

Libro%2520s%25C3%25ADntesis%2520-%2520Revisi%25C3%25B3n%2520final%2520completa.pdf&rct=j&frm=1&q=&esrc=s&sa=U&ei=RQHfU4m1L6XfsATbn4LwBg&ved=0CBQQFjAA&sig2=2DDxNGdKBipp0swwYVWhw&usg=AFQjCNHa0FZlztK7MRYP9HaVccx\_nlbNKQ

Montico, S. (2009). *Percepción de las condiciones ergonómicas del aula universitaria. Instrucciones para el diseño, construcción y renovación de espacios de instrucción. Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Rosario. Argentina.* Disponible en: <http://www.fcagr.unr.edu.ar/Investigacion/revista/rev15/4.htm>

Pérez, R. (2013). *Arquitectura y gestión organizacional del espacio educativo en la construcción del aprendizaje. Tesis de maestría. Departamento de Educación, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela.* Disponible en: <http://saber.ucv.ve/jspui/handle/123456789/6304>

**Abstract:** Globalization and technological advances pose major challenges for higher education in terms of its integration into a global market and its competitiveness in this new context. New teaching techniques and the incorporation of technological equipment into the training process require consideration of new pedagogical and architectural aspects to be incorporated into the modernization of educational infrastructure. Bolivia is currently undergoing technological change thanks to the Túpac Katari satellite, which allows us to have better access to information and expand our coverage, thus impacting national education. New educational proposals to improve the teaching-learning process (PEA), such as providing laptops to secondary school students, aim to train professionals on par with other countries, who are globally capable and competent. These reasons allow us to question some aspects of the mission and vision of Bolivian universities, which is to contribute to science and technology through professionals of excellence with the capacity to solve national problems.

**Keywords:** Educational environment—higher education—Bolivian universities.

**Resumo:** A globalização e os avanços tecnológicos apresentam grandes desafios para o Ensino Superior no que diz respeito à sua inserção no mercado global e à sua competitividade neste novo contexto. As novas técnicas de ensino e a incorporação de equipamentos tecnológicos no processo de formação obrigam a considerar novos aspectos pedagógicos e arquitetônicos a serem incorporados à modernização da infraestrutura educacional. A Bolívia vive hoje uma mudança tecnológica, a partir do satélite Túpac Katari, que nos permite ter um melhor acesso à informação e ampliar nossa cobertura, incidindo assim na educação nacional, nas novas propostas educativas para melhorar o processo de ensino-aprendizagem (PEA), como o fornecimento de computadores portáteis aos alunos do ensino médio, com o objetivo de formar profissionais a par de outros países, capazes e competentes globalmente. Essas razões permitem questionar alguns aspectos da missão e da visão da universidade boliviana, que é contribuir para a ciência e a tecnologia, por meio de profissionais de excelência, com capacidade para resolver os problemas nacionais.

**Palavras-chave:** Habitat educacional — ensino superior — universidade boliviana.

(\* **Gareca Apaza, Mireya Lauren.** Licenciada en Arquitectura de la U.S.F.X., con diplomados en Diseño Arquitectónico Sustentable, Patrimonio, Diseño interiorista sustentable, Paisajismo e Investigación Científica, especialista en Diseño de Interiores, magister en Investigación Científica con Doctorado en Ciencias de la Educación. Investigadora desde hace 11 años, expositora en congresos nacionales e internacionales. Maestrante en Energías Renovables y Eficiencia Energética. Docente titular de la Facultad de Arquitectura y Ciencias del Hábitat de la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier en la carrera de Diseño de Interiores. Docente de Pre y Posgrado de Metodología de Investigación. Publicaciones realizadas a nivel local e internacional en líneas de investigación de arquitectura educativa, paisajismo patrimonial, medio ambiente y jardinería sustentable.

## La importancia de la ortotipografía en la enseñanza de diseño

Nixon Yamid Rodríguez Baquero y Camilo Cornejo (\*)

Actas de Diseño (2025, julio),  
Vol. 50, pp. 163-166. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2022  
Fecha de aceptación: mayo 2025  
Versión final: julio 2025

**Resumen:** Reflexionar que en la enseñanza del diseño es importante el estudio de las normas ortotipográficas del lenguaje escrito, por ejemplo, el uso adecuado de las negritas, cursivas, versalitas, entre otras, y demás atributos que enriquecen el texto, y que son herramientas eficaces para consolidar mensajes escritos y visuales. Debe incluirse esta temática desde la propuesta del currículo académico de los programas de diseño gráfico y unas rúbricas de evaluación pertinentes al tema.

