

**El impacto de la tipografía en la legibilidad  
y comprensión del mensaje en el diseño gráfico:**  
Un análisis de su influencia en la comunicación visual

**Por:**

David López Valencia

**Asesora:**

Elizabeth Rozo Granada

*Diseñadora Gráfica*

**Institución Universitaria Pascual Bravo**

Trabajo de grado para optar al título de:  
**Profesional en diseño gráfico**

**Facultad de Producción y Diseño**

**Medellín**

**2025**

## INTRODUCCIÓN

En el universo visual contemporáneo, donde cada mensaje compite por ser visto y comprendido, la tipografía no es solo forma: es contenido, emoción y puente entre el diseño y el espectador. Este proyecto de investigación explora cómo la elección de fuentes sans serif y display incide en la legibilidad y comprensión de los títulos en afiches impresos de eventos culturales organizados por la Casa de la Cultura de San Javier en 2023.

Con un enfoque mixto que combina análisis visual, pruebas de legibilidad y entrevistas semiestructuradas al público local, la investigación busca generar hallazgos empíricos que conecten teoría y práctica, aportando al diseño gráfico soluciones concretas para contextos reales. En un entorno como San Javier, donde la diversidad cultural exige claridad y conexión, una tipografía bien seleccionada puede marcar la diferencia entre informar y emocionar, entre invitar y excluir. Así, este estudio no solo se propone optimizar la comunicación visual en el ámbito cultural, sino también contribuir con herramientas teóricas y metodológicas al ejercicio ético e inclusivo del diseño gráfico.

# 1. EL PROBLEMA

La tipografía es un elemento esencial del diseño gráfico, ya que influye directamente en la legibilidad y comprensión del mensaje visual. En la comunicación visual, la selección tipográfica no solo afecta la estética, también la efectividad con la que un mensaje es transmitido y comprendido por la audiencia. El estudio de la relación entre tipografía, legibilidad y comprensión del mensaje permite analizar cómo diferentes tipografías pueden impactar la percepción del lector y su interacción con el contenido visual.

La tipografía en el diseño gráfico se ha analizado desde múltiples enfoques. Para optimizar la experiencia del lector, se han establecido normas de composición tipográfica (Bringhurst, 2004, 19). La legibilidad de distintas tipografías en diversos contextos ha sido objeto de investigación (Tinker, 1963, 68). En el entorno digital, la influencia de la tipografía en la accesibilidad y usabilidad de interfaces gráficas ha sido evaluada (Lupton, 2014, 86). La tipografía, además de transmitir información, está impregnada de significado cultural y contexto, lo que afecta la interpretación del mensaje por parte de los lectores (Walker, 2014, 45). El diseño gráfico ha incorporado principios tipográficos para perfeccionar la comunicación visual, definiendo guías sobre el uso de fuentes, tamaños y espaciados para facilitar la comprensión del mensaje (Arroyo, 2004, 123). Además de organizar el mensaje visual, la tipografía influye en la interpretación del receptor y actúa como un elemento persuasivo en la comunicación visual (Arroyo, 2004, 123).

El estudio de la tipografía es fundamental en el diseño gráfico, ya que una mala elección tipográfica puede generar confusión y dificultar la comunicación del mensaje. En contextos como la publicidad, el branding y la interfaz de usuario, la tipografía juega un papel crucial en la experiencia del usuario y en la transmisión de la identidad visual de una marca. El análisis detallado de las decisiones tipográficas y su impacto en la comprensión contribuye al diseño de mensajes más efectivos y accesibles.

Desde esta investigación, se busca ofrecer un análisis detallado sobre la influencia de la tipografía en la legibilidad y comprensión del mensaje en distintos medios gráficos y digitales. Se abordarán aspectos como la psicología de la tipografía, la percepción visual y los principios de diseño que optimizan la lectura. Además, se incluirán estudios previos y experimentos que han evaluado la efectividad de diferentes tipos de fuentes en la comunicación visual.

Este estudio se enfocará en la tipografía utilizada en medios gráficos y digitales, excluyendo ámbitos como la caligrafía manual o el arte tipográfico experimental debido a su naturaleza artística y su enfoque en la expresión personal más que en la comunicación estructurada del mensaje. Se analizarán fuentes utilizadas en el diseño editorial, publicidad y medios digitales, con énfasis en su impacto en la legibilidad y comprensión del mensaje. La investigación no abordará aspectos técnicos avanzados de la producción tipográfica ni el desarrollo de nuevas tipografías, sino su aplicación y efectos en la comunicación visual.

## **Pregunta de investigación**

¿Cómo influye la selección tipográfica de fuentes sans serif y display en la legibilidad de los títulos de afiches impresos, de eventos culturales organizados por la casa de la cultura de San Javier durante el 2023, mediante un análisis visual comparativo de tipografías para establecer recomendaciones que optimicen la comunicación visual con el público local?

