

La Tipografía en la Web, Caso de Estudio en los Periódicos Online Portugueses

(The Typography on the Web: Case Study in
Portuguese Online Newspapers)

Costa Pinto, Julio

Univ. Santiago de Compostela. Facultad de Ciencias de la
Comunicación. Avda. de Castela, s/n. Campus norte 15782
Santiago de Compostela
dacostapinto@gmail.com

Recep.: 18.11.2017

BIBLID [eISSN 1988-3935 (2017), 16; 91-107]

Acep.: 20.02.2018

Teniendo en cuenta la realidad creciente e indiscutible del uso de la web, destaca un aspecto particular del panorama general de lectura de periódicos online, como es el relativo a la tipografía. En el presente estudio se pretende describir y analizar la aplicación de las WebFonts en una muestra de periódicos online portugueses para determinar si es posible trazar un patrón de su aplicación.

Palabras clave: Tipografía. WebFonts. Periódicos Online. Ciberperiodismo. Internet.

Kontuan hartuta eztabaidarik gabe Webaren erabilera gero eta handiagoa dela, nabarmentzekoa da online egunkarien irakurketaren panorama orokorrari dagokion alderdi zehatz bat, tipografiari dagokiona, hain zuzen ere. Ikerketa honen asmoa da WebFonts deritzenen aplikazioa deskribatzea eta aztertzea. Horretarako, Portugalgo online egunkarien lagin bat hautatu da, aplikazioen patroia bat zehaztu ote daitekeen erabakitzeko.

Gako hitzak: Tipografía. WebFonts. Online egunkariak. Ziberkazetaritza. Internet.

Compte tenu de la réalité croissante et incontestée de l'usage du web, un aspect particulier du panorama général de lecture des journaux online se distingue, relatif à la typographie, la présente étude prétendant décrire et analyser l'application des WebFonts sur un échantillon de journaux online portugais pour déterminer s'il est possible de tracer un patron de son application..

Mots-clés : Typographie. WebFonts. Journaux Online. Cyber-journalisme. Internet.

1. INTRODUCCIÓN

La masificación de la utilización de la *web* es una realidad indiscutible, conlleva numerosos desafíos, entre los cuales se pone de manifiesto la creciente búsqueda de información a través de medios *online*. Ante esta realidad destaca un aspecto particular del panorama general de lectura de periódicos *online*, la tipografía. Las exigencias de la lectura de textos en la pantalla son muy distintas de aquellas que estuvieron en la base de las preocupaciones de Gutenberg, lo que habrá exigido el redimensionamiento en el diseño y selección de tipos. Además, en cualquiera de los casos, tanto en el contexto de la letra en el papel como en la *web*, la gran preocupación deberá centrarse en la legibilidad.

El conjunto de los recursos gráficos, donde se encuadra, entre otros, la tipografía, podrá tener una influencia decisiva en la forma como la información es transmitida y entendida. Esto porque, a través de la tipografía la palabra escrita adquiere la calidad de imagen gráfica con un determinado significado. De este modo, Lupton enseña que “Typography made text into a thing, a material object with known dimensions and fixed locations” (Lupton, 2010: 91).

Actualmente, los recursos tipográficos deben ser analizados para poder alcanzar la máxima efectividad de todo su potencial. Este propósito ha sido tendencialmente conseguido, sobre todo, a través de la creciente resolución de las pantallas, del aumento de la velocidad de las conexiones y de la concepción de tipos de letras adecuados a la *web*.

Con base en esta constatación, se tiene como objetivo efectuar una recopilación y análisis de las selecciones tipográficas que actualmente se usan en la interfaz de una muestra de periódicos en la *web*. El objetivo central de este análisis consiste en dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿De qué forma se utiliza la tipografía en los periódicos *online*? Esta investigación se propone reflexionar sobre el uso de los tipos de letra en los principales periódicos *online* portugueses, lo que se justifica teniendo en cuenta la evidencia de que son cada vez más las personas que consultan los periódicos *online*.

2. LA TIPOGRAFÍA EN LOS PERIÓDICOS ONLINE

El diseño de un periódico *online* exige una planificación y ponderación de numerosos elementos para una correcta selección de lo que se revela más adecuado. De entre estos recursos gráficos, la tipografía es la que merece una especial atención del diseñador.

Esta preocupación no debe ser de todo inusitada, ya que, la tipografía puede marcar no solo opciones gráficas distintas y lenguajes gráficos diferenciados sino, también, caracterizar una determinada línea editorial asociada a cierto mensaje. Tal posibilidad se ilustra en las palabras

de Simon Esterson (2002) cuando asocia la tipografía a contenidos sensacionalistas a través de la afirmación de que en una página de un periódico tabloide es común encontrar la opción por un tipo de letra en negrita sans serif condensada. La tipografía es un elemento de gran relevancia en la conceptualización de un periódico, incluso en los periódicos *online*, porque transmite una determinada imagen que se pretende transmitir. La aplicación de la tipografía puede ser un elemento diferenciador de los periódicos.

