

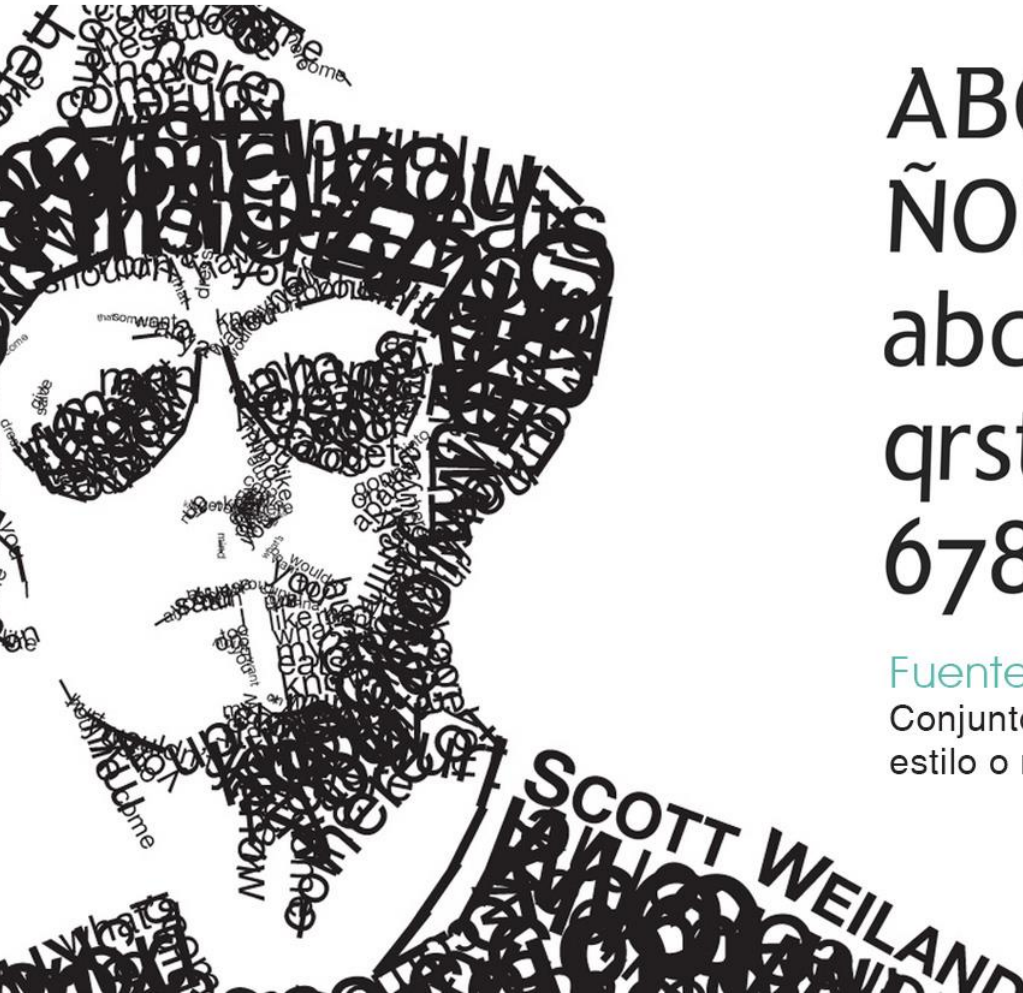
# Tipografía

Bibliografía extra: *Manual de diseño editorial. Jorge de Buen.*



# Definición

Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas.



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñop  
qrstuvwxyz 012345  
6789 \$&!;?/()@=+-,;:

Fuente tipográfica.

Conjunto de caracteres, números y signos con un estilo o modelo gráfico particular común.

# Clasificación

Cinco categorías básicas.

|                                                                                                                                       |                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Serif</b><br>(GEORGIA)<br><i>have "feet," more traditional</i><br>Times New Roman • Cambria<br>Rockwell • Baskerville              | <b>Sans Serif</b><br>(FRANKLIN GOTHIC)<br><i>no "feet," more modern</i><br>Helvetica • Century Gothic<br>Corbel • Montserrat |
| <b>Script</b><br>(MARKETING SCRIPT)<br><i>cursive/handwriting</i><br>Yellowtail • Edwardian Script<br>Lavanderia • Learning Curve Pro | <b>Display</b><br>(NEW ROCKER)<br><i>decorative, use sparingly</i><br>PINWOOD • BEBAS NEUE<br>Curlz • BETTY HOIN             |

- Serif
- San Serif
- Script
- De exhibición- decorativas
- Dingbat



Tipografías cuyas letras se apoyan en una especie de pie o patín. Normalmente se usan tipografía de libros, ya que esta tipografía es más fácil de leer. Los pequeños elementos decorativos en los pies de las letras añaden información visual que facilita la lectura.

