuentes especiales para algún producto.

## **ELEGIR LA TIPOGRAFÍA ADECUADA PARA CADA PROYECTO**

Tanto el alumno como el diseñador tienen una lucha constante al momento de elegir una tipografía. Esto quiere decir que lleva un tiempo de estudio para así tener un mejor trabajo, pero también tiene que adaptarse a que no solo a elegir la tipografía adecuada, sino que también adecuarla a los gustos del cliente. Y satisfactoriamente tendrá un mejor resultado.

Para esto el diseñador como el alumno tienen que tener claro cuál es su target quien leerá la información para que no haya inconvenientes y así elegir una tipografía la cual sea la adecuada para que sea leída sin interrupciones o mal interpretación, por ello hay que tener cuidado con cada fuente tipográfica para que así no haya errores y sea más factible el mensaje a la hora de interpretarlo.

(MARTIN, 2017) Nos dice que hay varios aspectos con los que todo diseñador tiene una lucha constante a la hora de realizar sus proyectos, una de ellas es dar con la tipografía adecuada, saber escoger correctamente la apropiada para un trabajo concreto lleva un tiempo de estudio. Pero como a todo diseñador, no siempre el tiempo invertido en encontrar lo adecuado encaja con los deseos del encargo, por eso no sólo hay que hacer una elección de la tipografía adecuada, sino también adecuarla a los gustos de quien encarga el trabajo.

## **ESCRITURA**

La escritura es una adquisición por parte de grupos humanos y sujetos particulares, pero, por otra parte, es el modo de una gráfico de conservar y transmitir información a base de un texto, el cual debe de ser comprendido sin ocasionar malos entendidos. Y es necesaria para expresar gráficamente ideas.

Es uno de los inventos más importante en la humanidad tanto así que es u modo que ha desarrollado al hombre para expresar ideas y pensamientos de modo escrito, se compone siempre de un complejo sistema de símbolos los cuales representan no sólo ideas si no palabras o sonidos que puedan ser leídos y expresados.

(POGNANTE, 2006) Argumenta que la lengua escrita y su adquisición por parte de grupos humanos y sujetos particulares, continúan siendo objeto de indagación y reflexión para un gran número de disciplinas, investigadores, docentes e instituciones con diferentes posiciones teóricas y metodológicas. Nadie duda de las implicaciones que tiene, en una sociedad cada vez más compleja en lo que respecta a su organización y tecnología, la adquisición o no de la lectura y la escritura, tanto para el sujeto particular y su grupo de pertenencia como para la sociedad general de la que forma parte.

## **DEFINICIÓN DE LA ESCRITURA**

La escritura se puede entender mediante ciertos signos gráficos y por ende permite la materialización de una lengua, en este aspecto es una base fundamental porque sin la escritura no hubiera comunicación, lo cual nos sirve para plasmar algún tipo de pensamiento idea, etc. Y sobre todo la escritura ha tenido una gran evolución a partir de los años.

Las funciones de la escritura van más allá de comunicar ideas, trata de que las personas puedan tener una buena comunicación a través de la escritura, ya que el lenguaje escrito es privilegiado para que todos nos podamos comunicar que diferentes maneras, sea escrito o hablado.

(PEREZ, 2008) Nos dice que el concepto de escritura está vinculado a la acción y las consecuencias del verbo escribir, que consiste en plasmar pensamientos en un papel u otro soporte material a través de la utilización de signos. Estos signos, por lo general, son letras que forman palabras. Puede entenderse a la escritura como un sistema que, mediante ciertos signos gráficos, permite la materialización de una lengua. La escritura, de este modo, posibilita desarrollar un tipo de comunicación cuyos antecedentes más remotos tienen más de 6.000 años.

## CONCLUSIONES

Para llegar a establecer las conclusiones de este trabajo se han relacionado los objetivos de investigación con los elementos teóricos referidos por lo cual concluye lo siguiente:

Comprobando el primer objetivo que se planteó en la investigación se establecen los factores que condicionan la legibilidad del mensaje y los factores son: diseño de la letra, espaciado entre letra y letra, el tamaño de la letra, la longitud de la línea, la calidad de impresión, Los colores adecuados todos estos temas tiene que tener claro los diseñadores la hora de crear una pieza publicitaria o un arte ya que de ello depende la legibilidad del mensaje, nunca se debe descuidar en el proceso la importancia a cada uno de ellos, presentando así una mejor propuesta de trabajo a las marcas.

Como se fomentará el uso correcto de la tipografía en la escritura del mensaje, Es decir, que tanto la comunicación y la tipografía, juegan un papel muy importante porque para poder aplicar una tipografía correcta, el diseñador debe tener un conocimiento amplio, para que su estrategia de comunicación sea factible. La tipografía es un elemento fundamental porque es el arte y comunicar un mensaje y se encarga del estudio y la clasificación de las familias tipográficas

A la tipografía no se le da una debida importancia en cuanto a comunicación ya sea impresa o digital refiriéndose al momento de dar realce a los diseños, muchos profesionales por desconocimiento se enfocan más en el contenido de las imágenes la distribución de la mismas y otros elementos, esto hace que la tipografía se deje llevar por una letra bonita, Dejando a un lado el verdadero mensaje que se transmite en el producto hacia el consumidor y confundiendo al lector.