Teniendo como referencia los periódicos con soporte en plataformas digitales, surgieron nuevos factores de ponderación cuando se piensa en la tipografía. Para caracterizar un nuevo abordaje de la tipografía en los medios de comunicación digitales Armstrong (2003) destaca que, por contraposición a un lenguaje visual estático de formas de letras clavadas en superficies bidimensionales, las tecnologías digitales permitieron crear una tipografía cinética en la que la forma de las letras se mueve de modo fluido en las cuatro dimensiones. Los tipos de letra apropiados para el soporte impreso en el que predomina la estabilidad en un ambiente estático pueden no coincidir con la dinámica asociada a la lectura de un periódico en un soporte digital.

Surge entonces la idea de que el diseño de tipos de letras para la pantalla debe tener como base algunas preocupaciones concretas y distintas de las de la impresión en papel. Algunos autores, como Willberg y Forssman (2003), destacan que, para tal efecto, se debe tratar de tipos de letra con una estructura robusta y sólida, no pudiendo ser demasiado selectivos ni presentar demasiados contornos internos.

Es indiscutible que la creciente lectura de periódicos *online* exige mayores preocupaciones con la selección del tipo de letra pero, al mismo tiempo, por tratarse de un medio más flexible y volátil, también puede exigir más creatividad. Si al inicio de la utilización de la *web* los recursos estaban restringidos a los tipos que los usuarios disponían en los sistemas operativos de los ordenadores personales, en un círculo restringido de *web-safe fonts*, tras la difusión de pantallas con mayor resolución, el aumento de la velocidad de las conexiones, aliado a una mayor preocupación de las fundiciones de tipos y de los diseñadores, ha sido posible ampliar opciones a nivel de herramientas de composición tipográfica para la *web* (Ferreira, 2011).

En este contexto, es interesante observar el estudio comparativo efectuado por Lupton (2010) relativo a los tipos de letra que fueron diseñados para el texto impreso en papel y que también han acabado siendo muy utilizados en la pantalla, así como los que fueron diseñados para soportar su utilización en páginas *web*. El autor se refiere a la Helvetica como el tipo de letra más utilizado, de entre las fuentes sin serifa, en el ordenador cuando fue inicialmente concebido para uso en soporte impreso; y, paralelamente, se refiere a la Verdana como la fuente diseñada específicamente para la pantalla, lo que se desprende fácilmente de sus formas más abiertas y curvas simples. En lo respecta a las fuentes con

serifa, destaca la Times New Roman, que fue diseñada para un periódico impreso pero que se usa en muchas páginas web dada su utilización transversal. Por otro lado, todavía en el ámbito de las fuentes con serifa, la Georgia se caracteriza por haber sido diseñada a pedido de Microsoft y presentar curvas simples, formas abiertas y mayor espaciado, sobre todo cuando se la compara con la Times New Roman.

Este breve paralelismo establecido por Lupton (2010) puede servir para analizar la muestra seleccionada para el presente estudio para discutir si las fuentes diseñadas específicamente para la pantalla están difundidas o si otras destinadas originalmente a la impresión acaban siendo utilizadas para un fin diferente de aquel que estaba en su génesis.

3. LA TIPOGRAFÍA EN EL CONTEXTO DIGITAL

En los primeros tiempos después del surgimiento de las páginas de internet el código HTML - *Hypertext Markup Language* no permitía archivos de tipos de letra. A tal hecho se añadía la falta de consenso entre los fabricantes de navegadores, las incompatibilidades de las licencias de uso de tipos de letra digitales y las bajas velocidades de las primeras conexiones, lo que llevó a que el W3C - *World Wide Web Consortium* (órgano que regula los patrones de construcción de la web) especificase una pequeña lista de fuentes para aplicación en la web (Bos, 2010; Royo, 2008).

En este contexto, los diseñadores y programadores web acabaron siendo obligados a utilizar los tipos de letra patrón que los usuarios tenían por defecto en los diferentes sistemas de los ordenadores, las cuales asumieron la designación de fuentes seguras para uso en la web, también denominadas como *web-safe fonts*. En las *web-safe fonts* según el W3C encontramos genéricamente cinco categorías: las serifas - “*serif*”; las sin serifas - “*sans serif*”; las monoespaciadas - “*monospace*”; las cursivas - “*cursive*” y fantasía - “*fantasy*”. En cada una de las cinco categorías se encuentra un conjunto de fuentes que están instaladas por defecto en los sistemas Apple y Microsoft, no obstante hay que destacar que a lo largo del tiempo el W3C fue responsable de la inclusión de nuevas fuentes. Así, en las fuentes serifadas “*serif*” encontramos, por ejemplo, la Times New Roman, la Times, la Palatino, la Book Antiqua y la Georgia. En las fuentes sin serifa “*sans serif*” se encuadran, concretamente, la Arial, la Helvetica, la Charcoal, la Tahoma, la Geneva, la Lucida Grande y, más tarde, se juntaron también, la Verdana y la Trebuchet MS. En la categoría de monoespaciadas - “*monospace*” tenemos a disposición la Courier, la Courier New y la Lucida Console. En las fuentes cursiva - “*cursive*”, con un estilo más decorativo y, a veces, hasta manuscrito, se encuentra, por ejemplo, la Brush Script MT. En las fuentes fantasía - “*fantasy*”, con un estilo más ornamental, podemos encontrar, por ejemplo, la Papyrus y la Copperplate. Sin embargo, los diseñadores web tenían pocas opciones tipográficas para escoger y contaban apenas con la negrita y el itálico como opción de cada familia de tipos de letra.