- Muy buena **legibilidad para la lectura** en libros.
- **Formal y antigua.**
- No se recomienda para carteleras o titulares.
- Proporciona el efecto de autoridad y firmeza.



MARCIN PANKIEWICZ  
BIURO ADWOKACKIE

(Baskerville- **bodoni**- garamond- perpetua)

# SERIF

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.  
123456789



**Officina**  
**Serif** from ITC  
typefoundry

"it had lost its innocence."

Erik Spiekermann

**Não mais para correspondências!**  
Zwölf Boxkämpfer jagten Eva quer über den Sylter Deich

**Slab Serif typeface**  
*finden fliegen*

ITC Officina foi lançada em 1990, projetada pelo tipógrafo Erik Spiekermann. Esta fazia parte de uma família de fontes que se apresentavam tanto no formato serifado quanto no não serifado, sua utilização era voltada para a correspondência empresarial, mas a tipografia ganhou popularidade e começou a ser utilizada para outros fins, como cronogramas e revistas.

1234567890€†°¢£§•¶ß®©™“”¥¨¯\|\_{}~.,%'-":;'"  
 Ø ∞ ± ≤ ≥ ¥ μ ð Σ Π π ς º Ω æ ø ; : ~ √ f ≈ Δ « » ...  
 ÐðŁłŠŸšýÞþŽž½¼¹²ˆ-x!"#\$%&'()\*+,-./:;<=>?@

# San Serif



sin remates.

# No contiene adornos.

Comúnmente es llamada sin patines o palo seco.

- **Moderna, limpia, alegre y segura.**
- Buena para la lectura en revistas o sitios web.
- Por su ausencia de remates y sus trazos finos son apropiadas para carteleras o titulares que utilizan letras grandes y pocas palabras.
- No se recomienda para textos largos, ya que resultan monótonas y difíciles de seguir. (existen excepciones).

[illegible]

(Avant Garde- **Frutiger**- Futura- Gill Sans- Helvetica)



# SanSerif

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.  
123456789



# Script

Parecen cursivas o de caligrafía.

Las encuentras en muchos estilos, desde elegantes, divertidas, casuales, a mano, etc. No se recomienda para textos largos pues compromete la legibilidad.

*Nr*  
A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s  
t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Fig. Commercial Script (diseño de Morris Fuller Benton, 1908)

*The Whole  
New Ball  
Game*  
dedicated to the Artistry

*Supernova*

# Dingbat

Ornamentos o iconos.



# DE EXHIBICIÓN

Tienen gran atracción y personalidad.  
Generalmente se utilizan sólo en títulos.

No son tipografías adecuadas para bloques de textos,  
pero si para llamar la atención.

**DECORATIVA** **deCOratIvO**



ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Serif



ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Fig. Avant Garde (diseño de Herb Lubalin, 1970)

Sans Serif



ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Fig. Mistral (diseño de Roger Excoffon, 1953)

Manuscrita



De exhibición



*Ejercicio tipográfico*

# El tamaño

Una pulgada tiene 72 puntos.

Si el tipo es demasiado grande, o pequeño cansa mucho al lector y reduce la legibilidad.  
(*Tamaño ideal para la lectura en libros es de 10 a 12pts*)

Si se compone un texto en bold completamente, la mancha textual se vuelve muy densa y dificulta la lectura.

*Texto a 25 pts. distintas tipografías*

Facultad de Ciencias Administrativas

**Facultad de Ciencias Administrativas**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Facultad de Ciencias Administrativas

*Ambos textos son de 14pts. Pero son distintas tipografías.*

Pearl Jam es un grupo de Rock alternativo formado en Seattle, Estados Unidos en el año 1990. El grupo estaba originalmente compuesto por Stone Gossard (guitarra rítmica), Jeff Ament (bajo), Mike McCready (guitarra principal), Eddie Vedder (voz) y Dave Krusen (batería).

Pearl Jam es un grupo de Rock alternativo formado en Seattle, Estados Unidos en el año 1990. El grupo estaba originalmente compuesto por Stone Gossard (guitarra rítmica), Jeff Ament (bajo), Mike McCready (guitarra principal), Eddie Vedder (voz) y Dave Krusen (batería).

*OJO: Les recomiendo no arriesgarse a utilizar fuentes tipográficas menores de 6pts en su diseño. El texto podría perder legibilidad.*

# El interletrado

Distancia que existe entre una letra y otra.

Generalmente en los cuerpos de texto para determinar el tamaño del interletrado se suma 2pts al tamaño de la tipografía.

Por ejemplo: si la tipografía es de 12pts el interletrado será de 14pts. Esto puede variar según el texto o según nuestro espacio.