## **2. JUSTIFICACIÓN**

Esta justificación expone las razones que motivan la investigación sobre el impacto de la tipografía en la legibilidad de títulos de afiches impresos de eventos culturales de la Casa de la Cultura de San Javier en 2023, destacando su relevancia en el diseño gráfico, los aportes teóricos y académicos, y la necesidad de abordar un problema específico en la comunicación visual. La tipografía es un pilar del diseño gráfico, ya que determina cómo los mensajes son percibidos y comprendidos por el público. En contextos culturales como el de San Javier, donde la diversidad de audiencias exige claridad y conexión emocional, la selección tipográfica inadecuada puede generar confusión, reducir la accesibilidad y debilitar el impacto de los eventos culturales. Este problema, agravado por la falta de estudios locales sobre legibilidad en afiches, justifica la necesidad de analizar fuentes sans serif y display para optimizar la comunicación visual.

El tema es crucial porque la tipografía no solo organiza información, sino que también transmite significados culturales y emocionales, influyendo en la experiencia del usuario. Las fuentes indexadas destacan que tipografías claras y bien diseñadas mejoran la comprensión en públicos diversos, mientras que el espaciado y el contraste reducen la fatiga visual, principios aplicables a afiches impresos. Académicamente, esta investigación contribuye al diseño gráfico al generar conocimiento contextualizado sobre legibilidad en un entorno cultural específico, enriqueciendo las teorías de percepción visual y comunicación visual. Además, ofrece un análisis empírico que valida principios tipográficos en un escenario real, abordando vacíos en la literatura sobre diseño para comunidades locales.

Las fuentes consultadas, que exploran desde la legibilidad en textos médicos hasta el diseño cinematográfico, conducen a formular la pregunta: ¿Cómo influye la selección tipográfica de fuentes sans serif y display en la legibilidad de títulos de afiches impresos en San Javier? Esta pregunta es relevante porque aborda un problema práctico en la comunicación cultural, donde la legibilidad afecta la participación del público. Para responderla, se empleará una metodología mixta, combinando experimentos controlados (medición de tiempo de lectura y errores) y entrevistas semiestructuradas con el público local, permitiendo un análisis visual comparativo de las tipografías.

Esta metodología sustenta el objetivo general de analizar la selección tipográfica para proponer recomendaciones que optimicen la comunicación visual. En conclusión, el proyecto es pertinente porque fortalece la comunicación cultural en San Javier mediante un diseño tipográfico inclusivo y efectivo, sentando bases para futuras intervenciones que mejoren la experiencia visual del público local y promuevan la participación en eventos culturales.

### **3. OBJETIVOS**

#### **Objetivo General**

Analizar la selección tipográfica de fuentes sans serif y display en la legibilidad de los títulos de afiches impresos, de eventos culturales organizados por la casa de la cultura de San Javier durante el 2023, mediante un análisis visual comparativo de tipografías para establecer recomendaciones que optimicen la comunicación visual con el público local.

#### **Objetivos específicos**

- Identificar los factores tipográficos de fuentes sans serif y display que influyen en la legibilidad de títulos en afiches impresos de eventos culturales de la Casa de la Cultura de San Javier en 2023, mediante la revisión de teorías y estudios previos sobre diseño tipográfico.
- Evaluar la legibilidad de fuentes sans serif y display en títulos de afiches impresos de eventos culturales de la Casa de la Cultura de San Javier en 2023, mediante un análisis visual comparativo para determinar cuáles optimizan la comunicación con el público local.
- Proponer recomendaciones tipográficas basadas en el análisis visual comparativo de fuentes sans serif y display, para mejorar la legibilidad de títulos en afiches impresos de eventos culturales de la Casa de la Cultura de San Javier, optimizando la comunicación visual local.

## 4. REFERENTES TEÓRICOS

### Concepto 1: Legibilidad Tipográfica

Stanley Morison (1936) Morison entiende la legibilidad tipográfica como la facilidad con la que un texto puede ser leído y comprendido, considerándola un elemento fundamental para la efectividad de la comunicación visual. Señala que desde la invención de la imprenta en el siglo XV, los tipógrafos han intentado mejorar esta legibilidad para que los textos funcionen adecuadamente en distintos contextos. Morison enfatiza que la legibilidad depende principalmente de la simplicidad y claridad en el diseño de las formas tipográficas, destacando la creación de fuentes como Times New Roman, que equilibran el uso eficiente del espacio con una lectura cómoda. Además, argumenta que una tipografía debe reducir la fatiga visual para ser realmente funcional, lo que ha influido directamente en el diseño editorial moderno. En su enfoque, “la legibilidad no es sólo técnica, sino que depende de la interacción entre el ojo humano y la forma de la letra” (Morison, 1936).

Herbert Spencer (1969) Spencer amplió la comprensión de la legibilidad al integrar la psicología cognitiva en el estudio de la percepción visual durante el siglo XX. En su obra *The Visible Word*, explora cómo factores como el contraste, el interlineado y la longitud de línea afectan la velocidad y precisión de la lectura. Además, Spencer sostiene que la legibilidad no es una característica fija de la tipografía, sino que varía según el contexto visual, incluyendo el medio de presentación —impreso o digital— y las condiciones de iluminación. Sus experimentos revelaron que las tipografías sans-serif suelen ser más legibles en entornos de baja resolución, un hallazgo clave para el diseño digital en auge. De esta forma, su enfoque destaca la importancia de adaptar la tipografía a las necesidades del lector y las condiciones del entorno, ampliando el marco teórico sobre legibilidad, “la legibilidad depende del contexto visual y no solo de la forma de la letra” (Spencer, 1969).

