



---

La  
TIPOGRAFIES

Llança

# Com ens afecta la tipografia en la lectura?

---

**Dàlia Rajmil Bonet**

Barcelona. Diumenge, 14 de maig de 2017

4 minuts

---



---

## La Llança

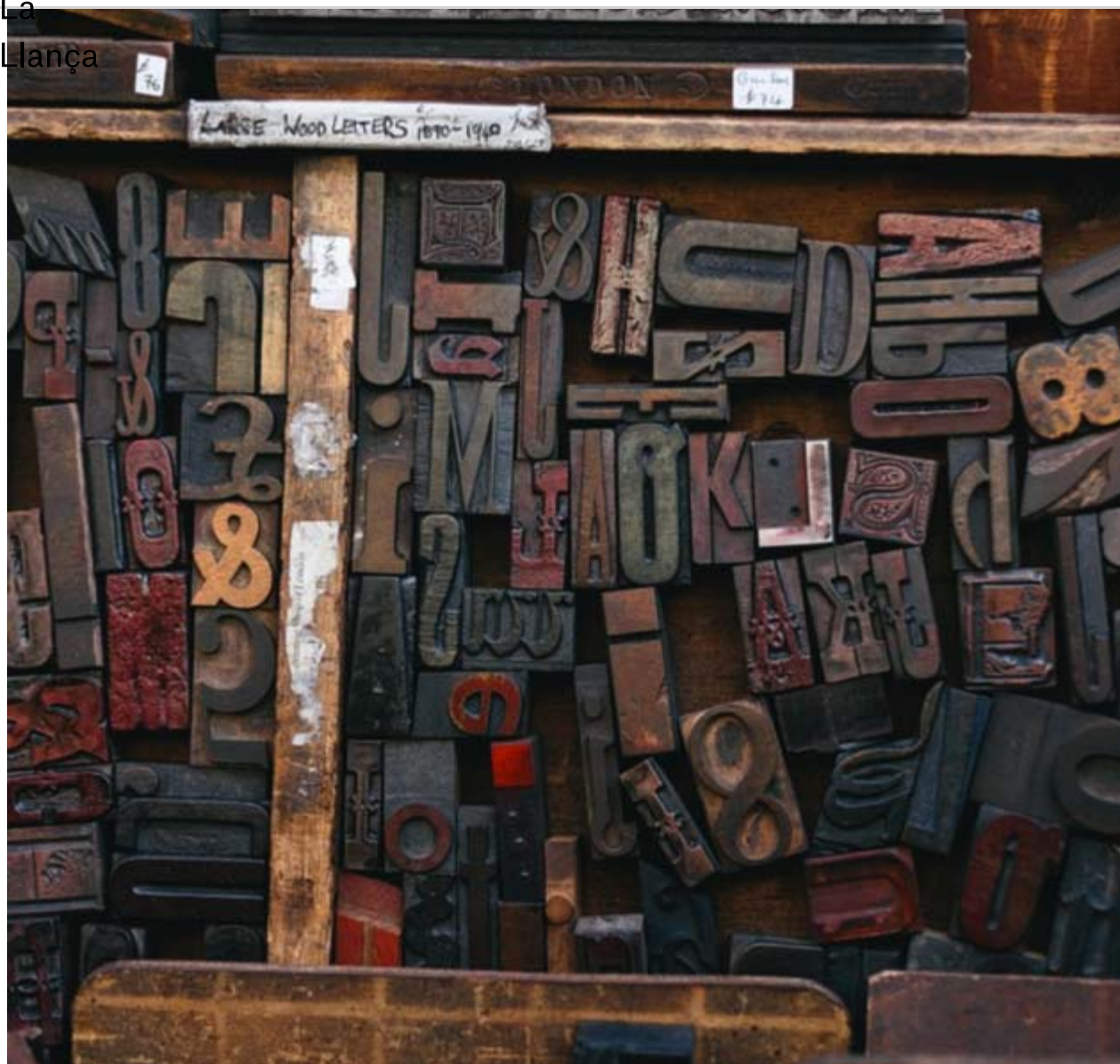
---

El disseny tipogràfic respon a un concepte i a la transmissió d'una idea. En siguem conscients o no, el tipus de font pot determinar la percepció del missatge.

Les paraules viuen dins nostre. Les verbalitzem per expressar allò que pensem o sentim, i les escrivim perquè perdurin en el temps. Aquí és on Umberto Eco diria que "el text és un objecte que la interpretació construeix en el curs de l'esforç circular de validar-se a si mateixa". No obstant, el que ens ocupa és la lectura, l'experiència visual de digerir paraules. I la lectura no existiria per a nosaltres si no fos pel testimoni de les tipografies, que ens han acompanyat des de temps de Gutenberg fins a dia d'avui, convertides en còmplices de la transformació tecnològica.