*Inteletrado abierto, cerrado, normal.*



# El interlineado

## Espacio vertical entre líneas.

Un interlineado demasiado apretado o abierto para la cantidad de palabras que haya en una línea puede reducir la legibilidad.

Un interlineado demasiado apretado o abierto para la cantidad de palabras que haya en una línea puede reducir la legibilidad.

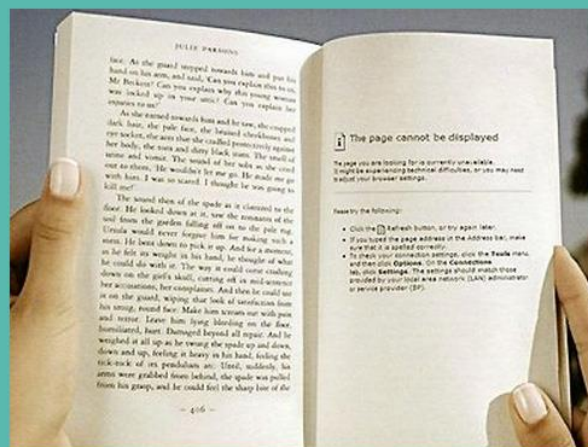
Un interlineado demasiado apretado o abierto para la cantidad de palabras que haya en una línea puede reducir la legibilidad.

# Longitud de la línea.

Una línea muy larga, impresa en un cuerpo de texto pequeño entorpece la lectura; por la dificultad de pasar de una línea a otra.

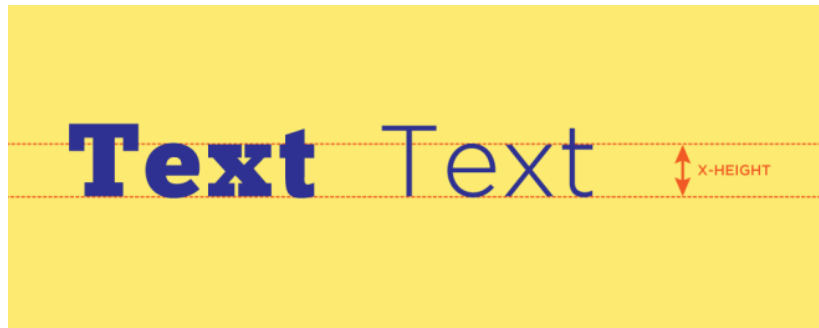
También ocurre al contrario, donde un ancho corto cansa al usuario, ya que tiene que cambiar de línea constantemente y en uno largo se pierde.

La longitud de línea ideal es entre 50 y 80 caracteres por línea (incluyendo espacios).



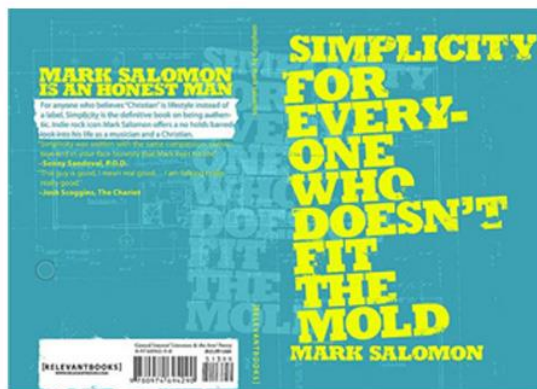
[www.type.method.ac](http://www.type.method.ac)

Ejercicio interletrado online



**Altura de la equis.** Parte de las letras en caja baja (minúsculas) que coincide en altura con la parte superior de la letra equis. (x).

# Alineación del texto.



El texto alineado a la **izquierda**

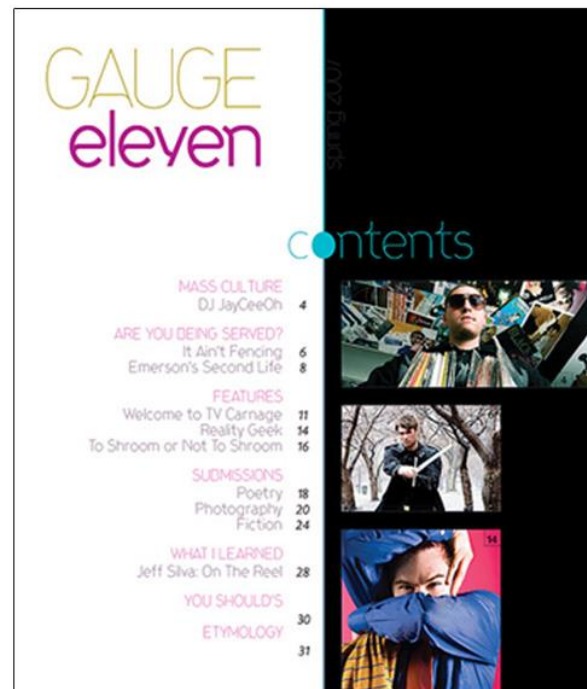
es el recomendable para **textos largos**.

