Interletraje: 5 %

Peso: 212

Principios universales de tipografía

Peso: 786

Interlínea: 72%

g de un solo ojo

a de un solo ojo

Black Italic o Negrita cursiva a 32 pt

Elliot Jay Stocks

prólogo de Ellen Lupton

Light Italic o Light cursiva a 21 pt

100 conceptos clave
para elegir y utilizar
la tipografía

BLUME

BLUME

Título original *Universal Principles of Typography*

Diseño e ilustración Elliot Jay Stocks
Traducción Carolina Bastida Serra
Revisión de la edición en lengua española Pere Fradera Barceló
Artista y Profesor de Diseño Gráfico, Escola Massana, Barcelona
Coordinación de la edición en lengua española Cristina Rodríguez Fischer

Primera edición en lengua española 2025

© 2025 Naturart. S.A. Editado por BLUME
Carrer de les Alberes, 52, 2.º Vallvidrera, 08017 Barcelona
Tel. 93 205 40 00 E-mail: info@blume.net
© 2024 Quarto Publishing Group USA Inc., Beverly, MA, Estados Unidos
© 2024 del texto y las ilustraciones Margin Media, Ltd.

ISBN: 978-84-10469-58-7
Depósito legal: B. 9581-2025
Impreso en China

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción
total o parcial de esta obra, sea por medios mecánicos o electrónicos,
sin la debida autorización por escrito del editor.

WWW.BLUME.NET

MIXTO
Papel | Apoyando la silvicultura responsable
FSC® C016973

Principios universales de tipografía

Elliot Jay Stocks

prólogo de Ellen Lupton

100 conceptos clave
para elegir y utilizar
la tipografía

BLUME

PRÓLOGO DE ELLEN LUPTON 4
INTRODUCCIÓN 6

Conocer la tipografía

1 / *La tipografía importa* 10
2 / *No* hay *excusas* para la mala tipografía 12
3 / Una fuente no es lo mismo que un *tipo de letra* 14
4 / Los *caracteres* son distintos de los *glifos* 16
5 / Entienda la *anatomía* tipográfica 18
6 / Conozca las *medidas guía* de su fuente 20
7 / En el centro de la cuestión: el *cuadratín* 22
8 / La *altura de x e*s nuestra arma secreta 24
9 / La *clasificación* de tipos de letra puede ser útil… o *inútil* 26
10 / Sepa de dónde viene su tipo de letra: la *romana* 28
11 / Sepa de dónde viene su tipo de letra: el *palo seco* 30
12 / Sepa de dónde viene su tipo de letra: la *egipcia* 32
13 / *Escritura a mano, caligrafía* y *lettering*, ¿son tipografía? 34
14 / La huella de la *mano humana* está en la mayoría de tipos de letra 36
15 / Está bien *amar la tipografía* sin ningún motivo aparente 38
16 / El tipo de letra debe ser, por lo menos, *legible* 40
17 / La tipografía consiste en hacer que un texto sea *comprensible* 42
18 / El *tamaño óptico* permite crear tipos optimizados por tamaño 44

Fundamentos tipográficos

19 / Realice la prueba de *dos líneas de texto* 48
20 / Ajustar el *interlineado* es la mejora más sencilla 50
21 / No subestime el poder de la *longitud de línea* 52
22 / Un poco de *interletraje* llega muy lejos 54
23 / Cree un *énfasis* significativo en su texto 56
24 / Necesitará la *cursiva* 58
25 / Utilizar el *peso* es más que escribir en negrita 60
26 / Por lo general, cuantos más *estilos*, mejor 62
27 / Evite los estilos *falsos* (sintetizados) 64
28 / Utilice *oblicuas* auténticas 66
29 / Utilice tipos de letra con *anchos* múltiples 68
30 / Entienda los *masters* y la *interpolación* 70
31 / Emplee tipos de letra de *ancho fijo* para la interacción 72
32 / La *puntuación* y las comillas no son solo para los correctores 74
33 / Distinga entre *logo*, logotipo y logomarca 76
34 / En realidad, las *licencias* son importantes 78