**Palabras clave:** Ortotipografía – enseñanza del diseño – diseño gráfico – lenguaje escrito.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 166]

## Introducción

A lo largo de las siguientes líneas se planteará un análisis acerca de la importancia que tienen las normas ortotipográficas dentro del ámbito del Diseño Gráfico y por qué, tanto los profesionales (novatos y diestros) como los estudiantes de esta área no deberían ser ajenos a todos los conocimientos de los usos y normas del lenguaje escrito que servirán de herramienta para enriquecer sus procesos comunicativos y creativos en los que se involucran textos. Para empezar, es importante saber y entender que la ortotipografía es la “palabra con la que designamos la parte de la ortografía técnica que se ocupa del estudio y aplicación de las reglas de escritura tipográfica; es decir, el conjunto de reglas por que se rige la confección de un impreso mediante recursos tipográficos” (Martínez de Sousa, 2014). Y es que toda grafía dentro de un texto cuenta con una serie de características básicas, pero que pueden ser alteradas con la finalidad de destacarlas dentro de un grupo de grafías por medio de atributos tales como, las comillas, las negritas, las versalitas, entre otras, las cuales siempre deben tener una intencionalidad en el uso y deberían estar regidas por unos lineamientos o preceptos que no debemos desconocer como diseñadores gráficos y como comunicadores visuales. Y es que,

(...) la ortotipografía estará presente allí donde haya textos, signos, símbolos, etc. y todos ellos aparecen (o al menos pueden hacerlo) en gran cantidad de mensajes gráficos. El diseñador, en cuanto comunicador, ha de conocer las normas que rigen la ortotipografía con el fin de saber obtener todo el potencial expresivo que una familia tipográfica contiene (Marín Álvarez, 2017).

## La ortotipografía y la sociedad actual

Asignar atributos al texto precisa conocer la intencionalidad del mensaje que se le quiere enviar al receptor dentro del proceso comunicativo que se establece desde que se moldea la idea en el proceso creativo y que después se plasma en las distintas piezas gráficas. En este sentido la idea y la materialización de esta cumplen la función comunicativa siempre y cuando se respeten todos los preceptos de cada elemento dispuesto en la composición gráfica, incluidos los textos. Entonces, es aquí donde la efectividad de la transmisión de la información y del mensaje recae en el diseñador y en las decisiones que este tome a nivel textual y que por ende significarán un triunfo o un fracaso dentro del resultado gráfico que persigue y el mensaje que busca transmitir. Ahora, y según Martínez de Sousa (2014),

...piénsese que en la actualidad prácticamente toda la información escrita que recibimos nos llega en forma de letra impresa: libros, diarios, revistas, letreros, muestras comerciales, paneles indicadores, etcétera, o digitalizada: ordenador, correo electrónico, Internet... Hasta ahora no era imprescindible saber por qué una palabra o frase, de pronto, en un contexto de letra normal o redonda, aparecía escrita en cursiva, ver-

salita, negrita o una combinación de varias de estas clases de letras. Hoy este conocimiento es imprescindible si queremos profundizar en los valores que las palabras y las frases adquieren al dejar de escribirse en letra normal.

De este modo, la dinámica de mercado en la sociedad actual rodea a los seres humanos a diario con infinidad de piezas gráficas que en muchos casos están compuestas con textos y grafías que tienen el propósito de comunicar algo, de transmitir un mensaje, pero, además, buscan captar la atención del consumidor, intentando de manera eficaz que el mensaje provoque una reacción y tenga recordación. Desde que nos despertamos en la mañana hasta que nos vamos a descansar en la noche estamos en contacto con el lenguaje escrito, con piezas gráficas y, por ende, inmersos en un ambiente comunicativo.

## La ortotipografía y la academia

Por otro lado desde la academia se tienen claras las competencias que el comunicador visual debe adquirir para realizar una labor profesional, enmarcada en unos preceptos que le van a guiar y facilitar el camino para obtener piezas gráficas que comuniquen de manera acertada la información y los mensajes, atendiendo a las necesidades gráficas y de consumo que manifiesta la sociedad y el mercado.

Así mismo en los preceptos en los que más se hace énfasis desde las aulas de la academia son aquellos relacionados con los usos cromáticos idóneos, elementos conceptuales de forma y composición, pero a nivel textual como, por ejemplo, las normas del lenguaje escrito o de la escritura tipográfica (ortotipografía) no se ahonda lo suficiente, a pesar de que esta temática también es parte esencial dentro del proceso comunicativo que se genera desde la necesidad de transmitir por medio de una pieza gráfica un mensaje.