Crea una letra y un espacio entre palabra muy equilibrada y uniforme.

Esta clase de alineación de textos es probablemente la más legible.

A la **derecha**

se encuentra en sentido contrario del lector. Este método puede ser adecuado para un **texto que no sea muy extenso** porque resulta difícil encontrar la nueva línea.



# Alineación del texto.

## Justificado

Puede ser muy legible, si el diseñador equilibra con uniformidad el espacio entre letras y palabras, evitando molestos huecos denominados ríos que no rompan el curso del texto.

## Declaración sobre el llanto de los bebés

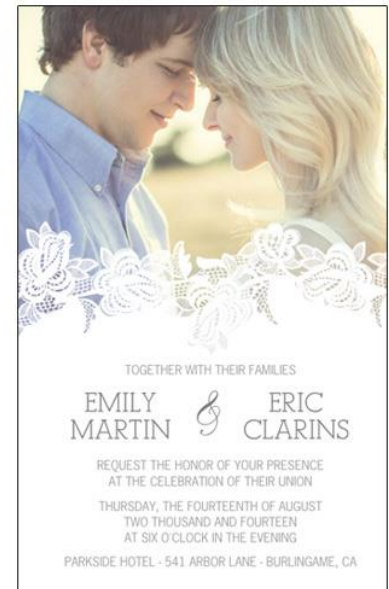
Grupos de profesionales se han unido y han firmado en apoyo de la siguiente declaración para que el llanto del bebé no sea visto como algo 'normal'.

**H**ombres y mujeres, científicos y profesionales que trabajan en distintos campos de la vida y del conocimiento, están y pueden preocuparse por el mundo en el que nosotros hijos e hijas van a crecer, porque desde nosotros hacia la siguiente generación.

Es cierto que es frecuente que los bebés de nuestra sociedad (Occidental) lloran, pero no es cierto que 'sea normal'. Los bebés lloran siempre por algo que los produce malestar: sueño, hambre, hambre, o es más frecuente, y que suele ser causa de los anteriores, la falta del contacto físico con su madre u otras personas del entorno afectivo.

**EL LLÁNTO ES EL ÚNICO MECANISMO QUE LOS BEBES TIENEN PARA HACERLOS LLEGAR SU SENSACIÓN DE MALESTAR**

En el campo del bebé recién nacido está diseñado para tener en

[illegible]

**Centradas.**  
Son formales.

Se debe evitar configurar textos demasiado largos con esta alineación.

# El color

Para conseguir una buena legibilidad cuando se diseña con tipos y color deberemos equilibrar el tono del color y determinar el **contraste adecuado entre las letras y su fondo**.



Crea contraste de color entre el fondo y la fuente tipográfica.



Si no puedes generar contraste por medio de color. Agrega figuras o formas para hacer resaltar el texto.



También se puede agregar sombra o líneas alrededor del texto.

# El color



Utiliza un color de fuente que no se pierda con el fondo.



Utiliza combinaciones de color agradables a la vista. Que no cansen al lector.



Al no existir contraste entre el color de fondo y el logo, se pierde la palabra *woman's*. Pudieron haber cambiado el color del texto a blanco, agregar un rectángulo blanco detrás del logo, agregar sombra al logotipo, etc.

# La elección de una fuente.

---

Cada texto que comunica información de nuestra empresa, ya sea plasmado en la imagen corporativa, en empaques de productos, etc. lleva consigo dos significados diferentes:

- El significado del contenido del texto.
- El significado visual de la tipografía utilizada.

«No es lo que dices, es como lo dices»

*Tranquilidad*      *Tranquilidad*

# ¿Por qué importa que fuente elegir?

La elección de la fuente define el tono que tendrá nuestro diseño.

La tipografía tiene voz, volumen, tono, personalidad y estados de ánimo. Pueden ser serias, casuales, elegantes, juguetonas. Tienes que estar seguro que el estilo de tu fuente embona con el mensaje de tu diseño.



Si eliges una fuente que visualmente dice “Vamonos de fiesta” cuando debería estar diciendo “entrevista de trabajo” algo anda mal.



Un reporte de negocios necesita una fuente más conservador y neutral,  
pero un libro para niños necesita ser más juguetón y alegre.