Elegir y combinar tipos de letra

35 / Utilice solo fuentes *bien espaciadas* 82
36 / *Elija una tipografía* que se adapte al propósito del proyecto 84
37 / *Elija un tipo de letra o fuente* con un diseño completo 86
38 / *Archivos de fuente* fiables 88
39 / *Archivos de fuente* para utilizar en situaciones requeridas 90
40 / Que todo quede en *familia* 92
41 / Simplifique y utilice una *superfamilia*. 94
42 / *Combine tipos de letra* solo si es necesario 96
43 / *Combine tipos de letra* que estén relacionados 98
44 / *Combine tipos de letra* mediante la matriz de fuente 100
45 / *Combine tipos de letra* que se alineen 102
46 / Añada una tipografía *monoespaciada* como complemento 104
47 / Equilibre *distinción y armonía* 106

Sistemas tipográficos

48 / Cree un *sistema de diseño* con tipografía 110
49 / Defina una cuadrícula de *línea base* y deje que influya en todo 112
50 / Transmita *ritmo* con intención, sobre todo en pantalla 114

Sistemas tipográficos (continuación)

51 / Una *escala tipográfica* es la base de cualquier sistema tipográfico 116
52 / No olvide las bases de la *jerarquía* 118
53 / El *color tipográfico* se basa en la densidad 120
54 / El *interlineado* puede ser un quebradero de cabeza 122
55 / Dominar el *interlineado* implica realizar cambios manuales 124
56 / No todos los *guiones* son iguales 126
57 / Combine los *guiones* con *espacios* alternativos 128
58 / Utilice las cursivas también en la *puntuación* y los *espacios* 130
59 / *Justifique* y *use los guiones* con precaución 132
60 / Evite las *viudas* y las *huérfanas* en la medida de lo posible 134
61 / Rompa las reglas con *trucos ópticos* 136
62 / Compruebe los *diacríticos* 138
63 / Las letras *capitulares* pueden dar vida al texto 140
64 / El *tamaño* no existe 142
65 / Sea coherente con las *unidades* 144
66 / *Personalice* los tipos de letra siempre que sea necesario 146

OpenType, tipografía web y fuentes variables

67 / Sepa qué *formato* de fuente utilizar 150
68 / Aproveche el poder de *OpenType* 152
69 / Utilice más opciones con los *glifos alternativos* 154
70 / Las *ligaduras* son más útiles de lo que podría pensar 156
71 / Conozca los *numerales* 158
72 / Las *florituras* pueden mejorar su tipografía 160
73 / Utilice las *fracciones* correctamente 162
74 / Utilice *versalitas* para no gritar al lector 164
75 / Los *conjuntos estilísticos* ofrecen aún más opciones 166
76 / Emplee el *kerning* solo si es necesario 168
77 / Los *subconjuntos* pueden resultar útiles 170
78 / Cuesta imaginar una web sin *fuentes web* 172
79 / La *tipografía web* no es más que... tipografía 174
80 / Asegúrese de que su contenido sea *flexible* 176
81 / Garantice el futuro de su web con e*scalas tipográficas fluidas* 178
82 / *Entregue* archivos de fuente con intención 180
83 / Utilice funciones de *OpenType* en la web 182
84 / Profundice con las *fuentes variables* 184
85 / Contrólelo todo con los *ejes* 186
86 / Utilice el eje *Grade* para mantener la coherencia 188
87 / Perfeccione con los *ejes paramétricos* 190
88 / Tenga cuidado con el *problema de herencia* 192

Ir más allá

89 / Los *símbolos* y los *iconos* son como tipografía; a menudo son fuentes 196
90 / Amplíe su paleta con fuentes en capas y *fuentes de color* 198
91 / Pueble su *menú de fuentes* con sentido 200
92 / Apoye a las *fundiciones* tipográficas independientes 202
93 / Sí, *necesitamos más fuentes* 204
94 / El latino es solo un alfabeto y *sistema de escritura* 206
95 / Mejore la *internacionalización* 208
96 / Mejore *mucho* la *internacionalización* 210
97 / La *internacionalización* y las *licencias* van de la mano 212
98 / Siga la *jerarquía de necesidades tipográficas de Nix* 214
99 / *Depende* 216
100 / Continúe su viaje tipográfico 218

SOBRE EL AUTOR 220
AGRADECIMIENTOS 221
ÍNDICE 222

13

Escritura a mano, caligrafía y lettering, ¿son tipografía?

Es útil distinguirlos, aunque, sin duda, las fronteras son difusas.

