

PSY- CHO TYPE

psicología de la
tipografía

Century Ghotic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{[(`^`*+~!¿?'.",@\$\$€&/<\>)]}

Futura

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{[(`^`*+~!¿?'.",@\$\$€&/<\>)]}

Con este par de fuentes tipográficas podemos poner cara a la voz de aquel profesor/a que tuvimos en primaria.

Recordar aquella voz simpática, clara y entusiasta, que pronunciaba palabras fáciles con sonidos muy simples... y que con mano inexperta, los alumnos/as trataban de dibujar en el papel.

Caracteres básicos, formados por líneas rectas y curvas, geométricos y sencillos, legibles, fáciles de recordar y memorizar.

La tipografía está en todo lo que nos rodea, aparece en la publicidad, en los comercios, en mensajes, en nuevas tecnologías, en marcas y logotipos, correo, medios de comunicación, transportes... Presente en diferentes países, culturas y civilizaciones a lo largo del tiempo, desde que el hombre es hombre, desde la primera incisión o símbolo en cualquier soporte, como puede ser una piedra o una tablilla de arcilla o madera, es la forma de comunicación gráfica existente hasta nuestros días: forma o estilo en el que se reproduce un texto.

Muchas veces se ha dicho que la tipografía no debería ser la protagonista, sino que debe permanecer oculta mientras la información se transmite de manera eficaz. Esta afirmación es imposible y errónea ya que es imprescindible el uso y empleo del tipo de letra apropiado según el mensaje que se vaya a transmitir.

Por ejemplo, el tipo de letra que se elige para construir la identidad verbal de una empresa, no es el mismo que usará en sus escritos oficiales, comunicados, papelería de empresa, boletines informativos, etc. Al igual que el tipo elegido para elaborar el logo de un supermercado: no será el mismo para construir la señalética de un aeropuerto, metro o unos grandes almacenes. Todo ello es así, porque el ser humano asocia la forma de las diferentes y múltiples variantes de familias tipográficas con determinadas actitudes sociales, personales, sentimentales, como: informalidad, tristeza, alegría, elegancia, rigidez, flexibilidad...

“La tipografía es la expresión visual del lenguaje”.

Baskerville

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{[(`^`*+~!¿?'.",@\$\$€&/<\>)]}

Bembo

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{[(`^`*+~!¿?'.",@\$\$€&/<\>)]}

Arnhem

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{[(`^`*+~!¿?'.",@\$\$€&/<\>)]}

Estas tres tipografías las podemos poner en boca de un señor que ronde los 70 años de edad más o menos; alguien que se expresa del mismo modo con cualquier persona, sea cual sea su condición social, edad o nivel educativo y cultural.

El personaje suele ser preciso, impecable, metódico, distinguido, conservador, costumbrista y que domina la mayor parte del vocabulario del idioma que habla.

Lo podemos imaginar escuchando música clásica, ópera y asistiendo al teatro. Viste ropas sobrias, de tejidos refinados y compra el periódico todas las mañanas en su sitio habitual.

Ellen Lupton

Diseñadora gráfica y directora del programa MFA de
diseño en Maryland State University.

Más que un simple instrumento para aclarar la jerarquía, la variación en la textura tipográfica (el cambio de peso, de tamaño, inclinación, textura y ritmo) es una extensión de la manera en que hablamos, escribimos, vivimos... Las frases expresadas con lentitud contrastan con las exclamaciones cortantes y abruptas; los soliloquios largos y contemplativos proporcionan un descanso frente a los pensamientos erráticos y fragmentados.

Estas cualidades del lenguaje oral y escrito no sólo proporcionan un bonito efecto visual, sino que ayudan al público a sentir al autor y la carga emocional de sus palabras. Cambiar los tamaños, o la posición de las palabras dentro de las líneas del texto corrido puede crear un efecto dramático y evocativo sin necesidad de sacrificar la claridad. Puede que incluso mejore la facilidad de lectura, la capacidad de la tipografía de atrapar al lector para conducirlo por el contenido. Marcar en negrita el subtítulo que comienza un párrafo es capaz de conseguir esto (aumentando su visibilidad y convirtiéndolo en un punto donde fijar la atención), pero de una manera casi absolutamente neutra y objetiva. Se trata de dar al lector la oportunidad de encontrar algo interesante o de mayor importancia.

Pero tratar estratégicamente la tipografía, que es material, de una manera sensorial y darle la cualidad visual y cadencia de los sonidos es un recurso impactante que los diseñadores pueden utilizar para crear una experiencia verbal más vívida.

Si el diseñador reconoce esta realidad del tipo y es capaz de comprenderla y sentirla de una manera intuitiva, adquirirá una enorme ventaja para conseguir que los tipos y las imágenes actúen al mismo nivel.

la textura del lenguaje

“La tarea esencial del tipógrafo es interpretar y comunicar el texto. Su tono, su ritmo, su estructura lógica y su extensión determinan las posibilidades de su forma tipográfica”.

Robert Bringhurst
Tipógrafo y poeta, Harley & Marks Publishers,
Vancouver, 2005

Hippie Movement

ABCDEFGHIJKLMN O P Q R
STUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
{[(^`*+~!@#%&'<|>)]}

Blur

ABCDEFGHIJKLMN O P Q R
STUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
{[(^`*+~!@#%&'<|>)]}

Con estas tipos podemos imaginar la voz y apariencia de una persona hippie o más alternativa. Ligados a ellas conceptos de tranquilidad, abstracción, simbolismo, psicodelia, libertad...

Esta persona defiende ideales que tal vez ni entienda y emplea frases prefabricadas en el habla cotidiano.