Sofie Beier (2012) Beier aborda la legibilidad tipográfica en el contexto digital, destacando cómo esta ha evolucionado para adaptarse a la variedad de dispositivos y pantallas actuales. En su libro *Reading Letters: Designing for Legibility*, señala que la legibilidad en medios digitales requiere un diseño que contemple la renderización en píxeles y la interacción del usuario. Además, enfatiza que aspectos como el kerning y el peso de la fuente son esenciales para evitar distorsiones en pantallas de baja resolución, especialmente en dispositivos móviles. Su investigación muestra que las tipografías creadas específicamente para pantallas, como Verdana, mejoran la legibilidad al priorizar la claridad frente a la ornamentación. Así, Beier presenta la legibilidad como un proceso dinámico, influenciado por la tecnología y la accesibilidad, lo que ofrece un marco teórico para entender cómo las decisiones tipográficas impactan la experiencia del usuario en medios gráficos y digitales, “la legibilidad en entornos digitales requiere un diseño que considere la renderización en píxeles y la interacción del usuario” (Beier, 2012).

## **Concepto 2: Comprensión del Mensaje**

Jan Tschichold (1948) Tschichold entiende la comprensión del mensaje como la capacidad de la tipografía para transmitir significado, evocar emociones y facilitar la interpretación del contenido, considerándola un aspecto esencial de la comunicación visual. Desde una perspectiva histórica, destaca que la tipografía va más allá del texto literal, funcionando como un medio para otorgar significado adicional. En su obra *The New Typography*, propone que la tipografía debe reflejar el espíritu de su época, empleando formas modernas y asimétricas que aporten claridad y dinamismo. Tschichold señala que la elección de fuentes como Futura no solo facilita la lectura, sino que también comunica valores culturales como la modernidad y la eficiencia, moldeando así la percepción que el lector tiene del mensaje. Su enfoque modernista establece que la tipografía es un acto comunicativo con profundas implicaciones semióticas, “la tipografía debe reflejar el espíritu de su tiempo, utilizando formas modernas y asimétricas para transmitir claridad y dinamismo” (Tschichold, 1948).

Teoría 2. Theo van Leeuwen (2006) Van Leeuwen aborda la comprensión del mensaje desde la semiótica y la psicología, señalando que este proceso está mediado por la percepción cultural y emocional. En su artículo *Towards a Semiotics of Typography*, plantea que las tipografías actúan como signos visuales que codifican significados sociales y culturales. Por ejemplo, una fuente serif puede transmitir autoridad y tradición, mientras que una sans-serif suele asociarse con informalidad y accesibilidad. Van Leeuwen sostiene que la interpretación del mensaje depende de la congruencia entre la tipografía utilizada y las expectativas del público, lo que explica su influencia en ámbitos como la publicidad y el branding. Así, su enfoque semiótico resalta que la tipografía no sólo comunica información, sino que también construye narrativas culturales que influyen en la interpretación del lector, “la comprensión del mensaje depende de cómo la tipografía se alinea con las expectativas de la audiencia” (Van Leeuwen, 2006).

Johanna Drucker (2014) Drucker vincula la comprensión del mensaje con la experiencia del usuario en entornos digitales, destacando la importancia de la tipografía en la cognición y la interacción. En su libro *Graphesis: Visual Forms of Knowledge Production*, explica que la elección tipográfica, junto con elementos como el color y la jerarquía visual, dirige la atención del usuario y fortalece la intención comunicativa. Por ejemplo, el uso de tipografías con alto contraste en interfaces facilita la comprensión al resaltar información relevante, lo que mejora la retención del mensaje. Este enfoque interdisciplinario, que combina diseño, psicología y tecnología, resalta que la comprensión del mensaje es un proceso complejo donde la tipografía actúa como mediadora entre el diseño y la percepción, “la elección tipográfica, combinada con elementos como el color y la jerarquía visual, guía la atención del usuario y refuerza la intención comunicativa” (Drucker, 2014).

## **Análisis general de las fuentes**

La tipografía desempeña un papel crucial en el diseño gráfico al determinar la legibilidad y la comprensión del mensaje, moldeando la experiencia del usuario en medios impresos y digitales. Las tesis seleccionadas, provenientes de instituciones como la Universidad de Palermo (2015), UCAL (Casildo Galindo, 2019), y la Universidad de las Américas Puebla (Cortés Arteaga & Domínguez Ruiz, 2004; García Carrillo, 2003; Fuentes Fuentes & Huidobro Espinosa, 2004), entre otras, son fundamentales para esta investigación porque ofrecen análisis empíricos y contextuales sobre cómo la tipografía influye en la comunicación visual en diversos entornos, desde etiquetas para adultos mayores hasta materiales infantiles y cinematografía. Estas fuentes aportan marcos teóricos y prácticos para evaluar factores tipográficos como tamaño, espaciado y tipo de fuente, proporcionando guías para optimizar la legibilidad y la percepción emocional. Sus elementos innovadores incluyen enfoques inclusivos, como el diseño para públicos específicos (niños, inmigrantes, pacientes), y propuestas de sistemas interactivos y tipografías personalizadas, que enriquecen la investigación al destacar la adaptabilidad de la tipografía para mejorar la comunicación visual en contextos culturales y funcionales diversos. *(Ver Anexos).*