VÉASE TAMBIÉN

Personalizar • OpenType • Tipo de letra

Aunque este libro trata exclusivamente de la organización y la manipulación de la tipografía, los amantes de este arte suelen ser también amantes de las letras en todas sus formas. Asegurémonos de tener algunas definiciones claras.

La **escritura a mano** es lo que hacemos cuando —sorpresa, sorpresa— escribimos a mano, por lo general con un bolígrafo o un lápiz. Para la mayoría de las personas, la escritura a mano es informal (la mía es ilegible).

La **caligrafía** es la práctica de escribir con un estilo deliberado y artístico; una especie de punto intermedio entre la escritura a mano y el *lettering*. La mayoría de los expertos en caligrafía logran una consistencia que, en muchos sentidos, se asemeja a la tipografía. Sin embargo, aunque pueda parecer tipografía, no lo es, porque no está mecanizada.

El ***lettering*** no trata tanto de escribir letras como de dibujarlas. Piense en una composición personalizada, como un logotipo, el diseño de un envase de comida, un tatuaje o la portada de una revista. Este conjunto de formas de letras existe para un contexto o encargo específico. Un tipo de letra puede transformarse en *lettering* comenzando con una fuente, manipulándola (*véase* página 146) y luego convirtiéndola en curvas para ajustar aún más sus formas.

La **tipografía** puede imitar la escritura a mano o la caligrafía en su diseño y, de hecho, en la mayoría de los sitios web que ofrecen fuentes, se pueden encontrar filtros como «Handwritten» o «Calligraphic». La tipografía también puede imitar el *lettering* gracias a la alternancia de glifos mediante OpenType. Profundizaremos en este aspecto a partir de la página 152.

El artista del *lettering* y diseñador tipográfico Francis Chouquet creó estos ejemplos de (de arriba abajo) escritura a mano, caligrafía, *lettering* y tipografía (la última emplea el tipo de letra Scusi Bruto del mismo autor), con la frase «Go play outside». Por supuesto, la escritura a mano de Francis es mucho mejor que la mía.


Go Play Outside
Go Play Outside
GO PLAY
OUTSIDE
GO PLAY OUTSIDE

34

En realidad, las *licencias* son importantes

Incluso puede usarlas como ayuda para acotar sus opciones tipográficas.

VÉASE TAMBIÉN

Licencias • Estilos • Pesos

Licencias de fuentes. Aburrido, ¿verdad? Quiero decir, ¿por qué querríamos nosotros, personas creativas que amamos hacer cosas increíbles con la tipografía, leer un documento aburrido escrito para abogados? ¡Vamos directamente a las fuentes!

El caso es que, sin licencias, no tendríamos tipografía. La industria no existiría, incluidas —aunque no lo crea— las fuentes gratuitas. Desde un recurso totalmente gratuito hasta la tarifa más alta que una multinacional paga para que todo su personal utilice un tipo de letra concreto, cada fuente que usamos tiene una licencia asociada, independientemente de que nos tomemos el tiempo para comprenderla o no.

De forma muy sencilla, nadie debería robar fuentes, y la licencia está diseñada para proteger contra esta posibilidad. Sí, claro, todos empezamos ignorándolo en algún momento. Pero cualquier fuente que se venda debería pagarse. Y el hecho de que su jefe haya pagado por usarla en el trabajo no significa que pueda utilizarla para sus proyectos de diseño *freelance*. Puede mostrarla a su cliente como una opción e incluso usar los archivos de fuente que ya están en su dispositivo para realizar algunos bocetos. Sin embargo, si el cliente opta por esa fuente, usted o él deberán adquirir la licencia correspondiente para ese tipo de letra.

Las licencias de fuentes de pago suelen calcularse en base a tres factores: el primero es el número de pesos y estilos que se incluyen en el precio (que suelen tener un descuento significativo si se compra toda la familia o algún tipo de paquete multiestilo); el segundo, el medio (por lo general, escritorio, web y app / libro electrónico); y el tercero, la cantidad de usuarios finales. Esto casi siempre se organiza en números concretos de personas para las licencias de escritorio, vistas mensuales para licencias web y descargas para licencias de apps / libros electrónicos (*véase* página 90). Por lo general, las fuentes variables tienen el mismo precio que toda una familia tipográfica.

