****

 Tipografía

Dafne Isabel Sosa Jiménez

María Fernanda Campos Román

Cartel Tipográfico

Diseño Grafico

Comitán de Domínguez Chiapas

****

**Britannic bold** es una familia tipográfica sans-serif que fue vendida en tipo metal por Stephenson Blake. Se trata de un diseño sans-serif "modulado" o estresado, en el que las líneas verticales son claramente más gruesas que las horizontales. El Museo Klingspor informa que fue creado originalmente por la fundición Wagner & Schmidt de Leipzig, Alemania. En su diseño, está pensado para títulos, anuncios y letreros en lugar de texto de cuerpo continuo. Stephenson Blake lo publicitó como "la nota correcta para un panel publicitario o de exhibición.

Una versión condensada de Britannic, mostrada en una hoja de muestra de fotocomposición.

Dado que Stephenson Blake no continuó sus operaciones con las fuentes digitales, diferentes empresas han lanzado una variedad de digitalizaciones de diferentes pesos y anchos de Britannic. Algunas versiones incluyen un peso condensado en mayúsculas. El peso en negrita, digitalizado por URW, se incluye con algunos programas de Microsoft, como Office. Un comentario irónico sobre el diseño, presumab

Este rostro interesante siempre despierta opiniones acaloradas. Algunos, como el escritor, siempre han colocado a Britannic Bold firmemente en la categoría llamada 'Monumentalmente sobrevalorado'. Otros juran por él. De hecho, una encuesta realizada a un gran costo (entre tres personas) encontró que dos de cada tres pensaban que Britannic Bold era magnífico. Y no puede ser del todo malo, habiendo comenzado su vida en la renombrada fundición tipográfica Stephenson Blake, y haber sobrevivido al Rothbury de la misma fundición, que para la mayoría de la gente es probablemente indistinguible.

**Tahoma** es una [tipografía](https://en.wikipedia.org/wiki/Typeface) [sans-serif humanista](https://en.wikipedia.org/wiki/Sans-serif#Humanist) que [Matthew Carter](https://en.wikipedia.org/wiki/Matthew_Carter) diseñó para [Microsoft Corporation](https://en.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Corporation). Microsoft la distribuyó por primera vez, junto con [Verdana](https://en.wikipedia.org/wiki/Verdana) de Carter, como una [fuente de computadora](https://en.wikipedia.org/wiki/Computer_font) con [Office 97](https://en.wikipedia.org/wiki/Office_97).

Si bien es similar a [Verdana](https://en.wikipedia.org/wiki/Verdana), Tahoma tiene un cuerpo más estrecho, [contadores](https://en.wikipedia.org/wiki/Counter_%28typography%29) más pequeños, un espaciado entre letras mucho más estrecho y un conjunto de caracteres [Unicode](https://en.wikipedia.org/wiki/Unicode) más completo. Carter primero diseñó Tahoma como una [fuente de mapa de bits](https://en.wikipedia.org/wiki/Computer_font#Bitmap_fonts), luego "envolvió cuidadosamente" los contornos [TrueType](https://en.wikipedia.org/wiki/TrueType) alrededor de esos mapas de bits. Carter basó el peso en negrita en un ancho de doble píxel, lo que lo hace más cercano a un peso pesado o negro. A diferencia de otras tipografías sans-serif, incluida [Arial](https://en.wikipedia.org/wiki/Arial), la "I" mayúscula (ojo) se distingue de la "l" minúscula (ell), lo cual es especialmente importante en las publicaciones técnicas. Desde 2010, [Ascender Corporation](https://en.wikipedia.org/wiki/Ascender_Corporation) ha ofrecido versiones en cursiva y [versalitas](https://en.wikipedia.org/wiki/Small_caps) de Tahoma.

Tahoma a menudo se compara con [Frutiger](https://en.wikipedia.org/wiki/Frutiger_%28typeface%29), otra tipografía sans-serif humanista. En una entrevista con Daniel Will-Harris, Carter reconoció que Tahoma tiene algunas similitudes con su anterior tipografía [Bell Centennial](https://en.wikipedia.org/wiki/Bell_Centennial).

La familia tipográfica Tahoma fue nombrada después del nombre [nativo americano](https://en.wikipedia.org/wiki/Indigenous_peoples_of_the_Americas) del [estratovolcán](https://en.wikipedia.org/wiki/Stratovolcano) [Mount Rainier](https://en.wikipedia.org/wiki/Mount_Rainier) (Monte Tahoma), que es una característica prominente del paisaje del sur alrededor del área metropolitana de [Seattle](https://en.wikipedia.org/wiki/Seattle).