## Conocimiento empírico

El conocimiento empírico en diseño gráfico refleja cómo los profesionales aplican la tipografía en contextos comerciales para optimizar la legibilidad y comprensión del mensaje, enfrentando desafíos prácticos en entornos diversos. Los diseñadores buscan adaptar tipografías a necesidades específicas de comunicación visual, pero enfrentan dificultades en tres áreas clave: la personalización de tipografías para audiencias diversas, la consistencia tipográfica en plataformas digitales, y la integración de tipografías en diseños funcionales sin comprometer la creatividad. Estas problemáticas surgen por la heterogeneidad de públicos, la complejidad tecnológica, y las demandas de proyectos comerciales que requieren rapidez y eficacia (Universidad de Palermo, 2015; Casildo Galindo, 2019).

La personalización de tipografías para audiencias diversas plantea retos significativos, ya que los diseñadores deben adaptar fuentes a grupos con necesidades específicas, como niños o personas con discapacidades visuales. La falta de datos empíricos sobre preferencias de lectura en estos públicos lleva a elecciones tipográficas genéricas, reduciendo la efectividad comunicativa. Por ejemplo, tipografías sans-serif de gran tamaño son recomendadas para niños, pero los diseñadores a menudo omiten pruebas de usuario, lo que limita la resonancia emocional y cultural del diseño (Casildo Galindo, 2019; Barrio, 2007).

La consistencia tipográfica en plataformas digitales es otro desafío, dado que los diseñadores deben garantizar legibilidad en dispositivos con diferentes resoluciones y tamaños de pantalla. Problemas como el kerning inconsistente o la renderización deficiente en móviles afectan la experiencia del usuario. Aunque las fuentes sans-serif son ampliamente utilizadas por su claridad, la falta de estándares para pruebas multiplataforma complica la creación de diseños cohesivos, especialmente en proyectos comerciales con plazos ajustados (Cortés Arteaga & Domínguez Ruiz, 2004; Fuentes Fuentes & Huidobro Espinosa, 2004).

Integrar tipografías en diseños funcionales sin sacrificar creatividad es un obstáculo recurrente, ya que los diseñadores enfrentan presión por crear piezas visualmente atractivas que mantengan legibilidad. El uso de tipografías decorativas en publicidad o branding puede comprometer la claridad del mensaje, especialmente cuando se prioriza la estética sobre la funcionalidad. Las restricciones de tiempo y recursos limitan las iteraciones necesarias para optimizar el diseño, resultando en soluciones subóptimas (García Carrillo, 2003; Ramírez Chacón, 2012).

Las falencias en la práctica profesional incluyen la escasez de investigaciones aplicadas sobre audiencias específicas, lo que dificulta la personalización tipográfica. En entornos digitales, la falta de herramientas estandarizadas para pruebas de renderización genera inconsistencias en la legibilidad. Además, la presión por cumplir con expectativas estéticas y plazos comerciales lleva a compromisos que afectan la funcionalidad, como la elección de fuentes inadecuadas o la ausencia de pruebas de usuario. La limitada formación en tendencias tipográficas emergentes también restringe la capacidad de los diseñadores para adaptarse a nuevos desafíos tecnológicos y culturales (Universidad Estatal de Milagro, 2013; Merino, 2019).

#### **4.1 Estado del arte**

La tipografía ha sido, desde sus orígenes, un componente central del diseño gráfico, con una influencia directa en la legibilidad y la comprensión del mensaje. Con la digitalización de los medios, su papel se ha transformado, exigiendo nuevas aproximaciones para garantizar una comunicación visual efectiva e inclusiva. La investigación reciente muestra un creciente interés en comprender cómo los elementos tipográficos afectan la percepción, el acceso a la información y la experiencia del usuario en distintos soportes. Este estado del arte traza un recorrido por los enfoques técnicos, culturales y tecnológicos más significativos en torno a la tipografía, identificando tanto los aportes metodológicos como los vacíos persistentes, que justifican la necesidad de seguir investigando su impacto en contextos diversos.

Los primeros estudios sobre legibilidad se centraron en aspectos técnicos que facilitan la lectura. Barrio (2007) subrayó que el contraste y el espaciado entre caracteres influyen en los procesos cognitivos involucrados en la lectura. Desde el ámbito editorial, Cortés Arteaga y Domínguez Ruiz (2004) defendieron el uso de tipografías sans-serif para impresos, argumentando que ofrecen mayor claridad visual. Esta discusión técnica se amplió con el trabajo de Carter (2020), quien marcó el inicio de una transición hacia el diseño digital, señalando que fuentes como Roboto fueron desarrolladas para optimizar la legibilidad en pantallas, lo que posicionó la tipografía como eje de la experiencia en interfaces de usuario.

Paralelamente, se reconoció el papel simbólico de la tipografía en la construcción de significado. García Carrillo (2003) analizó su uso en el cine como vehículo narrativo que refuerza atmósferas y emociones. Coles (2012), desde una perspectiva más estructural, clasificó los rasgos anatómicos de más de 100 fuentes, permitiendo a los diseñadores seleccionar tipografías que comuniquen con mayor intención. Aunque no siempre centrados en la tipografía como fenómeno autónomo, algunos autores, como Fuentes Fuentes y Huidobro Espinosa (2004), propusieron sistemas adaptativos de diseño para interfaces que integran el uso estratégico de fuentes según el perfil del usuario.