Clarendon

ABCDEFGHIJKLMN O P Q R
STUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
{[(^`*+~!@#%&'<|>)]}

Cooper Black

ABCDEFGHIJKLMN O P Q R
STUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
{[(^`*+~!@#%&'<|>)]}

Bello Pro

ABCDEFGHIJKLMN O P Q R
STUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
{[(^`*+~!@#%&'<|>)]}

Estos tres ejemplos tipográficos pueden ser perfectamente la identidad verbal de una persona joven, de mediana edad, en concreto de un varón de unos 36 a 48 años.

Se trata de un hombre divertido, más bien de físico grueso, que a pesar de su edad nunca termina de madurar por completo; de trato afable, un tanto descuidado y desenfadado en su *look* diario.

Es cariñoso y entusiasta; todo el mundo quiere estar con él en cualquier reunión o fiesta, ya que agrada a sus amistades con buenas historias y aventuras acontecidas en su vida.

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
{[(^`^*+~!¿?'.",@\$&/<\>)]}

Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
STUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
{[(^`^*+~!¿?'.",@\$&/<\>)]}

Rockwell

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
STUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
{[(^`^*+~!¿?'.",@\$&/<\>)]}

Identidad verbal para el joven transgresor y vanguardista, moderno, actual y enérgico, que intenta romper las reglas.

Consumidor de nuevas tecnologías y aparatos electrónicos. Apasionado por las tendencias, experimenta situaciones novedosas

Rescata modas y objetos del pasado para transformarlos y adaptarlos a la vida del presente. Se trata de alguien que está más al tanto del futuro que del pasado, va a lo práctico sin ser demasiado sofisticado y presuntuoso.

sensibilidad tipográfica

“El diseño de la tipografía es a la escritura, lo que el tono de voz es a la palabra hablada”.

Next to me

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
STUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
{[(^`^*+~!¿?'.",@\$€&/<\>)]}

Lucida

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
STUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
{[(^`^*+~!¿?'.",@\$€&/<\>)]}

Trinite

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
STUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
{[(^`^*+~!¿?'.",@\$&/<\>)]}

La voz de una niña adolescente es más ingenua; una mezcla de entusiasmo y timidez con un cierto toque de coquetería propia de la edad.

Es segura de sí misma, de complicaciones simples y pretende mostrar la elegancia y distinción de mujeres o chicas más mayores que ella.

El diseño de la tipografía es a la escritura, lo que el tono de voz es a la palabra hablada. Por ejemplo, es muy posible que cuando un trabajador de recursos humanos de una empresa multinacional hable con un cliente importante, no ocupe el mismo tono de voz que cuando esta misma persona vaya a realizar la compra y se dirija al dependiente de un puesto en el mercado.

Nos planteamos por tanto una pregunta: ¿es posible extraer formas visuales a partir de un análisis de voz? La respuesta es: sí se puede. Podemos ser muy abstractos pero también tan concretos como uno quiera serlo.

Por ejemplo a la hora de decir: *te quiero*; pueden pasar varias cosas según el emisor, receptor y contexto. Si se le dice *te quiero* a una persona, el tono de voz de sensibilidad afectiva será de dulzura. Si *te quiero* va dirigido a un familiar se hará con un tono de ternura. En cambio si *te quiero*, aparece en un contexto afectivo de pareja, su tono será más coqueto y sensual.

EL cerebro siempre está en continuo “movimiento” y es increíblemente sorprendente que sea capaz de recrear las formas visuales a partir de la descripción de los sonidos.

El análisis de los sonidos puede ser muy útil para entender los conceptos de sensibilidad tipográfica.

Frutiger

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{{('`^*+~!;?'.",@\$€&/<>}}}

Rotis Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{{('`^*+~!;?'.",@\$€&/<>}}}

La voz de un/a periodista podría tener esta apariencia. De tono nítido, que expresa noticias y sucesos de manera muy formal.

Hablamos de una persona joven, tampoco lo es demasiado, pero mantiene fresca y cierta dilatada experiencia profesional, comportándose de manera adecuada, correcta y que se adapta a las situaciones que exija el momento.

Para los diseñadores más experimentados, el proceso de selección tipográfica es apasionante, donde las tipografías siempre son las protagonistas.

Eurostile

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{{('`^*+~!;?'.",@\$€&/<>}}}

Antique Olive

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{{('`^*+~!;?'.",@\$€&/<>}}}

Amplitude

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{{('`^*+~!;?'.",@\$€&/<>}}}

BANK GOTHIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

{{('`^*+~!;?'.",@\$€&/<>}}}

Robustez, fortaleza y seguridad son valores propios de estas fuentes tipográficas que ponen voz a un/a deportista.

Personas entrenadas para no mostrar sus debilidades, que compiten y luchan por alcanzar metas y batir marcas deportivas.

Los caracteres son robustos, sólidos, algo gruesos pero a la vez ligeros, simples, de buena legibilidad y fáciles de recordar.

Garamond

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{{('`^*+~!;?'.",@\$€&/<>}}}

Bodoni

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{{('`^*+~!;?'.",@\$€&/<>}}}

Optima

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

{{('`^*+~!;?'.",@\$€&/<>}}}

Tipografías sofisticadas, distinguidas, elegantes y fuertes, ponen la voz a una mujer de mediana edad, entre los 26 y 38 años.

Se trata de una mujer joven que ya ha madurado un poco más con la experiencia, de ideas claras y ubicada en su terreno laboral, sabe perfectamente qué es lo que tiene y quiere hacer y qué es lo que pretende conseguir en la vida.

PSYCHOTYPE

Juan Ortega Castillejo

Aprendizaje y Desarrollo de la Personalidad

Máster en Formación del Profesorado / UCM / 2014-2015