Mientras tanto, el aumento de la resolución de las pantallas, el aumento de la velocidad en las conexiones y los acuerdos entre las fundiciones de tipos y fabricantes de navegadores, a mediados de 2009, posibilitaron una actualización de las herramientas de composición tipográfica en la web (Ferreira, 2011). Surge el *WebFonts Working Group* de la W3C que presenta las *WebFonts* como una tecnología que permite descargar automáticamente e instalar temporalmente fuentes de la web cuando se soliciten y tengan que ser visualizadas, sin exigir que el usuario descargue e instale por separado las fuentes en su sistema.

En relación a los formatos de las *WebFonts* se encuentra, entre los más utilizados, el formato *TrueType* (TTF), introducido por Apple a finales de los años 90 del siglo XX, pero que se caracteriza por soportar ficheros grandes, lo que convierte al formato impracticable para ser usado como *WebFont*. El *Open Type* (OTF) es un formato de fuentes desarrollado inicialmente por Microsoft y, más tarde, conjuntamente con Adobe Systems.

El *Open Type* ofrece algunas ventajas en relación a sus antecesores, en concreto el hecho de que la codificación esté basada en el *unicode*, soportando de ese modo varios lenguajes, como el cirílico, el hebraico y el griego entre otros, en un solo archivo. Dispone también de opciones avanzadas de tipografía y soporta, por ejemplo, las ligaduras tipográficas entre otros caracteres. Los ficheros pueden ser utilizados también en los sistemas MacOS, Windows y algunos sistemas Unix.

El *Embedded Open Type* (EOT) fue diseñado por Microsoft específicamente para la incorporación de *WebFonts*. Contiene una cobertura para *TrueType* que hace que el formato sea más difícil de descargar, extraer y reutilizar. Además del navegador *Internet Explorer*, su compatibilidad con la mayoría del resto de navegadores está comprometida.

El *Web Open Font Format* (WOFF) es un formato de fuente trabajado por el W3C, *Web Fonts Working Group* en el sentido de normalizarlo para uso en páginas web. El WOFF es esencialmente *OpenType* o *TrueType* con compresión y metadatos adicionales. El objetivo de este formato es soportar la distribución de fuentes de un servidor para un cliente en una red con restricciones de ancho de banda.

Los formatos OTF y WOFF, mediante el uso de etiquetas CCS – *Cascading Style Sheet*, permiten la utilización de ligaduras tipográficas y caracteres especiales. Para que esos recursos estén disponibles, es necesario que los ficheros CSS estén referenciados a través de la etiqueta *@font-face*, y, de ese modo, permite una descarga automática y una instalación temporal de fuentes en la web. Según Lilley (2011) este método de aplicación de la tipografía es lo que caracteriza verdaderamente las *WebFonts*.

4. CASO DE ESTUDIO: PERIÓDICOS ONLINE PORTUGUESES

La presente investigación ha seguido dos etapas metodológicamente centradas en el estudio de caso: la primera, correspondiente a la selección de la muestra objeto de análisis y la segunda, de observación y encuadre de la tipografía en los periódicos *online*.

En la primera etapa de la investigación se efectuó una búsqueda que se basó en la selección de una muestra analizada y estudiada, la cual está constituida por la edición *online* de los cinco periódicos diarios portugueses de información general de pago, que también disponen de versión en papel con distribución nacional indicados a continuación por orden alfabético: el *Correio da Manhã* (www.cmjornal.pt), el *Diário de Notícias* (www.dn.pt), el *Jornal de Notícias* (www.jn.pt), el *Jornal i* (www.ionline.pt), y el *Público* (www.publico.pt). Señalar que el *Jornal i*, a pesar de haberlo considerado como un periódico diario, no tiene distribución en papel ni el sábado ni el domingo desde que pertenece a mismo grupo del Semanario Sol. La elección de los periódicos tuvo en consideración dos aspectos centrales: ser los principales periódicos *online* portugueses de información general de gran tirada y que se organizan en áreas de actuación semejantes (Figura 1).

Figura 1. Periódicos *online* analizados

PERIÓDICOS DIARIOS PORTUGUESES GENERALISTAS		
PERIÓDICO	GRUPO	DIRECCIÓN WEB
Correio da Manhã	Cofina Media	www.cmjornal.pt
Diário de Notícias	Global Media	www.dn.pt
Jornal de Notícias	Global Media	www.jn.pt
Jornal i	Newsplex, S.A.	www.ionline.pt
Público	SonaeCom	www.publico.pt

Fuente: Elaboración propia

En la segunda etapa, y con base en la muestra previamente seleccionada, se analizan las fuentes utilizadas para distinguir los que utilizan métodos más antiguos de composición tipográfica en la *web*, concretamente los que utilizan las *web-safe fonts*, de aquellos que aplican diferentes archivos tipográficos construidos con *WebFonts*. Este análisis está acompañado, siempre que se justifique, de un breve encuadre temporal de la página *web* del periódico *online*, imágenes de las páginas iniciales y otros elementos distintivos en el contexto en causa.

