



La tipografía en el diseño editorial

Una reflexión sobre la letra en el contexto de los medios editoriales.



Por D.G. Miguel Catopodis,
Profesor Titular de
Tipografía I y II.
Carrera de Diseño Gráfico
y Comunicación Visual

El módulo esencial de una página editorial es la **letra**. Este elemento mínimo plantea una multiplicidad de dimensiones. La letra es una especie de átomo visual que conforma estructuras reticulares. También determina una estética a partir de la morfología de sus trazos. Apreciamos los rasgos particulares de una fuente tipográfica, sus proporciones, sus contraformas, sus remates o su rango de variables, entre otros aspectos sensibles.

Ya la propia definición “tipografía” nos remite a una escritura con elementos estandarizados. Lleva implícito un pensamiento reticular. Si al diseñar la retícula de una publicación no contemplamos las especificidades propias de la tipografía, la retícula resultante podría resultar de utilidad a la hora de estructurar imágenes, pero no va a funcionar si se trata de organizar el texto sobre la página o la pantalla. La esencia de un modelo de organización se encuentra en la propia naturaleza de los elementos que lo integran.

Los lectores se acostumbran a leer textos compuestos en determinadas familias, asocian sensaciones a ellas. Cambiar la fuente tipográfica de una publicación es una decisión importante, sin embargo, a veces es necesario cambiar: las nuevas familias pueden resolver los viejos problemas e inyectar innovación. La paleta tipográfica provee de estilo a una publicación y abre la perspectiva de la expresión. Desde mi punto de vista, en la selección tipográfica se juega la suerte del proyecto. A partir del maridaje entre distintas familias y sus variables surge el clima, el humor de la página. Y, como sucede en las familias, pueden aparecer tensiones o enojos que tendríamos que detectar a tiempo. Nunca antes en la historia existió una oferta similar de fuentes, sin embargo, hay que aprender a elegir.

Por otra parte, la tipografía va a dialogar con los otros elementos de la página: se va a relacionar con fotografías, con infografías, con ilustraciones, con los blancos y los márgenes de la página. Los espacios en blanco son un factor fundamental en el diseño de una publicación, tienen estrecha relación con los aspectos funcionales, donde el lector será el protagonista. El espacio en blanco puede guiar, jerarquizar, ayudar a la motivación.

La formación del diseñador editorial articula distintos conocimientos y requiere del aporte de muchas disciplinas, técnicas y teóricas, que favorecen la adopción de una perspectiva muy amplia. Pero por sobre todo, un diseñador editorial necesita profundizar sus conocimientos en Tipografía.

Por último, en el campo de las publicaciones está ocurriendo una nueva revolución en los soportes de lectura, en donde tabletas, libros digitales y teléfonos inteligentes se sumaron como alternativas de lectura al tradicional medio impreso y al no tan lejano sitio web. Frente a un panorama tan cambiante, es necesario desarrollar una actitud inquieta y de constante actualización.

Los modos de lectura cambian. La mala noticia es que el buen hábito de la lectura se desdibuja y se transforma en lecturas fugaces, instantáneas, dispersas. La buena noticia es que, a pesar de los malos pronósticos, la palabra escrita no va a desaparecer. La Tipografía está más vigente que nunca.

■ Miguel Catopodis