# LET'S PARTY

Maddy's **5**

JOIN US SATURDAY, AUGUST 24 AT NOON

IN MADDY'S BACKYARD  
4668 GRAPEVINE ROAD, COLUMBUS

regrets only to [anniczahara@yahoo.com](mailto:anniczahara@yahoo.com)



Maddy's **5**

JOIN US SATURDAY, AUGUST 24 AT NOON

IN MADDY'S BACKYARD  
4668 GRAPEVINE ROAD, COLUMBUS

regrets only to [anniczahara@yahoo.com](mailto:anniczahara@yahoo.com)



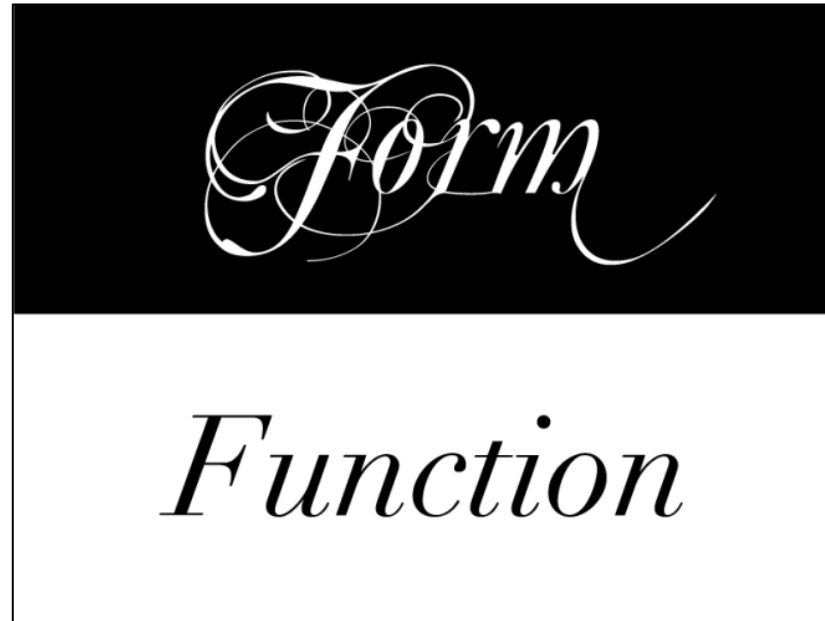
Diferentes mensajes según la tipografía y colores que se utilicen.  
Textualmente deseamos feliz navidad, pero tipográficamente decimos lo contrario.

---

Es siempre recomendable, antes de comenzar un trabajo, **dedicarle tiempo a la elección de los tipos de letra y estilos** (título, subtítulo, cuerpo de texto, etc.) que se van a usar para optimizar nuestro trabajo y conseguir mejores sensaciones y resultados.



Recuerda que, además de elegir el tipo de letra que mejor se adecue al mensaje que se quiere dar, es importante verificar que la **fuentes sea clara y legible.**



### Forma VS Función.

Una fuente puede ser muy moderna e innovadora, pero si su forma es una muy compleja, el espectador no logrará captar o leer el mensaje. Hay que tener en cuenta cual es la función de la fuente, si es solo para decorar, podemos entonces valernos de tipografías complejas, de lo contrario no se recomienda.

# Tipografía según el producto.

---

## **Tipografía gruesa con terminaciones rectas:**

Comunica un tono de voz masculino y fuerte. Es común utilizarla para productos dirigidos hacia los hombres, que tengan que ver con trabajo duro y máxima resistencia.



## ***Tipografía delgada con terminaciones curvas:***

Comunica un tono de voz femenino, delicado y suave. Ideal para productos dirigidos a las mujeres, que tengan que ver con el cuidado, la pureza y naturalidad.



## ***Tipografía con eje vertical inclinado:***

Comunica un tono de voz ágil y rápido. Ideal para productos que tengan que ver con gran velocidad y pronta respuesta de acción.



# Tipografía según el producto.

---



Recuerda, tu elección tipográfica puede significar el éxito o fracaso de tu marca.  
¿Crees que los siguientes logos hubieran sido tan exitosos de haber elegido estas fuentes tipográficas?

# Tipografía según el producto.



¿Y que tal estos posters?

# Combinando fuentes tipográficas.



## Los opuestos se atraen:

Fuentes introvertidas y extrovertidas generan un buen balance al combinarlas. Así que si tienes una fuente con personalidad muy fuerte (de exhibición), combínala con una más neutral para balancear tu diseño.

**Combina serifs y sans serifs.**  
En especial con contraste de tamaño.



# Combinando fuentes tipográficas.

**Crea contraste.** Ya sea en estilo, tamaño, peso, espaciado, color, etc.



**Utiliza fuentes de una misma familia.**

Si no tienes tiempo de buscar combinación de fuentes diferentes, puedes combinar tipos de una misma familia. Utiliza sus versiones regular, light, bold, etc. en distintos tamaños.



# Combinando fuentes tipográficas.

---

No utilices fuentes similares en un mismo texto.

Combinar fuentes similares  
no es una buena idea.

En este ejemplo tenemos el primer renglón en Times New Roman y el segundo en Bodoni. Ambas fuentes tienen patines y no es muy notorio el contraste entre una y otra.