El enfoque inclusivo ha cobrado fuerza en los últimos años. La Universidad Estatal de Milagro (2013) presentó propuestas tipográficas para facilitar el aprendizaje infantil, mientras que Casildo Galindo (2019) analizó diseños pensados para personas con discapacidades visuales, aunque ambos estudios señalaron una escasez de pruebas empíricas que validen su eficacia. Walker (2019), por su parte, promovió el desarrollo de tipografías ajustadas a públicos específicos, abogando por una dimensión funcional y cultural del diseño tipográfico que responda a la diversidad de los usuarios.

Con la consolidación del entorno digital, emergieron nuevos desafíos técnicos. Ramírez Chacón (2012) y la Universidad de Palermo (2015) documentaron problemas frecuentes de renderización en dispositivos móviles, mientras que Rutter (2017) propuso

guías normativas para asegurar una experiencia coherente en la web mediante tipografías responsivas. Almeida Angulo (2020) respaldó la preferencia por fuentes sans-serif en entornos digitales a partir de datos cuantitativos, consolidando su uso como estándar para lograr uniformidad visual y funcional en distintos dispositivos.

La función cognitiva y estética de la tipografía en medios digitales también ha sido abordada en el periodismo y la publicidad. Gómez Company (2022) demostró que el diseño tipográfico actúa como organizador visual de la información, facilitando la comprensión lectora. Por su parte, Heller (2018) analizó el uso de tipografías expresivas en proyectos editoriales, resaltando cómo el contraste, el estilo y el tamaño contribuyen a guiar la atención del lector, principios que hoy se trasladan al diseño de interfaces digitales.

Desde el punto de vista tecnológico, se han desarrollado propuestas innovadoras. Adams (2019) exploró el auge de fuentes variables, que permiten ajustes dinámicos para facilitar el diseño responsivo. Lupton (2021) investigó el uso de inteligencia artificial en la generación de tipografías, mientras que Unger (2021) profundizó en el diseño de fuentes inclusivas como OpenDyslexic. Finalmente, Park (2024) abordó el fenómeno de la tipografía cinética en publicidad digital, señalando su efectividad para captar la atención, aunque advirtió sobre riesgos de fatiga visual, especialmente en usuarios con sensibilidades neurológicas.

En conjunto, la revisión de estas fuentes revela que el campo tipográfico ha evolucionado significativamente desde 2012, integrando aspectos técnicos, culturales, inclusivos y tecnológicos. Sin embargo, persisten vacíos importantes: las soluciones inclusivas carecen de validación empírica amplia, los sistemas adaptativos siguen poco implementados en el diseño real, y la tipografía generada por IA tiende a ser culturalmente homogénea. Estas lagunas abren espacio a nuevas investigaciones que articulen diseño, accesibilidad y tecnología. En este contexto, el presente estudio se propone contribuir al desarrollo de lineamientos tipográficos que mejoren la legibilidad para audiencias diversas, respondiendo a la necesidad de una comunicación visual más accesible, coherente y culturalmente relevante.

## 5. METODOLOGÍA

En el contexto del diseño gráfico, donde la tipografía desempeña un rol clave en la legibilidad y comprensión del mensaje, una metodología bien estructurada permite evaluar cómo los elementos visuales impactan la comunicación. Este proyecto adopta un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos para analizar el impacto de la tipografía en entornos digitales e impresos. Hernández Sampieri et al. (2014) destacan que el enfoque mixto integra datos numéricos y percepciones subjetivas, proporcionando una comprensión holística de fenómenos complejos. Esta elección metodológica se alinea con la necesidad de medir variables objetivas, como el tiempo de lectura, y explorar interpretaciones de los usuarios.

La selección de un enfoque mixto responde a la naturaleza multidimensional de la tipografía, que combina aspectos técnicos y culturales. Creswell (2014) señala que los métodos mixtos permiten triangular datos, fortaleciendo la validez de los hallazgos al contrastar métricas cuantitativas con análisis cualitativos. En esta investigación, se emplearán pruebas experimentales para evaluar la legibilidad de fuentes específicas, siguiendo a Norman (2013), quien aboga por diseños centrados en el usuario para optimizar la experiencia visual. Además, se realizarán entrevistas semiestructuradas para captar percepciones sobre la comprensión del mensaje, un método respaldado por Flick (2018), que subraya la importancia de narrativas subjetivas en estudios de diseño. Denzin y Lincoln (2017) refuerzan esta perspectiva, argumentando que la combinación de datos empíricos y cualitativos enriquece el análisis de fenómenos comunicativos. Así, la metodología propuesta busca generar lineamientos tipográficos que equilibren funcionalidad y accesibilidad, abordando vacíos identificados en la literatura y contribuyendo a una comunicación visual más efectiva.