La recogida de datos para observación fue el día 1 de junio de 2017 y se intentó identificar cual es el método de aplicación de la tipografía en HTML y CSS - *Cascading Style Sheet*, lo que permite mostrar si el archivo es *Safe font* o *Webfont*, los respectivos proveedores de los tipos de letra utilizados,

cuáles y cuántos archivos tipográficos fueron aplicados en cada página, las respectivas áreas de cada interfaz donde fueron utilizados y los recursos de las fuentes seleccionadas. En el sentido de validar la observación efectuada a la muestra identificada, centramos nuestro análisis en dos aspectos: primero, el código fuente de las páginas de los respectivos periódicos *online*; y segundo, los archivos CSS asociados a cada página.

Este estudio permitirá sacar conclusiones en cuanto a las transformaciones que operan en la *web* relativamente a la utilización de los recursos tipográficos disponibles y además, determinar si es posible reconocer un patrón de aplicación tipográfica en los periódicos *online* portugueses.

5. ANÁLISIS DE LA TIPOGRAFÍA EN LOS PERIÓDICOS ONLINE PORTUGUESES

5.1. El Correio da Manhã

El *Correio da Manhã* pertenece al grupo Cofina Media y que, actualmente, según los registros de la Asociación Portuguesa para el Control de Tirada y Circulación, es el periódico diario de información general que presenta la mayor tirada y circulación diaria en su edición en papel. El 19 de marzo de 1998 comenzó su edición en internet, a pesar de haber registrado oficialmente su dominio tres años antes, el 13 de diciembre de 1995 (Granado, 2002).

El periódico *Correio da Manhã* adoptó tres familias tipográficas: la Roboto, tipo de letra sin serifa y de licencia libre, así como la Glosa Text y la Guardian Egyptian Headline, dos tipos de letra serifados de licencia de pago (Figura 2).

La Roboto pertenece a una familia tipográfica sin serifas, diseñada por Christian Robertson en 2012 y bajo la Licencia Apache, Versión 2.0, o sea, es una fuente libre y gratuita para uso en la *web*. Se trata de una fuente que puede encontrarse en Google Fonts y que presenta doce estilos (Thin, Thin Italic, Light, Light Italic, Regular, Regular Italic, Medium, Medium Italic, Bold, Bold Italic, Black y Black Italic).

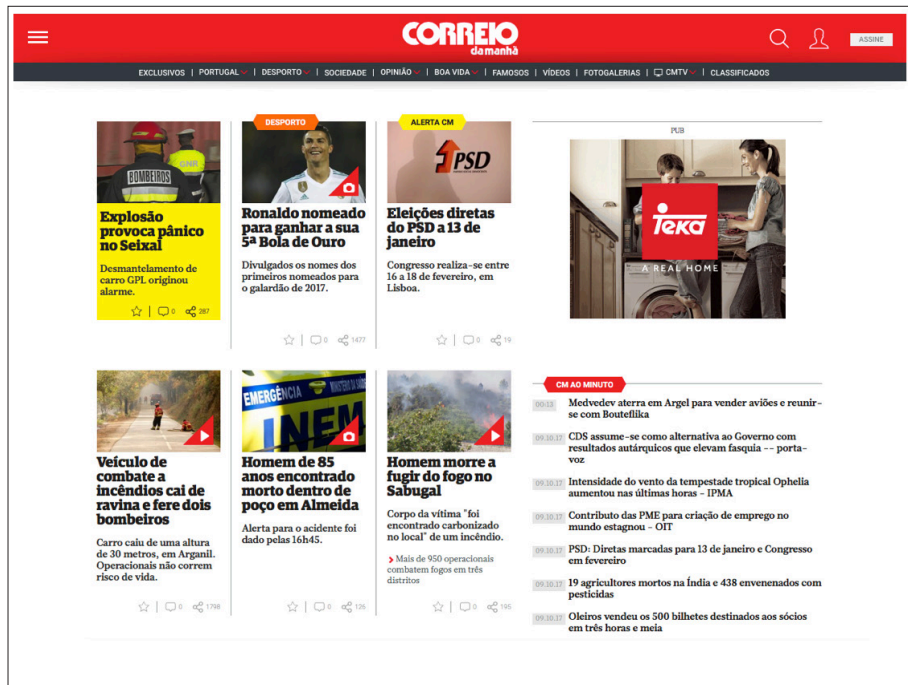
La familia presenta además otros dos tipos de letra: la Roboto Condensed con cinco estilos y la Roboto Slab con tres estilos, pero ninguna de ellas es utilizada en la página del *Correio da Manhã*.