---

Handgloves

Handgloves

En este ejemplo a pesar de tener una fuente Serif y otra San Serif, las cualidades de la letra A y G son muy similares y no da el contraste que se necesita entre ambas.

# Combinando fuentes tipográficas.

---

Using **too MANY**  
*typefaces* is  
confusing *and* **LOOKS**  
*messy* and **CLUTTERED.**

**Mantén dos o tres fuentes tipográficas diferentes solamente.**  
No utilices muchas fuentes diferentes, pues tu texto se verá confuso y amontonado.

# Jerarquía en los textos.

## **BREAKING NEWS STORY.**

### *Sub-headline story description.*

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam blandit efficitur hendrerit. Donec at leo nibh. Pellentesque eleifend lacus ut leo varius pulvinar. Phasellus eu elit tempor, blandit turpis vitae, auctor metus. Nunc lorem ac magna euismod, eget mollis ornare vehicula. Cras faucibus urna augue, non egestas sem vestibulum a. Integer porta sollicitudin fermentum.

Morbi at diam vitae massa ornare ullamcorper. Morbi ut nisl ut urna mattis venenatis vel auctor leo. Ut et diam eu nisl luctus pretium sodales in elit. Curabitur sagittis, metus consequat sagittis lacinia, libero lacus vulputate metus, ut bibendum felis lacus vitae urna. Aliquam vulputate, lacus ac ultrices egestas, nulla felis porta arcu, ac convallis metus felis in turpis. Donec orci turpis, tincidunt sodales ante id, ultrices dignissim elit.

## **Another story here.**

### *Sub-headline story description.*

Ut tempor neque sagittis velit vehicula, eu varius enim elit rutrum. Nullam ex sapien, posuere a auctor facilisis, porta sit amet urna. Quisque ultrices scelerisque erat non sodales.



## **Breaking news story.**

### **Sub-headline story description.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam blandit efficitur hendrerit. Donec at leo nibh. Pellentesque eleifend lacus ut leo varius pulvinar. Phasellus eu elit tempor, blandit turpis vitae, auctor metus. Nunc lorem ac magna euismod.

## **Nivel 1:**

Es la que contiene la información más importante, tiene que ser visible inmediatamente (titulares generalmente).

## **Nivel 2:**

Es la información que ayuda a dividir la información en bloques o grupos. No debe de resaltar tanto como la fuente principal (sub encabezados).

## **Nivel 3:**

Es donde se desarrolla el artículo, debe ser fácil de leer.

# Jerarquía en los textos.

## NO HIERARCHY

On the Moon!  
'A Giant Leap' for All of Man-  
kind Americans First to Walk on  
Dead Lunar Surface  
Space Center, Houston —  
Lorem ipsum dolor sit amet, ut  
alia ludus evertitur vel, pri ut  
maiorum maluisset. Eam ut  
mucius option dissentiet. Ex  
graece labore eirmod sit. Per-  
fecto incorrupte no sea. Eius  
utroque periculis eos te. Aliquip  
molestie perpetua eum ex, sumo  
laudem deseruisse mel no. Libris  
tacimates antiopam pri at. Sea  
no fugit exerci partiendo.

## LIMITED HIERARCHY

ON THE MOON!  
*'A Giant Leap' for All of  
Mankind*  
Americans First to Walk on  
Dead Lunar Surface  
Space Center, Houston —  
Lorem ipsum dolor sit amet, ut  
alia ludus evertitur vel, pri ut  
maiorum maluisset. Eam ut  
mucius option dissentiet. Ex  
graece labore eirmod sit. Per-  
fecto incorrupte no sea. Eius  
utroque periculis eos te. Aliquip  
molestie perpetua eum ex, sumo  
laudem deseruisse mel no. Libris  
tacimates antiopam pri at.

## IMPROVING...

ON THE MOON!  
*'A Giant Leap' for All of  
Mankind*  
**Americans First to Walk on  
Dead Lunar Surface**  
Space Center, Houston — Lorem  
ipsum dolor sit amet, ut alia ludus  
evertitur vel, pri ut maiorum malu-  
isset. Eam ut mucius option dissen-  
tiet. Ex graece labore eirmod sit.  
Perfecto incorrupte no sea. Eius  
utroque periculis eos te. Aliquip  
molestie perpetua eum ex, sumo  
laudem deseruisse mel no. Libris  
tacimates antiopam pri at.