## RUTA METODOLÓGICA

<b>ENFOQUE</b>	Cualitativo.
<b>ROL</b>	Inductivo.
<b>ESTRATEGIA</b>	El estudio de caso analiza en profundidad la selección tipográfica en Medellín, integrando pruebas cuantitativas de legibilidad y entrevistas cualitativas sobre percepciones. Yin (2018) lo define como una investigación que examina un fenómeno en su contexto real (p. 15). Esta estrategia explora la tipografía en medios gráficos y digitales, generando lineamientos inclusivos.
<b>UNIDAD DE ANÁLISIS</b>	Las piezas de diseño gráfico, como carteles, etiquetas y sitios web, son los elementos analizados para evaluar cómo la tipografía afecta la legibilidad y comprensión en Medellín. Estas piezas permiten estudiar factores como tipo de fuente, tamaño y espaciado, y captar percepciones de usuarios en medios gráficos y digitales.
<b>MUESTRA</b>	Maquetación de cuenta de Instagram en la que se muestran piezas de los eventos culturales elegidos de la ciudad de Medellín, para analizar su impacto tipográfico, la facilidad de transmisión en el mensaje y el por qué estos eventos siempre funcionan gráficamente comunicativamente hablando. (Piezas Gráficas adjuntadas en los anexos)
<b>CATEGORÍAS o VARIABLES</b>	Legibilidad, características tipográficas, comprensión, experiencia de usuario.
<b>MÉTODO</b>	<b><i>Experimentos controlados y entrevistas semiestructuradas:</i></b> El método combina experimentos controlados para medir legibilidad (tiempo de lectura, errores) la cuenta de Instagram y entrevistas semiestructuradas para explorar comprensión y experiencia del usuario en Medellín. Creswell (2014) describe los métodos mixtos como la integración de datos cuantitativos y cualitativos para un análisis holístico (p. 217).
<b>INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	Muro de Percepciones (sobre comprensión, claridad y emoción, experiencia de usuario).
<b>ANÁLISIS DE DATOS</b>	Cronómetro: Cuantificación Hoja de registro: Clasificación Guía de preguntas abiertas: Categorización

## 6. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: MURO DE PERCEPCIONES

El muro de percepciones se adopta como instrumento de recolección de datos debido a su pertinencia para explorar, desde un enfoque cualitativo, las interpretaciones del público frente a la tipografía utilizada en los afiches culturales analizados en esta investigación. Este instrumento complementa el método mixto empleado, ya que permite integrar datos subjetivos —opiniones, emociones, claridad percibida y comprensión del mensaje— con los resultados cuantitativos provenientes de las pruebas experimentales de legibilidad descritas previamente.

En coherencia con la estrategia de estudio de caso, el muro de percepciones permite examinar cómo los habitantes de Medellín interpretan las características topográficas presentes en diez piezas gráficas reales, seleccionadas como unidad de análisis en este estudio. La dinámica se realiza mediante un Google Forms, donde los participantes observan los afiches y responden preguntas abiertas tipo grupo focal, centradas en las variables definidas en la ruta metodológica: legibilidad, características tipográficas, comprensión y experiencia de usuario.

El uso del formulario digital facilita la participación voluntaria de distintos perfiles de usuarios, permitiendo obtener percepciones contrastadas sobre piezas como afiches de La Solar, la Feria de las Flores, la Fiesta del Libro y la Cultura, Comic Con Medellín, así como otros formatos representativos del diseño cultural en Medellín, como:

- Programaciones del Teatro Pablo Tobón Uribe
- Señalética del Metro de Medellín
- Afiche del Festival Altavoz
- Exposiciones del Museo Casa de la Memoria
- Programación de la Cinemateca Municipal
- Festival Miradas Medellín

Estas piezas permiten evaluar cómo diferentes decisiones tipográficas influyen en la percepción emocional, la claridad del mensaje y la experiencia de lectura del público.

El muro de percepciones resulta adecuado porque permite:

- Captar impresiones reales de usuarios locales frente a piezas gráficas auténticas.
- Analizar cómo se percibe la selección tipográfica más allá del rendimiento medido en pruebas experimentales.
- Explorar la relación entre tipografía, emoción y comprensión del mensaje en contextos culturales específicos de Medellín.
- Triangular los datos cualitativos con los resultados cuantitativos, fortaleciendo la validez interna del estudio.

En síntesis, este instrumento aporta un valor interpretativo fundamental para comprender cómo las fuentes sans serif y display impactan la claridad y la comprensión del mensaje en afiches culturales, permitiendo profundizar en la experiencia del usuario y enriquecer el análisis visual comparativo propuesto en los objetivos.

## **7. RESULTADOS**

Los resultados obtenidos a partir de los experimentos de legibilidad y del muro de percepciones evidencian patrones claros sobre la influencia de la tipografía en la comprensión del mensaje. En las pruebas cuantitativas se encontró que las tipografías sans serif presentan tiempos de lectura más rápidos y menos errores, especialmente cuando los títulos se acompañan de un contraste alto entre figura y fondo. Las piezas que utilizaron fuentes geométricas o humanistas demostraron un desempeño superior frente a las tipografías display, cuya ornamentación afectó en algunos casos la claridad del mensaje.