En línea con lo anterior y con el ánimo de mostrar una vista en perspectiva de la realidad dentro del campo de la comunicación visual, “es extraño que haya pocas escuelas de diseño gráfico interesadas en la gramática y la ortografía, ya no digamos la ortotipografía; porque el diseñador gráfico y el diseñador editorial, este último con mayor razón, tienen el deber de presentar sus mensajes con la mayor precisión y pureza, estrictamente dentro de lo que marcan las reglas del lenguaje escrito. Así, no solo deben conocer al dedillo —o, por lo menos, ser competentes— en el uso de las reglas ortotipográficas: usos de las cursivas, negritas, versalitas, cifras, manejo de los diversos signos tipográficos, etcétera” (de Buen Unna, 2014).

Por tanto desde la academia no se brinda la guía, será muy difícil que el diseñador gráfico como parte de su cometido profesional adquiera de forma autónoma la teoría y los conocimientos acerca de las normas ortotipográficas, porque simplemente no dilucidará la real importancia que tienen estos saberes dentro de la función que debe cumplir como comunicador.

En el caso contrario, que sea instruido desde la academia, tendrá a su disposición más herramientas para tomar decisiones a nivel de comunicación gráfica, visual y escrita con conocimiento de causa, podrá argumentar racionalmente las decisiones tomadas cuando de textos se trate y con facilidad planteará soluciones a todos los problemas de comunicación que deberá resolver, que según el entorno en el que labore, serán muchos y de diversa índole.

Además, cuando el egresado se vincula laboralmente al sector productivo ya sea en una empresa o inicia proyectos profesionales de manera independiente, podrá evidenciar o no que desconoce los usos y convenciones que rigen la escritura por medio de elementos tipográficos dando lugar a errores en los textos que componen sus piezas gráficas, lo cual repercute negativamente en el mensaje que se busca transmitir, dando la sensación de un resultado descuidado, sumado a un muy posible inconformismo tanto del cliente contratante como de los consumidores de los productos o servicios para los que se realizaron las piezas gráficas.

De manera que, si el diseñador gráfico es comunicador, no puede desligarse del lenguaje escrito ya que es inherente a su perfil profesional y su responsabilidad implica conocer y hacer buen uso de ese conocimiento lingüístico dentro de sus proyectos.

Por lo anterior, es importante que desde la academia (los coordinadores y docentes de los programas académicos) den mayor espacio a la exploración, al repaso y la puesta en práctica de todo lo relacionado con las normas ortotipográficas y del lenguaje, invitando al estudiante a profundizar e interesarse en el estudio de estas temáticas las cuales sí o sí otorgarán más herramientas competitivas a los futuros profesionales de la comunicación visual y escrita.

### La ortotipografía y el diseñador

Otro punto de vista es en una entrevista, Zimmermann decía: "Para mí el diseñador es un intérprete. Un cliente que tiene un problema de comunicación pide la ayuda de un diseñador. Este cliente tiene que informar al diseñador a qué tipo de público quiere llegar, si es hombre, mujer, cuáles son las características sociales, intelectuales, etc. Y luego el cliente tiene que decirme cuál es la idea que quiere transmitir a este grupo. El trabajo del diseñador es interpretar esta información verbal en signos que deberán ser interpretables por el grupo en el que nos enfocamos".

En línea con lo anterior, el diseñador debe ser un curioso innato, un gran observador y un enamorado de los detalles, para que pueda lograr interpretar las ideas y llevarlas a un escenario gráfico funcional, pero también, si se requiere, al escenario textual donde quizás el diseñador ya no se encuentra tan cómodo porque no sabe cómo acortar la distancia que encuentra entre la comunicación visual y la escrita, debido a que esta última no se aborda a profundidad en el proceso formativo de su área del conocimiento desde las aulas de la academia.

### La ortotipografía y los idiomas foráneos

En cuanto a la manera informal y descomplicada de escribir por medio de las redes sociales, que puede ser derivada de las prisas por comunicar y a que ahora contamos dentro de la expresión escrita digitalizada con elementos gráficos tales como los emoticonos y memes para acompañar el texto o sustituirlo, puede que permee y de alguna manera afecte el resultado de los textos escritos en otros escenarios como el profesional. Y aquí cabe señalar una preocupación personal, y es la normalización que se le está dando a ciertos comportamientos tipográficos que o bien, son derivados de la escritura despreocupada o heredados de idiomas como el inglés que cada vez gana espacio en la forma de comunicarnos de manera escrita en el idioma español.