## N

La  
Llança



## Llegibilitat

És palès que la primera virtut d'un text, ja sigui d'un llibre, d'un cartell, o d'una web, és la seva **llegibilitat**; és a dir, que es pugui llegir de forma fàcil i natural, sense requeriments d'esforç per part del lector. "La tipografia serveix al text tal com la copa de cristall al vi: ha de ser transparent i permetre'ns gaudir, res més", resumeix Inês Castel-Branco, dissenyadora gràfica i responsable de la col·lecció infantil de [Fragmenta](#).

Quants cops hem abandonat un llibre o ni tan sols hem arribat a agafar-lo perquè, senzillament, l'hem obert i ens hem vist incapaços d'afrontar una pàgina atapeïda o una font il·legible? Aquí és on rau la importància de la tipografia. "Però no és l'únic

element que ens facilitarà la lectura". apunta Castel-Branco. També cal tenir en

**N**

La que al centre; **l'interlineat**, que ha de ser proporcionat d'acord amb el cos de la font; **Llança** la claredat en la **jerarquia dels títols i subtítols**; la **diferenciació de mida** entre el text principal i les citacions o les notes, la **successió de paràgrafs**, la relació amb les imatges, la numeració...".

A la part purament gràfica s'hi suma la vessant sensitiva o intuïtiva, on Julia von Fraunberg, dissenyadora gràfica del [Grup 62](#), assegura que si no t'hi dediques costa de percebre, però sí que hi és. "No ens n'adonem però una tipografia pot transmetre amabilitat, duresa, modernitat, nostàlgia, etc."

## Tipus de tipus

El primer de tot seria diferenciar quins tipus de tipografies ens podem trobar i on. A la portada d'un llibre li demanem que, amb o sense imatge que l'acompanyi, ens cridi l'atenció per comprar-lo, fent al·lusió a la compra per impuls, i al text de l'interior serà més aviat el contrari, voldrem que ens faciliti la lectura i que pràcticament passi desapercibuda.

"Per a un text llarg sempre utilitzem una **romana**, com la Garamond o la Caslon, perquè és més agradable a la vista i les lletres estan lligades, les línies són més femenines", raona Martí Abril, dissenyador gràfic i col·laborador d'[Editorial Mediterrània](#). En canvi, les tipografies de **pal sec**, com l'Helvètica o la Futura, "són més simples i contundents, més masculines", observa.

Però un cop feta la divisió principal, hi intervenen altres connotacions. De la mateixa manera que les formes transmeten idees i qualitats, les tipus també ho poden fer. Així, exposa Abril, "dins de les romanes, la Bodoni és la més estilitzada, sofisticada i elegant, i la fan servir per a molts perfums, com la Baskerville, que s'utilitza molt per moda, o la Didot, a la qual l'editorial Gallimard és tan fidel". La Times, comenta, són un cas curiós, "perquè es va crear expressament pel diari *The Times* perquè volien diferenciar-se d'altres capçaleres i ho van fer creant la seva pròpia tipografia, tot i que avui dia molts dissenyadors la considerin avorrida o poc sofisticada. En el seu dia hauria estat símbol de modernitat".

Les convencions gràfiques de les tipografies han perdurat durant dècades, però l'arribada de les noves tecnologies hauria transformat els nostres hàbits de lectura i,

per consegüent. també els pactes no escrits quant al disseny dels textos. Això és. la

**N**

La tipografia en las revistas (Index Book, 2010), és conscient d'aquesta transformació, fins al punt que assumeix que la tipografia funciona com un sistema: "Va més enllà del tipus escollit i la seva aplicació en un suport determinat. Cada cop més llegim en webs i les seves aplicacions *responsives*, i això fa que anem cap a una situació en què el dissenyador ha de tenir bons coneixements de les eines i materials que els permetran fer servir la tipografia com un sistema. El dissenyador, per tant, ha de treballar amb principis tipogràfics que hauran de ser vàlids en tots els suports".



### Què transmet una tipo

I en el terreny emocional, on ens pot portar una tipografia? Ens pot ajudar a identificar-la amb un públic determinat? La resposta és sí, o al menys seria la intenció. Tant en llibres com en el món de les revistes, a vegades les fonts poden fins i tot substituir les imatges, tal com explica Angelina Casals, dissenyadora gràfica de la revista *Women's Health*. "La tipografia ho pot transmetre tot. Si va dirigida a un públic jove pot ser més arriscada, amb una composició més manual i una mida més petita. En canvi, si és per un públic més adult o més culte, demana que la mida sigui més gran i la lletra més romana".

