

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

UCC – CAMPUS LEÓN



ARQ-DGP-IS

Culminación de Pensum

**Proyecto de Graduación para optar al título de grado en Lic. Diseño
Gráfico y Publicitario.**

**MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS, COMO RECURSO
DIDÁCTICO PARA LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO DE
LA UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES (UCC), CAMPUS LEÓN, DE
JULIO A NOVIEMBRE 2025.**

ELABORADO POR

Br. Mariam Stefany Herrera Oviedo

DOCENTE TUTOR: Arq. Lennar Daniel Vanegas Urey

LEÓN, 09 DE NOVIEMBRE 2025

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

UCC – CAMPUS LEÓN



UCC

ARQ-ADG-IS

Culminación de Pensum

Proyecto de Graduación para optar al título de grado en Lic. Diseño Gráfico y Publicitario.

AVAL DEL TUTOR

Arquitecto Lennar Daniel Vanegas Urey

CERTIFICAR

Que: El Proyecto de Graduación con el título: Manual de usos tipográficos asertivos, como recurso didáctico para la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario de la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), campus León, de Julio a noviembre 2025. Elaborado por la estudiante Br Mariam Stefany Herrera Oviedo, ha sido dirigida por la suscrita.

Al haber cumplido con los requisitos académicos y metodológicos del Proyecto de Graduación, damos de conformidad a la presentación de dicho trabajo de culminación de estudios para proceder a su lectura y defensa, de acuerdo con la normativa vigente del Reglamento de Régimen Académico Estudiantil y Reglamento de Investigación, Innovación y Transferencia.

Para que conste donde proceda, se firma la presente en UCC Campus León
Noviembre 2025.

Arq. Lennar Daniel Vanegas Urey

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía en los momentos de duda, por darme fuerzas cuando flaqueaba y por recordarme cada día que los sueños, con fe y esfuerzo, sí se cumplen. A mi familia, principalmente a mis abuelos por su amor incondicional, sus sacrificios silenciosos y su constante apoyo. Gracias por creer en mí incluso cuando yo dudaba. Este logro es tan mío como de ustedes.

A ti, mamá te fuiste antes de verme lograr este sueño, pero todo lo que soy, todo lo que he logrado y todo lo que seguiré siendo, lleva tu huella, tu voz aún vive en mi memoria, repitiéndome que podía, incluso cuando yo creía que no, no hay logro en mi vida que no desee compartir contigo, y este mi graduación es el que más me duele celebrar sin ti. Hoy lo logré. Y aunque mis ojos te buscan y no te encuentran, sé que tu alma sonrío orgullosa desde donde estés. Gracias por tu amor incondicional, tú siempre vivirás en mis pensamientos y en mi corazón.

A mis amigos verdaderos y mis colegas, por acompañarme en esta travesía con palabras de aliento, risas sinceras y comprensión en los momentos de estrés. A mi mejor amiga Maryehri gracias por iniciar esta travesía conmigo y acompañarme en cada paso del camino, gracias por animarme cuando ya no tenía fuerzas para seguir, gracias por celebrar mis pequeñas victorias, por escuchar mis quejas sin juicio, por recordarme quién soy cuando a veces lo olvidé. Esta meta, este logro también es tuyo.

AGRADECIMIENTOS

Con profunda gratitud deseo expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que de una u otra forma formaron parte de este camino y contribuyeron a que hoy pueda cerrar este capítulo tan importante en mi vida.

A Dios, por haberme dado la fortaleza, la salud y la fe necesarias para continuar, aun cuando las circunstancias se volvían difíciles. Por abrir caminos, poner personas en mi vida y recordarme que todo esfuerzo tiene su recompensa.

A mi mamá que, aunque partió antes de ver este sueño cumplido fue, es y será siempre mi mayor inspiración. Su amor sus enseñanzas y su ejemplo me acompañaron en cada paso. Este logro es sobre todo para ella.

A mi papa gracias por haberme apoyado, gracias por nunca dudar de mí y brindarme la oportunidad de estudiar esta carrera.

A mi familia, por su apoyo constante sus palabras de aliento y su paciencia infinita.

Gracias por ser mi base, mi refugio y mi motivación en los momentos más desafiantes.

A mi mejor amiga, por estar ahí siempre. Tu apoyo incondicional, tu compañía y tu fe en mí fueron fundamentales para no rendirme.