**Eras,** también conocida como **Eras ITC,** es una [tipografía](https://es.wikipedia.org/wiki/Tipograf%C3%ADa) [sans-serif](https://es.wikipedia.org/wiki/Palo_seco) [humanista](https://es.wikipedia.org/wiki/Clasificaci%C3%B3n_tipogr%C3%A1fica) diseñada por Albert Boton (París, 17 de abril de 1932) y Albert Hollenstein (Lucerne, 1930 – 1974), y publicada por la [diseñadora de tipos](https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa_dise%C3%B1adora_de_tipos) [International Typeface Corporation](https://es.wikipedia.org/wiki/International_Typeface_Corporation) (ITC) en 1976. Eras está distribuida bajo la licencia de la [diseñadora de tipos](https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa_dise%C3%B1adora_de_tipos) [Linotype](https://es.wikipedia.org/wiki/Linotype).

Una característica distintiva de Eras es por su leve inclinación de 3 grados hacia la derecha. Eras sigue la normativa de la ITC de aumentar la [altura x](https://es.wikipedia.org/wiki/Altura_de_la_x) en todos los pesos desde el ligero hasta ultra negrita. Debido a que todos los pesos están inclinados ligeramente, la fuente no incluye [cursivas](https://es.wikipedia.org/wiki/Bastardilla). Eras también se distingue por sus curvas abiertas en los [glifos](https://es.wikipedia.org/wiki/Glifos) **a,** **P,** **R,** **6** y **9.** La letra **W** cambia de una forma de 'doble V' en las variantes más ligeras a la forma W estándar en las variantes más negras.

La tipografía ha sido ampliamente utilizada por [Telecom Italia Mobile](https://es.wikipedia.org/wiki/Telecom_Italia) como tipografía corporativa. TIM dejó de usar la fuente en 2016. También se utilizó en el logotipo oficial de la [Copa Mundial de la FIFA 1998](https://es.wikipedia.org/wiki/Copa_Mundial_de_la_FIFA_1998)​, en los [créditos finales](https://es.wikipedia.org/wiki/Cr%C3%A9ditos_finales) de la película [*Caddyshack*](https://es.wikipedia.org/wiki/Caddyshack) y en los [videojuegos](https://es.wikipedia.org/wiki/Videojuego) [*Tekken Tag Tournament*](https://es.wikipedia.org/wiki/Tekken_Tag_Tournament), [*Jet Ion GP*](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Jet_Ion_GP&action=edit&redlink=1) y [*Championship Manager 01/02*](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Championship_Manager_01/02&action=edit&redlink=1) . La [American Broadcasting Company (ABC)](https://es.wikipedia.org/wiki/American_Broadcasting_Company) utilizó la fuente en sus gráficos promocionales durante la primera mitad de la década de 1980. Se puede ver una versión modificada de la fuente en la portada del álbum de 1981 [*No Sleep 'til Hammersmith*](https://es.wikipedia.org/wiki/No_Sleep_%27til_Hammersmith) de la banda de rock británica [Motorhead](https://es.wikipedia.org/wiki/Motorhead).

La tipografía del cartel le da una legibilidad ya que es fácil de leer desde una distancia razonable ya que esto ayuda a que el mensaje llegue a las personas sin esfuerzo, también tiene el impacto visual ya que las letras captan la atención de los espectadores de inmediato, tiene espacio y equilibrio ya que la tipografía es seleccionada ya que se complementa con otros elementos visuales en el cartel ya que esto asegura una equilibrada y armonioso la jerarquía visual ya que tiene diferentes tamaños de y estilos de letras el color de la tipografía también juega con un papel crucial ya que los colores pueden evocar emociones particulares y deben ser elegidos para complementar el mensaje aparte de la estética las letras también deben ser funcionales. Esto incluye asegurarse que sean comprensibles para el público objetivo, El espacio negativo es el espacio vacío alrededor de los elementos en un cartel. Aunque pueda parecer insignificante, el espacio negativo juega un papel importante en la legibilidad y claridad del mensaje. Utilizar el espacio negativo de manera adecuada puede ayudar a resaltar los elementos clave y facilitar la comprensión del mensaje. Identidad y branding. Los carteles también desempeñan un papel crucial en la construcción de la identidad de una marca o evento. A través del diseño gráfico, se pueden crear carteles que reflejen los valores, la personalidad y el estilo de una marca, ayudándola a destacarse y diferenciarse de la competencia. Un buen cartel puede convertirse en un símbolo reconocible que fortalezca la identidad visual de una marca y ayude a consolidar su presencia en el mercado. Un cartel efectivo debe transmitir el mensaje de manera clara y concisa. El texto debe ser breve y directo, utilizando frases cortas y palabras clave para captar la atención del espectador rápidamente. Los carteles desempeñan un papel esencial en el diseño gráfico y la comunicación visual. Su capacidad para captar la atención, transmitir información de manera efectiva, generar interés y reforzar la identidad de marca los convierte en una herramienta valiosa para promocionar eventos, productos o servicios. Además, su capacidad para comunicarse de manera rápida y concisa hace que sean una elección popular para transmitir mensajes importantes de manera visualmente atractiva.