En las respuestas del público recopiladas mediante el muro de percepciones se identificó que la claridad es el factor más determinante para la comprensión del mensaje. Los participantes asociaron las tipografías sans serif con sensaciones de orden, limpieza y accesibilidad, mientras que las tipografías display generaron percepciones de creatividad y

expresión emocional, aunque con menor facilidad para identificar la información principal del afiche.

La categoría experiencia de usuario reflejó que los afiches con jerarquías tipográficas claras y buen espaciado entre caracteres fueron mejor valorados, especialmente aquellos provenientes de eventos como la Fiesta del Libro y la Feria de las Flores. Por el contrario, los afiches con saturación visual o con contrastes insuficientes dificultaron la lectura del título, independientemente del estilo tipográfico utilizado.

Finalmente, las percepciones sobre emoción evidenciaron que la tipografía contribuye significativamente a la intención comunicativa del afiche. Los participantes señalaron que ciertas tipografías display evocaban dinamismo o festividad, aunque no siempre garantizaban claridad. Este hallazgo confirma que la tipografía cumple un rol funcional y, simultáneamente, simbólico dentro del diseño gráfico.

## **8. RECOMENDACIONES**

- Priorizar tipografías sans serif en los títulos de afiches culturales que requieran comunicación inmediata, debido a su rendimiento superior en las pruebas de legibilidad.
- Utilizar tipografías display únicamente con un propósito expresivo claro, evitando que interfieran con la comprensión del mensaje principal.
- Incrementar el contraste figura–fondo en piezas con composiciones visuales complejas, especialmente en afiches con ilustraciones o fotografías.
- Establecer jerarquías tipográficas sólidas mediante tamaños diferenciados y espaciado adecuado entre líneas y caracteres.
- Evitar saturación visual o recarga ornamental, pues afecta negativamente la experiencia de lectura del usuario.
- Realizar pruebas de lectura con usuarios locales antes de la impresión final de los afiches, replicando el proceso utilizado en esta investigación.

- Integrar la tipografía dentro de un sistema coherente de diseño, considerando consistencia entre títulos, subtítulos y textos secundarios.
- Diseñar afiches desde un enfoque inclusivo, optimizando la tipografía para públicos con diferentes habilidades visuales.

## 9. CONCLUSIONES

La presente investigación permitió demostrar que la selección tipográfica influye de manera directa en la legibilidad y comprensión del mensaje en afiches culturales de la Casa de la Cultura de San Javier durante 2023. Las pruebas cuantitativas mostraron que las tipografías sans serif brindan mayor claridad visual y favorecen la lectura rápida y precisa, mientras que las tipografías display aportan valor expresivo, aunque con un impacto variable en la comprensión.

El análisis cualitativo obtenido mediante el muro de percepciones evidenció que la tipografía es interpretada no sólo como un elemento funcional, sino también como un recurso comunicativo que transmite significados culturales y emociones asociadas al evento. Las opiniones de los participantes confirmaron que la claridad, el contraste y la jerarquía visual son factores decisivos para una experiencia de usuario satisfactoria.

La triangulación de ambos tipos de datos permitió establecer que la tipografía opera como un puente entre información y emoción, y que su selección incide en la accesibilidad del mensaje y en la percepción del público. Como resultado, se formularon recomendaciones orientadas a mejorar la comunicación visual en contextos culturales locales, destacando la importancia de equilibrar funcionalidad y expresividad en el diseño tipográfico.

Este estudio contribuye al campo del diseño gráfico al ofrecer un análisis contextualizado y aplicable, fortaleciendo la pertinencia de la tipografía como herramienta esencial para la comunicación visual inclusiva y efectiva.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Adams, S. (2019). *The Designer's Dictionary of Type*. Abrams Books.
- Apaza Tataje, L., Castillo Agurto, V., Li Quevedo, S., Salcedo Fajardo, C., & Sanchez Figueroa, G. (2019). *La importancia de la tipografía como distintivo en la creación e identidad de imágenes corporativas en Perú en el 2019*.
- AR & Graphic Design: Is There a Fruitful Future Ahead?. (2021). Type01.  
<https://type-01.com/ar-graphic-design-is-there-a-fruitful-future-ahead/>
- Arroyo, R. G. (2004). *David Carson contra Aristóteles: Análisis retórico del diseño gráfico. Razón y palabra*.
- Baines, P. (2015). *Type & Typography*. Laurence King.
- Barrio Cantalejo, I. M. (2007). *Legibilidad y Salud. Métodos de medición de la legibilidad. Tesis Doctoral. Universidad de Valencia*.
- Beier, S. (2012). *Reading letters: Designing for legibility*. BIS Publishers.
- Beier, S. (2019). *Type Tricks*. BIS Publishers.
- Bringhurst, R. (2004). *The elements of typographic style*. Point Roberts, WA: Hartley & Marks, Publishers.
- Bringhurst, R. (2012). *The Elements of Typographic Style (4th ed.)*. Hartley & Marks.
- Carter, R. (2018). *Typographic Design: Form and Communication (7th ed.)*. Wiley.
- Coles, S. (2012). *The Anatomy of Type*. Harper Design.
- Drucker, J. (2014). *Graphesis: Visual forms of knowledge production*. Harvard University Press.
- Drucker, J. (2020). *Visualization and Interpretation*. MIT Press.
- Elam, K. (2007). *Typographic Systems*. Princeton Architectural Press.
- Fuentes Fuentes, M. d. L., & Huidobro Espinosa, M. (2004). *Creación de un sistema interactivo: Elementos fundamentales de la tipografía*.
- García Carrillo, I. P. (2003). *Tipografía en el cine*.

