

La elección de la familia tipográfica adecuada depende de la legibilidad, según ImprentaMadrid.com

La legibilidad de la tipografía es algo esencial tanto en dispositivos digitales como en medios offline. Cuando se habla de mensajes comerciales, la legibilidad toma más importancia aún, ya que la claridad es una condición esencial en la publicidad

Al igual que la elección de colores e imágenes, la tipografía en un diseño obtiene un lugar mucho más importante, más allá de cuestiones estéticas. A nivel publicitario la tipografía tiene una misión imposible de olvidar: llamar la atención al target al que va dirigido el anuncio publicitario. ImprentaMadrid.com, una empresa con una gran trayectoria en diseño gráfico e impresión, afirma que la tipografía tiene un valor fundamental en el diseño gráfico. "La tipografía contribuye de forma muy concluyente y crucial a que los mensajes publicitarios consigan sus objetivos de forma persuasiva y efectiva. La tipografía tiene el poder de transmitir emociones y sensaciones", afirma ImprentaMadrid.com sobre la importancia de la tipografía en la publicidad.

Cuando los publicistas se ponen un proyecto entre sus manos, o las empresas quieren contar con ImprentaMadrid.com para sus proyectos publicitarios, la decisión sobre la fuente es siempre un punto en el que hay que pararse a pensar de forma detenida. Como profesionales en diseño gráfico, ImprentaMadrid.com da un primer consejo, que es evitar a toda costa las fuentes tipográficas más utilizadas, como, por ejemplo, la Comic Sans. Otro consejo de ImprentaMadrid.com es asegurarse que la fuente escogida sea legible y con una lectura sencilla y combinar varios tipos de fuentes para conseguir efectos especiales. Sin embargo, no es aconsejable abusar demasiado de este recurso, ya que es posible confundir a los lectores. Se trata de combinar una o dos fuentes.

Lo ideal a la hora de escoger una fuente para un mensaje publicitario es crear una fuente personalizada para la marca, como han hecho numerosas marcas. Sin embargo, en caso de no disponer de los recursos necesarios para crear una fuente personalizada para una marca, hay una gran variedad de tipografía prediseñada que se puede adaptar a cada situación o necesidad. Otra cuestión que hay que tener en cuenta es la ubicación del texto, ya que esto es esencial para definir el tamaño y hacer que el texto sea más legible.

La cursiva y la negrita pueden servir para resaltar textos, líneas o palabras importantes, con las que se pretenda llamar la atención. Los remates, es decir, la tipografía serif, pueden servir también para diferenciar las palabras, pero además son ayudas visuales para que la lectura sea más sencilla y legible. No obstante, no hay que olvidar los espacios. La tipografía no es la única que hace que un texto sea más legible que otro, también son los espacios los que aportan comprensión lectora.

Datos de contacto:
ImprentaMadrid.com
910 015 455

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>