La Glosa Text es una familia realizada por el diseñador portugués de tipos de letra Dino dos Santos - DStype Foundry en 2008 y proyectada para fines editoriales. La Glosa Text presenta ocho estilos con itálicos (Roman, Roman Italic, Medium, Medium Italic, Bold, Bold Italic, Black y Black Italic). Está caracterizada como un tipo de letra muy legible en tamaños muy

pequeños, pero también revela toda su fuerza cuando es usada en grandes tamaños. Es un tipo de letra que pone a disposición varios recursos del *OpenType*, como por ejemplo capítulos pequeños, figuras tabulares, ligaduras, entre otros.

La familia tipográfica Guardian Egyptian Headline es una fuente diseñada por Paul Barnes y Christian Schwartz en 2009 y comercializada por Commercial Type. La familia presenta dieciséis estilos (ocho pesos más los respectivos itálicos), en concreto Hairline, Hairline Italic, Thin, Thin Italic, Light, Light Italic, Regular, Regular Italic, Medium, Medium Italic, Semibold, Semibold Italic, Bold, Bold Italic, Black y Black Italic. La fuente fue diseñada para uso de todos los tipos de publicación pero con incidencia especial para los periódicos donde se presenta una vasta gama de pesos para diferentes soluciones.

Figura 2. Primera página del periódico Correio da Manhã



Fuente: Elaboración propia www.cmjornal.pt

Teniendo en cuenta la metodología adoptada, en concreto en cuanto al día de la recogida de la muestra, cabe destacar que de la fuente sin serifa Roboto utilizada en el periódico *online Correio da Manhã*, apenas fueron encontrados los siguientes estilos y pesos: Light, Regular, Medium, Bold, Black, tanto en los textos, como en los menús, así como en las etiquetas de

imagen. La Glosa Text, fuente serifada, fue identificada en textos de entrada de noticia y textos de noticia en los estilos Roman y Bold. La Guardian Egyptian Headline fue identificada en los títulos de noticia, así como en los estilos Light, Regular y Bold. Se encontraron también las siguientes *web-safe fonts* en textos: la Times New Roman y la Georgia.

Se encontraron también *web-safe fonts* pero con poca preponderancia en la página *web*, detectando la Times New Roman en una situación puntual de un texto muy corto.

5.2. El Diálogo de Noticias

El periódico *Diário de Notícias*, actualmente perteneciente al grupo Global Media, comenzó su edición en internet el día 29 de diciembre de 1995 (Granado, 2002).

En el *Diário de Notícias* se identificaron dos familias tipográficas: una con serifa y otra sin serifa, pero ambas de licencia de pago (Figura 3).

La Duplicate Ionic, diseñada en 2013 por Miguel Reyes y Christian Schwartz, comercializada por Commercial Type. La familia presenta doce estilos, 6 pesos más los respectivos itálicos, (Thin, Thin Italic, Light, Light Italic, Regular, Regular Italic, Medium, Medium Italic, Bold, Bold Italic, Black y Black Italic). Es un tipo de letra que pone a disposición varios recursos del *OpenType*, como por ejemplo capítulos pequeños, figuras tabulares, fracciones, entre otros. Este tipo de letra ha sido muy utilizado para el texto en los periódicos, ya que sus características permiten que sea una buena elección para los textos largos, pero, también, funciona perfectamente en títulos. Su versatilidad fue aprovechada, concretamente, por Mark Porter y Simon Esterson cuando usaron esta familia tipográfica en el rediseño de la *Neue Züricher Zeitung am Sonntag* en 2013. Destacar que el diseño de las letras romanas resulta de una colaboración entre Christian Schwartz y Miguel Reyes, pero el itálico es totalmente una creación de Reyes y tiene como punto de partida los romanos inclinados en los tipos de letra Duplicate Sans y Slab.

Figura 3. Primera página del periódico *Diário de Notícias*



Fuente: Elaboración propia www.dn.pt

La fuente Kommissar, diseñada en 2012 por Vincent Chan y Christian Schwartz, es comercializada por Commercial Type. Fue desarrollada para proyectos editoriales impresos y en la pantalla, caracterizada como compacta y distinguida con la capacidad de ser igualmente expresiva y pragmática. Se dice también que tiene una buena lectura en tamaños pequeños. La familia presenta siete estilos (siete pesos sin itálicos): Thin, Extralight, Light, Regular, Medium, Bold y Ultra. Se trata de un tipo de letra que pone a disposición varios recursos del *OpenType*, como por ejemplo figuras tabulares, fracciones, entre otros (Figura 4).

Figura 4. Menús de las secciones del periódico *Diário de Notícias*



Fuente: Elaboración propia www.dn.pt

Más concretamente, en cuanto a la muestra, fueron identificados los siguientes estilos de la fuente serifada Duplicate Ionic: Light, Regular, Regular Italic y Medium en textos de entrada de noticia, títulos y textos de noticia. La Kommissar, fuente sin serifa, utilizada en el Diario de Noticias fue identificada en los siguientes estilos: Extra Light, Regular y Bold en títulos y en los menús de las secciones.