El inglés no solo se ha colado, por derecho propio, en la jerga de la edición, sino que desde hace un largo tiempo ha dejado sentir su poderosa influencia y prestigio en la ortotipografía. Aparte, la popularización de libros de fama bien merecida, como *The Elements of Typographic Style*, del diseñador y poeta canadiense Robert Bringhurst, ha venido a añadir un nuevo componente en forma de cánones y criterios que están traspasando las fronteras naturales de esas obras. Algunas de las recomendaciones y modelos pensados para las ediciones inglesas se están trasladando al español en una muy inadecuada e injustificada adquisición. Estas cosas ponen en riesgo el delicado equilibrio de cualquier tradición tipográfica (de Buen Unna, 2014).

### La ortotipografía como conocimiento de valor

Acerca del profesional en el ámbito que sea, en el caso que pueda aportar plusvalía a un proyecto o a una empresa a partir de los conocimientos transversales que pueda demostrar, se convierte en pieza importante y destacable. Así que adquirir más conocimiento es sinónimo de triunfo y será un elemento diferenciador ante sus colegas competidores dentro de un salvaje y cada vez más exigente y competitivo mercado laboral.

Puesto que un comunicador que no sepa las normas de su lengua nativa está destinado a ser uno más de los egresados que engrosan la lista de desempleados debido a las carencias con las que egresó del ámbito académico porque quizás no tiene más que ofrecer como plusvalía ahí afuera. Sin contar que haya una escasez de oferta laboral, pero eso es otro tema. El punto aquí es que el profesional y ahora sí, en el caso del diseñador gráfico, debe demostrar que tiene las competencias para comunicar eficazmente de manera visual pero también escrita. Debido a que "el trabajo que realiza el diseñador es captar, entender y asimilar un código, el cual varía según las necesidades del emisor, las cualidades del receptor y el manejo de las distintas interpretaciones que pueden llegar a sufrir dichos mensajes" (Bernal Peñaloza, 2013). Sí o sí, el diseñador debe poseer un conocimiento más amplio de la comunicación escrita.

**Referencias bibliográficas**

- Martínez de Sousa, J. (2014). Ortografía y ortotipografía del español actual (3.<sup>a</sup> ed., corregida). Ediciones Trea.
- de Buen Unna, J. (2014). Manual de diseño editorial (5.<sup>a</sup> ed. actualizada). Ediciones Trea.
- Marín Álvarez, R. (2017). Ortotipografía para diseñadores. Editorial Gustavo Gili.
- Bernal Peñaloza, J. (2013). El Diseño Gráfico: ¿Contribución al consumismo? Revista Legado de Arquitectura y Diseño, núm. 14, julio-diciembre, pp. 29-40.
- Yedgar, A. (2012). Interview to Yves Zimmermann. Barcelona: TM Research Archive. <http://www.tm-research-archive.ch/interviews/yves-zimmermann/>

**Resumo:** Refletir que, no ensino do design, é importante o estudo das normas orto tipográficas da linguagem escrita, por exemplo, o uso adequado de negrito, itálico, versalete, entre outros, e outros atributos que enriquecem o texto e que são ferramentas eficazes para consolidar mensagens escritas e visuais. Este tema deve ser incluído na proposta do currículo acadêmico dos programas de design gráfico e em rubricas de avaliação pertinentes ao tema.

**Palavras-chave:** Ortotipográfica – ensino do design – design gráfico – linguagem escrita.

**Abstract:** It is important to reflect on the fact that in design education, it is important to study the orthotypographical rules of written language, for example, the proper use of bold, italics, small caps, among others, and other attributes that enrich the text and are effective tools for consolidating written and visual messages. This topic should be included in the academic curriculum of graphic design programs and in assessment rubrics relevant to the subject.

**Keywords:** Orthotypography – design education – graphic design – written language.

(\*) **Nixon Yamid Rodríguez Baquero.** Estudiante de Diseño Gráfico profesional en la Corporación Universitaria UNITEC en Bogotá, Colombia. Investigador en el semillero de investigación «Text Appeal». Creador y coordinador del curso de formación en maquetación editorial para medios impresos y digitales de la Universidad Europea del Atlántico, dirigida a estudiantes del grado en Lenguas Aplicadas en Santander, Cantabria, España. Maquetador editorial de publicaciones impresas y digitales de contenidos educativos para estudiantes de especializaciones, maestrías y doctorados de la Red Universitaria FUNIBER en Bogotá, Colombia. Practicante del boletín y revista de la Red Latinoamericana en Comunicación, Educación e Historia (COMEDHI), Córdoba, Argentina.