En definitiva, la morfologia de les lletres són el passaport que ens farà volar a una

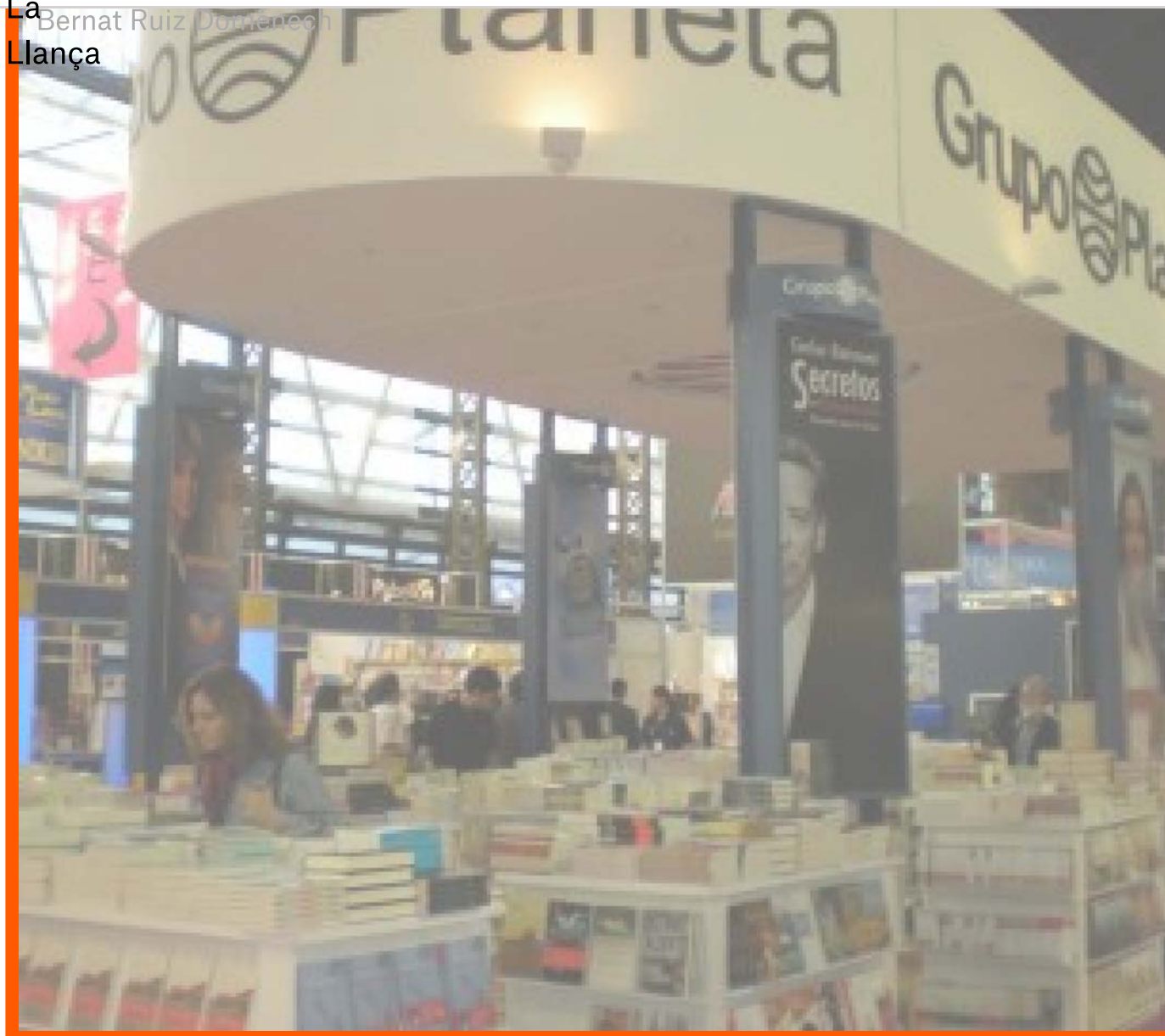
**N**

La conjunt del plat, malgrat que no puguis identificar-les, això és la tipografia a un text",  
Llança acotà Von Fraunberg.



**N**

La Bernat Ruiz Domènech  
Llança



---

---

Les altres notícies

**N**ADUNITA

**ORINÓ**

Llana Forns i Ricart  
Llança

Marta Fortas