5.3. El Jornal de Notícias

El *Jornal de Noticias* es un periódico que actualmente pertenece al grupo Global Media y su edición en internet, la primera vez, fue el día 26 de julio de 1995, tratándose del primer periódico con versión de pago en papel con versión *online* disponible en internet (Granado, 2002).

En 2015, el *Jornal de Noticias* sufrió un rediseño en su edición impresa y una correspondiente actualización de la página *web*, siendo que la reformulación de la familia tipográfica tuvo un papel fundamental en ese cambio. El responsable de la alteración tipográfica fue Dino dos Santos - DStype Foundry en 2015 que presentó una solución que se encaja en la definición de una super familia tipográfica. Así, presentó una familia exclusiva para el Jornal de Notícias con diez fuentes (Noticias Serif, Noticias Display, Noticias Title, Noticias Text, Noticias Sans, Noticias Sans Condensed, Noticias Sans Extra, Noticias Serif Extra, Noticias Micro y Symbols) y con veintidós estilos en total. Es un trabajo que fue realizado exclusivamente para el Jornal de Notícias y tiene una licencia de pago (Figura 5).

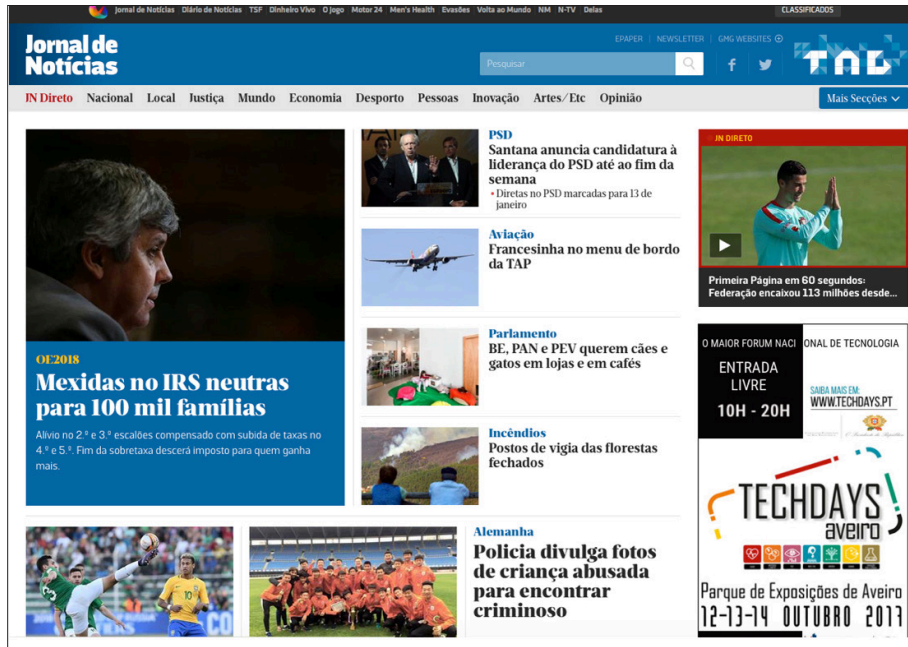
Figura 5. Noticias Sans Extra y Noticias Serif - *Jornal de Notícias*



Fuente: DStype Foundry - Noticias

En el *Jornal de Notícias*, y específicamente en cuanto a la muestra descrita, se encontraron tres fuentes de una familia amplia, así identificamos la Noticias Text (serifada) en los estilos Regular, Regular Italic y Bold en los menús, en textos de entrada de noticia y textos de noticia. La Noticias Sans (sin serifa) fue identificada en los estilos Book, Bold y Black en textos de entrada de noticias y noticias en destaque y la Noticias Sans Extra en el estilo normal en títulos de noticias de más destaque (Figura 6).

Figura 6. Primera página del periódico *Jornal de Notícias*



Fuente: Elaboración propia www.jn.pt

5.4. El *Jornal i*

El *Jornal i*, actualmente perteneciente al grupo Newsplex S.A., de entre los periódicos analizados en esta búsqueda, es la publicación más reciente. El primer número de la edición en papel fue lanzado el día 7 de mayo de 2009.