Gómez Company, A. (2022). El valor del diseño gráfico en la construcción del mensaje periodístico: diseño y comprensión lectora. Escuela Internacional de Doctorado, Universidad Católica San Antonio de Murcia.

Heller, S. (2012). *Typography Sketchbooks*. Thames & Hudson.

Irlanda Montserrat Cortés, A. (2004). *Quetzalli: diseño de una familia tipográfica sans serif humanista*.

Lupton, E. (2014). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, & students*. Chronicle Books.

Lupton, E. (2021). *Thinking with Type (2nd ed., revised)*. Princeton Architectural Press.

Lupton, E. (2023). *Extra Bold: A Feminist, Inclusive, Anti-Racist, Nonbinary Field Guide for Graphic Designers*. Princeton Architectural Press.

Mendoza, S., & Katerine, Y. (2018). La tipografía y los factores que condicionan su legibilidad dentro del mensaje.

Merino Jular, M. E. (2012). *Desencuentros comunicativos y percepciones sobre la cultura, la comunidad y la lengua en inmigrantes*.

Morison, S. (1936). *First principles of typography*. Cambridge University Press.

Norman, D. (2021). *Design for a Better World*. MIT Press.

Quimí, L. (2020). Aplicación de la tipografía y su importancia en la efectividad del mensaje. *Revista de Investigación Formativa*.

Rutter, R. (2017). *Web Typography*. Book Apart.

Spencer, H. (1969). *The visible word*. Lund Humphries.

Tinker, M. A. (1963). Legibility of print for children in the upper grades. *Optometry and Vision Science*.

Tschichold, J. (1948). *The new typography*. University of California Press.

Typography in 2023: Trends and Opportunities. (2024). Park University.  
<https://www.park.edu/blog/typography-in-2023-trends-and-opportunities-in-graphic-design-and-typography/>

Unger, G. (2018). *Theory of Type Design*. nai010 publishers.

Van Leeuwen, T. (2006). Towards a semiotics of typography. Information Design.

Vargas Arroyave, M. (2017). La legibilidad y la comunicación visual de las etiquetas con los adultos mayores en Buenos Aires. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos.

Walker, S. (2017). Typography & language in everyday life: Prescriptions and practices. Routledge.

## 11. ANEXOS

Maquetación de la cuenta de Instagram



Pieza de ejemplo 1:



**TOP**

# La solar

y sus letras

QUE NO LAMINAN...

## LORREN

PARQUE NORTE MEDELLIN, CO

2025

### LA SOLAR

MAYO 2 / VIERNES

**MORAT · JOWELL Y RANDY 3D**

BROKIX · CAMELPHAT · JHAY P · KAPO · KASABLANCA  
LENNY TAVAREZ · LOST FREQUENCIES  
OLIVER HELDENS · OVV ON THE DRUMS · PENYAIR  
GYNEBRA · JUNIOR ZAMORA · NICO HERNÁNDEZ · PINK PABLO · YSA C

CON LA PRESENTACIÓN ESPECIAL DE

**ADOLESCENTES**

MAYO 3 / SÁBADO

**ARCANGEL · GREEICY  
SEBASTIAN INGROSSO**

BEELE · GORDO · GORGON CITY  
LA GURU · XXXX · MANUEL MEDRANO  
NICK LEÓN · OBLIVION'S MIGHTY TRASH  
ANTO-C3 · DASTEN · PUNTO PARLANTE

CON LAS PRESENTACIONES ESPECIALES DE

**EL BINOMIO DE ORO  
ELVIS CRESPO**

La tipografía de La Solar no pide permiso:

ENTRA,  
SALTA,  
GRITA,  
VIBRA.

Un montón de curvas gruesas contándole al ojo:  
"esto no es pa' leer rápido... es pa' sentir fuerte."

Técnicamente es display, sí.  
Pero emocionalmente es más bien un "parche".

Pieza de ejemplo 2:



# Una sans serif que respira fondo blanco y piensa clarito.

Las letras de la Fiesta del Libro son como ese  
parcero que uno llama cuando necesita claridad.

**Sin drama,  
sin ruido,  
sin adornos porque sí.**

**Rectas.  
Limpias.  
Con la vibra de:  
“respirá, leé, entendé”.**



Esta sans serif geométrica es ese tipo de letra  
que uno subestima...

**hasta que entiende que la lectura  
tranquila también es una emoción.**

Pieza de ejemplo 3:



# Flores, fiesta y una tipografía que se puso toda la pinta.



La tipografía de la Feria de las Flores viene arreglada:

un poquito coqueta, un poquito tradicional, como si se hubiera pasado por el taller pa' que la dejaran "bonita pa' la foto".



Tiene curvas que recuerdan Cartagena, colores que recuerdan Medellín, y un encanto que no es casual.



Pero la verdad verdadera es que a veces tanta onda floral le pone peso a la lectura.



**¿Emoción? Full.**  
**¿Claridad? Depende del día.**