Como objetivo de este proyecto es llegar hacia el grupo objetivo como son los diseñadores, tratar de que ellos tengan un adecuado conocimiento sobre el uso de la tipografía a través del catálogo, que cada texto o familia tipográfica tiene que ser legible y sobre todo comprendida por el lector, esto servirá para que el diseñador no sea monótono a la hora de realizar su trabajo. Que trate de ser creativo al momento de elegir una tipografía.

El documento científico va ayudar tanto a los alumnos como los diseñadores, será una guía para que ellos tengan claro el concepto de legibilidad y no opten por cometer errores al momento de la elección de una familia tipográfica, será una ayuda muy importante en base de conocimientos hacia ellos, y más aún que la legibilidad es la parte fundamental de un texto. Y si un mensaje esta ilegible optara por desviar lo que se ha querido transmitir.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1.- AMSTER, M. (2001).
- 2.- Andrew Haslam, P. B. (2005). *Tipografía. Función, forma y diseño*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=311671>
- 3.- Anna, S. (2014). Obtenido de <https://prezi.com/jrgemsoariwt/clasificacion-de-los-productos-farmaceuticos/>
- 4.- CORDOVA, R. (2013). *Tipografía, nueve pasos para elegir*.
- 5.- cullen, K. (2005). Obtenido de <https://prezi.com/lk62mkzrkyby/historia-de-la-tipografia/>
- 6.- DANIEL, R. (2008 ). *Introducción a la Metodología de la Investigación* .
- 7.- Eguaras, M. (18 de Abril de 2017). *Legibilidad en publicaciones y libros impresos*. Obtenido de <https://marianaeguaras.com/legibilidad-en-publicaciones-y-libros-impresos/>
- 8.- Equipo de redacción, G. E. (3 de Febrero de 2012). Obtenido de <http://www.tiposde.com/arte/disenio/tipos-de-disenio.html>
- felipe, N. c. (2006). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/plan-de-comunicacion-estrategica/>
- Ferrell, H. (2008). Obtenido de <https://definicion.de/informacion/>
- 9.- IBARRA, C. (26 de OCTUBRE de 2011). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>
- 10.- Idalberto, C. (2008). Obtenido de <https://definicion.de/informacion/>
- 11.- Lagarrigue, J. M. (2008). Calidad de los medicamentos e importancia para su prescripción.
- 12.- MARIA, F. S. (2014). staff creativa.
- 13.- MARTIN, J. (2017). *Elegir la tipografía adecuada para cada proyecto*.
- 14.- MARTINEZ, S. (2002). Obtenido de <http://geiuma-oax.net/invdoc/importanciaydef.htm>
- 15.- Meggs, P. B. (2010). *Historia del diseño gráfico*. Mexico.
- 16.- Morales, A. (24 de febrero de 2016). *LA IMPORTANCIA DE LA TIPOGRAFÍA EN EL DISEÑO GRÁFICO*. Obtenido de <http://andresmorales.es/blog/importancia-tipografia-diseno-grafico/>
- 17.- MORALES, S. (mayo de 2005). *pautas que debe tomar en cuenta los estudiantes de diseño grafico al aplicar creatividad en el uso tipografico*. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/lote01/Morales-Sara.pdf>

- 18.- NAVAD, M. (2013). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10152/1/TESIS%20NARVAEZ%20final.pdf>
- 19.- Occi, O. (26 de Agosto de 2013). *El uso correcto de una tipografía*. Obtenido de <https://www.paredro.com/el-uso-correcto-de-una-tipografia/>
- 20.- Olachea, O. (2013). *El uso correcto de una tipografía*.
- 21.- Pepe, E. (31 de Agosto de 2010). *Forma y función de la tipografía*. Obtenido de <https://tiposformales.com/2010/08/31/forma-y-funcion-de-la-tipografia/>
- 22.- PEPE, E. (2010). *Forma y función de la tipografía*.
- 23.- PEREZ, J. M. (2008). *DEFINICION DE ESCRITURA* . Obtenido de <https://definicion.de/escritura/>
- 24.- Pérez, R. A. (2001). Obtenido de <http://www.saraelizabeth.blogspot.com/2010/08/definiciones-comunicacion-estrategica.html>
- 25.- POGNANTE, P. (2006). Sobre el concepto de escritura1. *Revista Interamericana de Educación de Adultos*, 65-97.
- 26.- PROAÑO, C. (FEBRERO de 4 de 2018). *LA TIPOGRAFIA Y SU EVOLUCION*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/medios/1/la-tipografia-y-su-evolucion>
- 27.- Romero, M. (10 de septiembre de 2012). *OERT familia tipografica* . Obtenido de <http://www.oert.org/familia-tipografica/>
- 28.- Rosas, S. (2012). Obtenido de <https://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf>
- 29.- Silvia, G. (19 de septiembre de 2007). *Tipografía*. Obtenido de <https://coerulea.wordpress.com/2007/09/19/11/>
- 30.- VERONICA. (OCTUBRE de 2008). *LEGIBILIDAD Y FACTORES QUE INFLUYEN EN ELLA*. Obtenido de <http://veronica-vergara.blogspot.com/2008/11/legibilidad-y-factores-que-influyen-en.html>