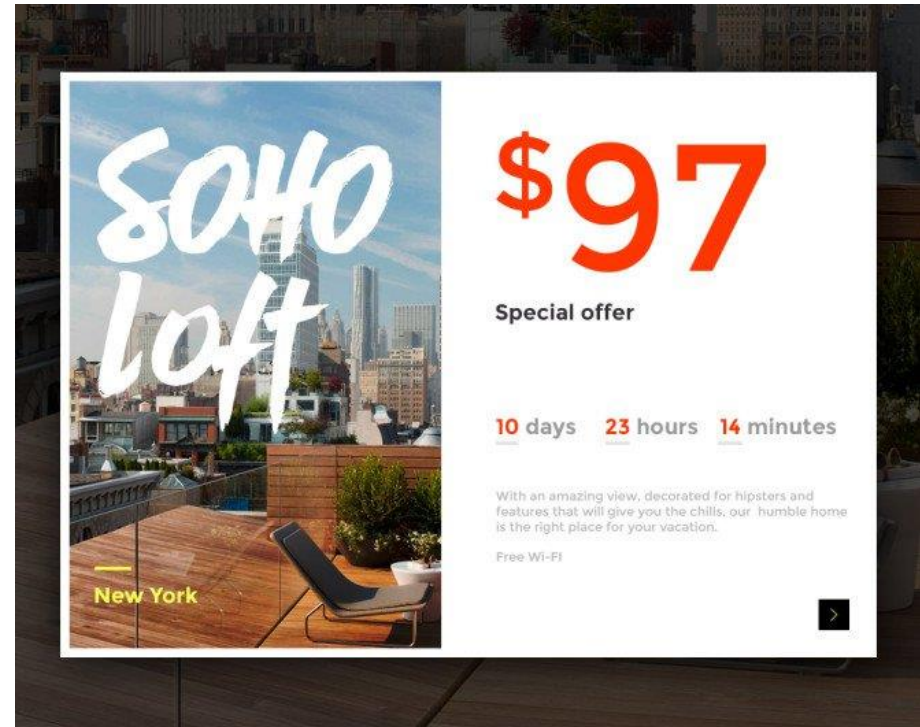
## MUCH BETTER!

**ON THE MOON!**  
*'A Giant Leap' for  
All of Mankind*  
**Americans First to Walk on  
Dead Lunar Surface**  
Space Center, Houston — Lorem  
ipsum dolor sit amet, ut alia ludus  
evertitur vel, pri ut maiorum malu-  
isset. Eam ut mucius option dissen-  
tiet. Ex graece labore eirmod sit.  
Perfecto incorrupte no sea. Eius  
utroque periculis eos te. Aliquip  
molestie perpetua eum ex, sumo  
laudem deseruisse mel no. Libris  
tacimates antiopam pri at.



## Como crear jerarquía en los textos:

1. Ajuste al tamaño de tu fuente.
2. Elige fuentes contrastantes (no para los textos nivel 3)
3. Experimenta con diferentes estilos y pesos.
4. Agrega color.
5. Proximidad. Dejar los textos que tienen relación juntos.
6. Juega con el espacio blanco.
7. Juega con la orientación.



Ejemplo en: ajuste de tamaño, fuentes contrastantes, color, estilo, proximidad, espacio blanco.

- PLEASE JOIN US IN SHOWERING -

# REBECCA BLAIR

WITH LOVE AND BEST WISHES FROM ALL OF US

HOSTED BY  
STEWART & ASSOCIATES

MAY 08 2015

3:30 PM  
ON THE THIRD FLOOR

HORS D'OEUVRES AND CAKE WILL BE SERVED

REBECCA IS REGISTERED AT BED BATH & BEYOND

# Consejos.

Proporcional. 

Proporcional. 

Proporcional. 

1. No escalar la tipografía desproporcionalmente para distorsionar la letra.

2. Balancea los encabezados.

Balancea siempre los encabezados. 

Balancea siempre los encabezados. 

# Consejos.

## 3. Evita las viudas y huérfanas.

### Viudas y huérfanas

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam blandit efficitur hendrerit. Donec at leo nibh. Pellentesque eleifend lacus ut leo varius pulvinar. Phasellus eu elit tempor, blandit turpis vitae, auctor metus. Nunc lorem ac magna euismod, eget mollis ornare vehicula. Cras faucibus urna augue, non egestas sem vestibulum a. Integer porta sollicitudin fermentum. Duis eu augue aliquam, placerat neque non, pellentesque dui. Praesent non metus lectus. Mauris ut.

Morbi at diam vitae massa ornare ullamcorper. Morbi ut nisl ut urna mattis venenatis vel auctor leo. Ut et diam eu nisl luctus pretium sodales in elit. Curabitur sagittis, metus consequat sagittis lacinia, libero lacus vulputate metus, ut bibendum felis lacus vitae urna. Aliquam vulputate, lacus ac ultrices egestas, nulla felis porta arcu, ac convallis metus felis in turpis. Donec orci turpis, tincidunt sodales ante id, ultrices dignissim elit. Ut tempor neque sagittis velit vehicula, eu varius enim elit rutrum.

vel non est.