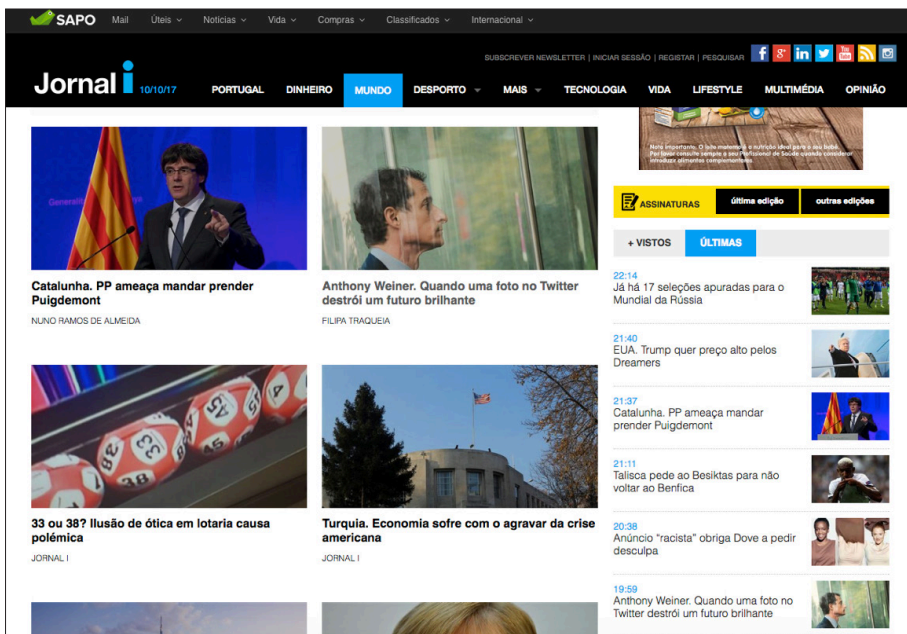
El *Jornal i*, también conocido en el medio digital como *ionline*, presenta el tipo de letra Helvética Neue, la cual surgió en 1983 como reformulación del tipo de letra Helvética diseñada en 1957 por Max Miedinger y Eduard Hoffman. En la secuencia de esa reformulación presenta un conjunto

estructuralmente más unificado de alturas y anchuras y la legibilidad también fue mejorada.

La familia tipográfica de la Helvética Neue es extensa con cincuenta y una fuentes pero en el análisis que efectuamos, apenas aparece un estilo de la fuente Helvética Neue. La fuente Helvética también se encontró con el estilo Regular y Bold y utilizada como *web-safe font*. Ambas las fuentes se encuentran en todo el periódico con la excepción de los textos de las noticias.

Para la categoría de los tipos de letra serifados encontramos la Droid Serif utilizada como *WebFont* y la Georgia como *web-safe Font* sólo en los textos de noticias (Figura 7).

Figura 7. Primera página del periódico *Jornal i*



Fuente: Elaboración propia www.ionline.pt

La Droid Serif fue diseñada por Steve Matteson en 2007 con el objetivo de ser utilizada en la pantalla y, por eso, presenta formas de letras ligeramente condensadas para maximizar la cantidad de texto exhibido en pequeños espacios de la pantalla, en concreto en dispositivos móviles. Presenta además formas abiertas que contribuyen a una buena legibilidad, tiene cuatro estilos y dos pesos. La Droid Serif es una fuente con Licencia

Apache, Versión 2.0, o sea, es una fuente libre y gratuita para uso en la web y está disponible para descargar en Google Fonts.

La fuente Georgia es una fuente tipográfica serifada diseñada en 1983 por Mathew Carter y posteriormente incluida en el grupo de *Safe Fonts* por Microsoft Corporation.

Se encontró además el tipo de letra Foundation Icons, que corresponde a una colección personalizada de 283 iconos, utilizado también como *WebFont* y que aparece en el periódico en algunos de los iconos.

5.5. El Público

El periódico *Público*, a pesar de haber sido el primer periódico que registró oficialmente su dominio en internet, el 11 de mayo de 1995, apenas tuvo su edición en internet el 22 de septiembre de 1995 (Granado, 2002). El periódico pertenece al grupo SonaeCom.

El periódico *Público*, en 2012, fue objeto de una gran reformulación en su edición impresa y, consecuentemente, en su edición *online*, donde Mark Porter fue el principal responsable del rediseño, después de haber hecho el primer diseño del periódico en 2007. En esa época se escogieron dos familias tipográficas: la Publico Banner y la Bebas Neue. La fuente Público Banner, una fuente serifada, fue publicada en 2012 por Paul Barnes y Christian Schwartz, con la colaboración de Ross Milne, sin exclusividad para este periódico, puesto que es igualmente utilizada en el periódico diario de mayor circulación de Suecia, el *Dagens Nyheter*.

Presenta catorce estilos, correspondiendo a siete pesos más los itálicos. La Publico Banner fue diseñada para atender a las necesidades de los diseñadores editoriales, para ser alternativa a otras familias tipográficas de la Publico, que no presentaban todavía las mejores soluciones.

Es un tipo de letra que pone a disposición varios recursos del *OpenType*, como por ejemplo, capítulos pequeños, figuras tabulares, fracciones, entre otros. La Commercial Type tiene una colección grande de varias familias disponibles de la fuente Publico (Figura 8).

La otra fuente utilizada es la Bebas Neue, correspondiente a una familia de fuentes sin serifa basada en la fuente gratuita con el mismo nombre, originalmente diseñada en 2010 por Ryoichi Tsunekawa con un solo estilo y publicada por Flat-it Type Foundry.

Posteriormente, la fuente fue aumentada por Fontfabric Type Foundry con cuatro nuevos pesos, en concreto la Thin, Light, Book y Regular. Los nuevos pesos permanecen fieles al estilo y al diseño original de la Bebas. La fuente es gratuita bajo la licencia *SIL Open Font License 1.1*.