Es comprensible que muchas personas se inclinen hacia fuentes gratuitas y de código abierto (la mayoría de las cuales usan la SIL Open Font License)[1], como las que se encuentran en Google Fonts o GitHub. Pero incluso estas tienen una licencia asociada, y hay restricciones de uso en función del tipo de licencia. No voy a hablar de estas complejidades aquí, pero es importante entender que «gratis» no significa necesariamente que pueda hacer lo que quiera con ella.

1 scripts.sil.org/ofl

→

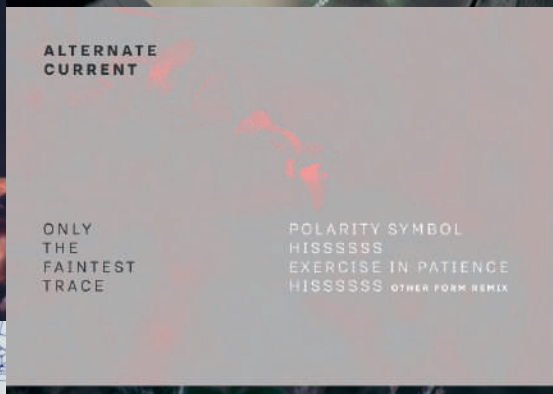
Era demasiado aburrido crear una ilustración sobre licencias, así que, en su lugar, le muestro una serie de diseños que he creado a lo largo de los años para mi alias musical Other Form. Toda la tipografía de los diseños es Nitti Grotesk, en solo dos pesos. La razón de esto es que, cuando decidí crear la primera web de Other Form, esos dos pesos de Nitti Grotesk estaban disponibles en Persona, la herramienta que estaba usando para construir el sitio. Al limitarme a usar solo esas fuentes licenciadas para el constructor de páginas web, me vi trabajando dentro de unos parámetros bastante estrictos. Compré licencias para las fuentes de escritorio de esos dos pesos, y son las únicas que he usado desde entonces para todo el diseño de Other Form y el del sello discográfico Unknown Movements. ¡Incluso las licencias de fuentes pueden ser herramientas útiles para elegir tipos de letra!