Vivamus nec posuere purus. Maecenas nec faucibus turpis. Mauris feugiat aliquam euismod. Sed euismod tortor quis metus volutpat, vel imperdiet ipsum ultrices. Aenean facilisis tortor quis sapien volutpat hendrerit. Morbi bibendum nisl eget massa congue, vitae placerat arcu porttitor. Mauris quis nunc vestibulum, vestibulum lectus non, consectetur purus. Sed aliquet odio et euismod molestie. Nam gravida suscipit ex, id feugiat ligula pretium nec. Vivamus eget odio mollis.

Soda Stereo fue una banda de rock argentina, considerada como una de las más influyentes e importantes bandas iberoamericanas de todos los tiempos y una leyenda de la música latina.



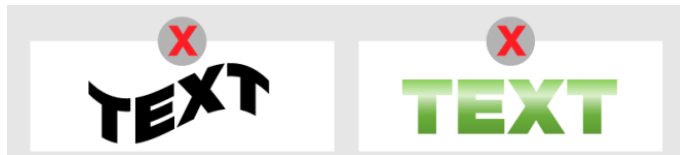
Soda Stereo fue una banda de rock argentina, considerada como una de las más influyentes e importantes bandas iberoamericanas de todos los tiempos y una leyenda de la música latina.



## 4. Separa los textos en sílabas correctamente.

# Consejos.

5. No agregues efectos que se vean baratos y que recuerden al wordart.



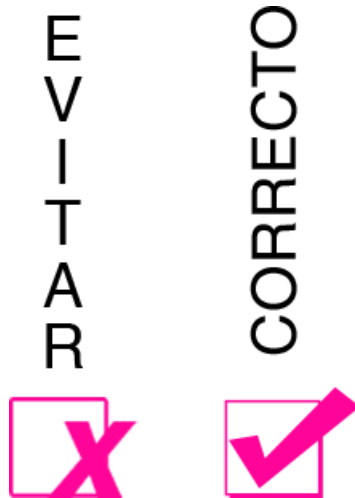
6. No utilices mayúsculas para redactar textos extensos pues dificulta la lectura y hace parecer que el autor está gritando. Úsalas en titulares o textos cortos.

EL PRIMER SONIDO DE SODA FUE INFLUENCIADO POR MÚSICOS Y BANDAS DE NEW WAVE COMO THE POLICE, ELVIS COSTELLO Y VIRUS, Y POR BANDAS DE POST-PUNK COMO TELEVISION, COMO SE VE EN SUS PRIMEROS CUATRO ÁLBUMES SODA STEREO (1984), NADA PERSONAL (1985), SIGNOS (1986) Y DOBLE VIDA (1988). EN SU PRIMER ALBUM, UNO DE LOS ESTILOS POR EL CUAL SE CARACTERIZABAN FUE EL NEW WAVE, Y EN MENOR MEDIDA, EL RITMO SKA. POCO A POCO SE CONVIRTIÓ EN UNA BANDA DE ROCK MÁS CRUDO ACERCÁNDOSE AL SONIDO ALTERNATIVO, Y CON EL TIEMPO RECIBIENDO INFLUENCIAS DE ROCK CLÁSICO, ROCK PROGRESIVO, SHOEGAZE, NEO PSICODELIA, BRITPOP Y LA MÚSICA ELECTRÓNICA.



# Consejos.

## 7. Evita el empleo de textos verticales.



## 8. Marca el inicio del siguiente párrafo ya sea con un espacio o un renglón.

El primer sonido de Soda fue influenciado por músicos y bandas de new wave como The Police, Elvis Costello y Virus, y por bandas de post-punk como Television, como se ve en sus primeros cuatro álbumes Soda Stereo (1984), Nada Personal (1985), Signos (1986) y Doble Vida (1988).

En su primer album, uno de los estilos por el cual se caracterizaban fue el new wave, y en menor medida, el ritmo ska. Poco a poco se convirtió en una banda de rock más crudo acercándose al sonido alternativo, y con el tiempo recibiendo influencias de rock clásico, rock progresivo, shoegaze, neo psicodelia, britpop y la música electrónica.

# Consejos.



**10.** No uses mil maneras diferentes de enfatizar en un mismo párrafo (negritas, subrayado, mayúsculas, bold, etc.)

**9.** Elige una fuente versatil.

Que tenga variedad en pesos (regular, light, medium) y estilos (narrow, condensed, extended).

You don't **HAVE** to use every type of emphasis **all** at once.  
(One ~~or two~~ is enough.)

So PLEASE *don't*.  
It doesn't look nice.

# Consejos.

---



**12.** Por favor, evita estas fuentes. No realices trabajos utilizando alguna de ellas. *Quiérete y quíereme.*

Comic Sans  
Papyrus  
Curlz