Figura 8. Primera página del periódico *Público*



Fuente: Elaboración propia www.publico.pt

Atendiendo específicamente al ámbito de la muestra, fueron identificadas la *Público* Banner (serifada) en los siguientes estilos: Roman, Italic, Medium, Medium Italic y Black en textos de noticia y títulos; en la fuente sin serifa fueron identificados los estilos Regular, Book y Bold en títulos y categorías del periódico.

En el periódico *Público*, se encontraron también registros de utilización de *web-safe fonts*. Habiéndose identificado la Helvética Neue para la categoría de “sans serif” en algunos menús y la Georgia para las “serif” que aparecen en pequeños textos de entrada de noticias.

6. CONCLUSIONES

Del análisis efectuado, podemos concluir que en todos los periódicos que componen la muestra, se verifica una combinación entre, por lo menos, un tipo de letra con serifa y un tipo de letra sin serifa.

En lo que respecta a las *WebFonts*, un aspecto positivo es el hecho de que todos los periódicos hayan optado por una diversidad de familias tipográficas. En el *Diário de Noticias*, *Jornal de Noticias*, *Jornal i* y *Público* se identificaron dos fuentes (una con serifa y otra sin serifa) mientras que en el *Correio da Manhã* se encontraron tres fuentes (dos con serifa y una sin serifa).

En este universo, podemos constatar que se encontraron fuentes diseñadas por diseñadores de tipos portugueses apenas en dos periódicos

- *Correio da Manhã* y *Jornal de Noticias* – los cuales utilizan tipos de letra diseñados por Dino dos Santos - DSType Foundry. Tal como refiere Robert Bringhurst (2005), que defiende el uso de tipos de letra creados específicamente para la lengua en la que el texto está escrito, el tipógrafo desarrolla mejor los tipos de su propia lengua por el hecho de que sea más fácil conocer la combinación entre letras, palabras, números y señales de puntuación.

A pesar de entender que las elecciones tipográficas identificadas son adecuadas y corresponden a las exigencias de los periódicos *online*, se recurre poco a los tipos de letra portugueses y, por eso, lamentamos que no se potencie más el trabajo de gran calidad de los diseñadores de tipos de letra portugueses.

En los casos estudiados, y en términos genéricos, se observa una preocupación por escoger tipos de letra que son diseñados casi específicamente para el contexto editorial. No obstante, acaba verificándose que no todos los casos privilegian el hecho de que los tipos de letra sean diseñados específicamente para la pantalla.

A pesar de que recientemente, con la utilización de las *WebFonts*, sea viable una gran libertad tipográfica en la *web*, siendo posible el uso de tipos de letra producidos por muchas fundiciones que diseñan tipos de calidad, verificamos que algunos periódicos han optado por aplicar archivos tipográficos de uso libre. Esto ocurre, por ejemplo, en el *Jornal i*, que utiliza todas las fuentes gratuitas y en el *Correio da Manhã* que presenta apenas una fuente libre de las tres utilizadas y con recurso a los servicios de Google Fonts.

Podemos verificar que los recursos del formato *OpenType* de las familias tipográficas utilizadas son soluciones todavía poco explotadas en los periódicos *online* estudiados.

De nuestro estudio podemos concluir que, la utilización de las *WebFonts* en los periódicos *online* diarios de información general portugueses ya tiene alguna representatividad y, por eso, se puede afirmar que las *WebFonts* han supuesto una gran contribución a la hora de elevar la calidad de ejecución de trabajos del campo editorial en la *web*.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARMSTRONG, Frank. (2003). "Hearing Type", *Baseline, International Typographics Magazine*, n.º 42.
- BOS, Bert. (2010). "The history of a model for fonts on the Web". *SXSW conference Austin, TX, USA. March 13, 2010*. [web]. Consultado el 18/08/2017: <http://www.w3.org/Talks/2010/0313-Fonts-SXSW/>.
- BRINGHURST, Robert. (2005). *Elementos do Estilo Tipográfico*. 3.ª ed. São Paulo: CosacNaify.

- ESTERSON, Simon. (2002). "Newspaper design, As the news changes, a newspaper's visual vocabulary remains constant", *Eye*, n.º 44, vol. 19.
- FERREIRA, Gustavo. (2011). "Notas sobre webfonts – Um panorama do universo das fontes na web: história, formatos, modelos de negócio". [web]. Consultado el 10/01/2017: <http://hipertipo.com/content/notas-sobre-webfonts/>.
- GRANADO, António. (2002). "Os media portugueses na Internet", [web]. Consultado el 10/08/2017: <http://ciberjornalismo.com/mediaportugueses.htm>.
- LILLEY, Chris. (2011). "W3C: Fonts on the Web", [web]. Consultado el 11/08/2017: <http://www.w3.org/Fonts>.
- LUPTON, Ellen. (2010). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. 2.ª ed., New York: Princeton Architectural Press.
- ROYO, Javier. (2008) *Fundamentos do Design, Design Digital*. São Paulo: Rosari.
- WILLBERG, Hans Peter. y FORSSMAN, Friedrich. (2003). *Primeros Auxilios en Tipografía, Consejos para diseñar con tipos de letra*. GG Diseño, Barcelona: Editorial Gustavo Gili.