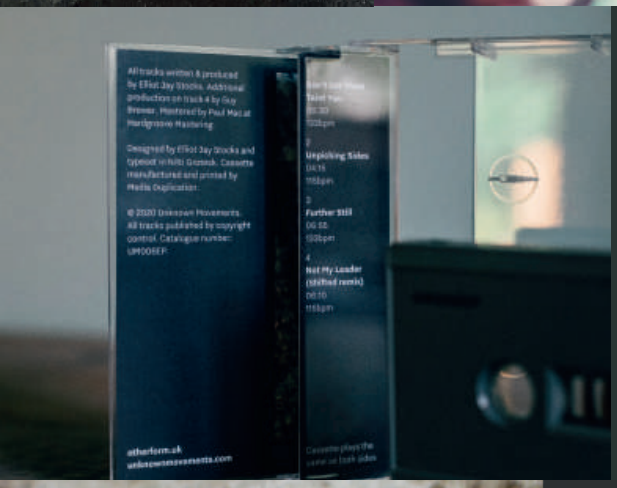

OTHER
FORM
LIKE UNKNOWN
MOVEMENTS
IN THE MIST

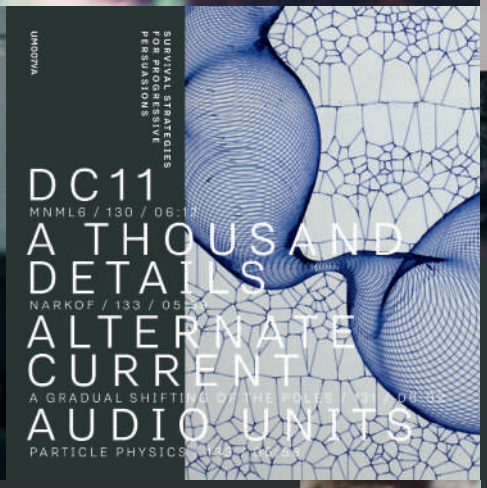

SUHASYA
Ista
UNKNOWN MOVEMENTS

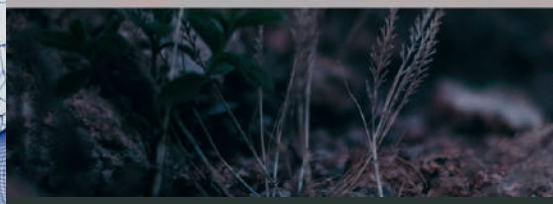

OTHER
FORM
UNMARKED
PATHS
UNKNOWNMOVEMENTS001EP


OTHER FORM
UNMARKED PATHS
A1 CARRINGS
A2 ALL THAT WAS


ALTERNATE
CURRENT
ONLY
THE
FAINTEST
TRACE
POLARITY SYMBOL
HISSSSSS
EXERCISE IN PATIENCE
HISSSSSS OTHER FORM REMIX

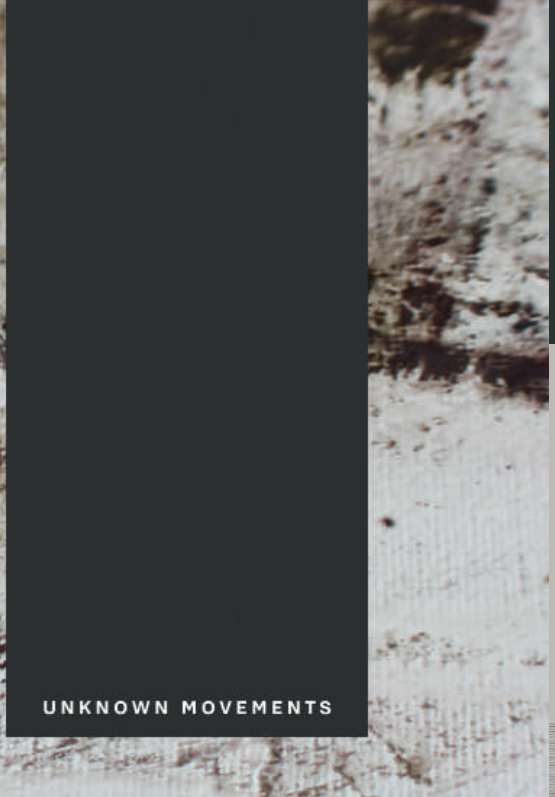

All tracks written & produced by Elliot Jay Stocks. Additional production on track 4 by Guy Brewer. Mastered by Paul Mac at Hardgroove Mastering.
Designed by Elliot Jay Stocks and typeset in Nitti Grotesk. Cassette manufactured and printed by Media Duplication.
© 2020 Unknown Movements. All tracks published by copyright control. Catalogue number: UMOOSEP.
Unpicking Sides
Further Still
Not My Leader (shifted remix)
otherform.uk
unknownmovements.com

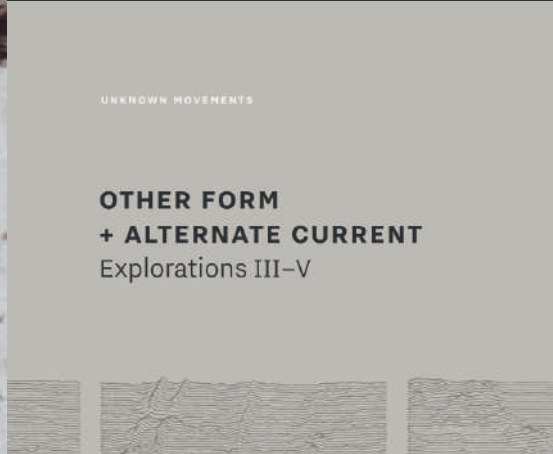

UMOOTVA
SURVIVAL STRATEGIES FOR PROGRESSIVE PERSUASIONS
DC11
MNML6 / 130 / 06:1?
A THOUSAND DETAILS
NARKOF / 133 / 05:
ALTERNATE CURRENT
A GRADUAL SHIFTING OF THE POLES
AUDIO UNITS
PARTICLE PHYSICS




OTHER
FORM
EACH TO OUR
OWN DIVIDE
DON'T LET THEM TAINT YOU
UNPICKING SIDES
FURTHER STILL
NOT MY LEADER SHIFTED REMIX


DC11
Pulse Outputs


UNKNOWN MOVEMENTS


UNKNOWN MOVEMENTS
OTHER FORM
+ ALTERNATE CURRENT
Explorations III–V

100

Continúe su viaje tipográfico

Es hora de adentrarse aún más en las profundidades de la tipografía.

Puede parecer que todos estos principios cubren bastante terreno, ¿verdad? Y espero que así sea. Pero quedan muchas áreas fascinantes del mundo de la tipografía que no he podido explorar en profundidad, o que solo he mencionado muy por encima.

Ahora que llegamos al final de este viaje, si busca nuevos puntos de partida, le recomendaría continuar su camino adentrándose en los siguientes temas tipográficos:

* Características específicas de la tipografía en AR/VR.
* Adaptaciones específicas para el desarrollo de aplicaciones en iOS y Android.
* Rendimiento de las tipografías web y comparaciones de ancho de banda entre fuentes variables y estáticas.
* Los distintos tipos de paréntesis y corchetes, cuándo utilizarlos y cómo los emplean diferentes fuentes.
* Accesibilidad más allá de los principios básicos de legibilidad.
* Ordinales y superíndices/subíndices.
* Puntos Unicode y sistemas de escritura distintos del latino.
* Implementación de tipos de letra de iconos en la web como parte de un sistema de diseño.
* Especificaciones técnicas para trabajar con fuentes de color en el navegador.
* Diseño tipográfico en sí mismo.

Pero, sobre todo, espero que este libro haya encendido, renovado o ampliado su amor por la tipografía, y que haya demostrado que incluso los ajustes tipográficos más sutiles pueden mejorar drásticamente la experiencia de lectura. Ojalá vuelva a estas páginas en busca de orientación, inspiración y, tal vez, un poco de consuelo. Corra la voz: ¡*la tipografía importa*!

BIBLIOGRAFÍA

Bringhurst, R. (2008). *Los elementos del estilo tipográfico* (Versión 3.1). Fondo de cultura Económica; Campe. C., & Rausch, U. (2020). *Designing fonts: An introduction to professional type design*. Thames & Hudson; Coles, S. (2012). *The anatomy of type: A graphic guide to 100 typefaces*. Harper Design; Highsmith, C. (2020). *Inside paragraphs: Typographic fundamentals*. Princeton Architectural Press; Lupton. E. (2011). *Pensar con tipos: Una guía clave para estudiantes, diseñadores, editores y escritores* (J. Sastre, trad.). Editorial Gustavo Gili; Spiekermann, E. (2022). *Stop stealing sheep and find out how type works*. The Other Collection; TypeTogether. (2022). *Building ligatures*. TypeTogether; Willen, B., & Strals, N. (2009). *Lettering & type: Creating letters and designing typefaces*. Princeton Architectural Press.


XYZ

100 conceptos, teorías y reglas clave para elegir, combinar y utilizar la tipografía

Tamaño óptico de titular

Nos comunicamos mediante textos todos los días, pero ¿qué significa comprender la tipografía, usarla con un propósito claro? El arte y la ciencia de la tipografía combinan ajustes sutiles en la longitud de las líneas con mezclas armoniosas de pesos y estilos, emparejamientos de tipografías seleccionados con esmero junto a un conjunto sólido de caracteres alternativos, y avances tecnológicos emocionantes con las realidades de las licencias tipográficas. Existen innumerables maneras en las que los diseñadores pueden mejorar la legibilidad de un texto e influir en cómo se entiende su mensaje; sin embargo, muchos diseñadores comunican mal sin siquiera darse cuenta.

Principios universales de tipografía lo equipará con todo lo que necesita para tomar las decisiones tipográficas más informadas en sus trabajos de diseño, sea cual sea el medio.

Tamaño óptico de texto

* Profusamente ilustrado y de fácil comprensión
* Explicaciones claras combinadas con ejemplos visuales
* Principios comprobados a lo largo de cientos de años de composición tipográfica
* Los últimos avances en tecnología de navegadores, fuentes web y fuentes variables

Una serie con información completa y autorizada junto a ejemplos didácticos e inspiradores en temas multidisciplinares para diseñadores, arquitectos, ingenieros, estudiantes y cualquiera que esté interesado en ampliar y enriquecer sus conocimientos de diseño.

BLUME







MIXTO
Papel | Apoyando la silvicultura responsable
FSC® C016973

ISBN 978-84-10469-58-7