A mis profesores y profesoras, por las herramientas entregadas, por sus enseñanzas dentro y fuera del aula, y por motivarme a crecer como profesional y como ser humano.

A mis compañeros y compañeras de carrera, por compartir esta travesía. Las experiencias, aprendizajes y vínculos que surgieron en este camino quedarán siempre conmigo.

Y finalmente a mí misma por no rendirme, y por seguir adelante aun cuando el cansancio y el miedo intentaron frenarme.

Gracias a todos, de corazón. Este logro es colectivo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO	3
1.1. Antecedentes y Contexto del Problema:	3
1.1.1. Antecedentes Internacionales.....	3
1.1.2. Antecedentes Nacionales	4
1.1.3. Antecedentes Locales.....	4
1.2. Objetivos:	5
1.2.1. Objetivo General:	5
1.2.2. Objetivos Específicos:.....	5
1.3. Descripción del Problema.	6
1.4. Justificación	7
1.5. Alcance y Limitaciones del Proyecto.....	8
1.5.1. Alcance:	8
1.5.2 Limitaciones del Proyecto:	9
CAPÍTULO II: Marco REFERENCIAL.....	10
2.2. Marco Legal	15
2.3 Marco Institucional:	16
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO	17
3.1. Tipo de Proyecto	17
3.2. Unidad de Análisis.....	18
3.2.1. Área de estudio:.....	18
3.2.2. Población:	19
3.2.3. Tamaño de la muestra:	19
3.2.4 Tipo de muestreo:	19
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20

3.4. Confiabilidad y validez de los instrumentos.....	21
3.5. Procesamiento de datos y análisis de la información.....	22
Capitulo IV: FODA.....	23
Capitulo V: Análisis de los resultados.....	24
5.1. Análisis de la encuesta.....	24
5.2. Manual de usos tipográficos asertivos.	33
5.2.1 Índice del manual.....	33
5.3 Presupuesto del manual.....	35
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES.....	36
Capitulo: VII Recomendaciones	37
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38
Anexos	40

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Marco Legal.....	15
Tabla 2 Institución vinculada al proyecto técnico.....	16
Tabla 3 Marco Muestral.....	19
Tabla 4 Técnicas de recolección de datos	20
Tabla 5 Presupuesto del manual	35

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 Macro localización de la ciudad de León.....	18
Figura 2 Micro localización UCC Campus León	18
Figura 3 FODA	23
Figura 4 Año que cursa el encuestado	24
Figura 5 Pregunta 2.....	25
Figura 6 Pregunta 3.....	26
Figura 7 Pregunta 4.....	27
Figura 8 Pregunta 5.....	28
Figura 9 Pregunta 6.....	29
Figura 10 Pregunta 7.....	30
Figura 11 Pregunta 8.....	31
Figura 12 Pregunta 9.....	32
Figura 13 Pagina interna del manual.....	34
Figura 14 Pagina interna del manual.....	34

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta	40
Anexo 2 Cronograma de actividades.....	42

RESUMEN

El presente proyecto técnico tuvo como objetivo general elaborar un manual de usos tipográficos asertivos, como material didáctico para la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario de la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), campus León, de julio a noviembre 2025. Para alcanzar este propósito, se desarrolló un proyecto técnico de carácter privado, enfocado en el sector educativo privado, específicamente en la Universidad de Ciencias Comerciales, Campus León.

Se emplearon técnicas de recolección de datos como la encuesta y la observación, lo que permitió medir y analizar la percepción de los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario ante la propuesta de la implementación de este manual.

Los resultados obtenidos permitieron concluir que la creación e implementación del manual de usos tipográficos asertivos, resulta de mucho interés y aceptación por parte de los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario, ya que el manual pretende convertirse en una herramienta didáctica que ayude a mejorar las habilidades de los estudiantes a la hora de elegir e incorporar tipografías que logren conectar con el mensaje que se quiere transmitir, se pretende que el manual ayude tanto a los docentes como a los estudiantes de la carrera de diseño gráfico de UCC.

Palabras claves: Manual, tipografía, diseño Gráfico, enseñanza.

ABSTRACT

The general objective of this technical project was to develop a manual of assertive typographic uses as teaching material for the Graphic Design and Advertising program at the University of Commercial Sciences (UCC), León campus, from July to November 2025. To achieve this goal, a private technical project was developed, focused on the private education sector, specifically at the University of Commercial Sciences, León Campus.

Data collection techniques such as surveys and observations were used, which allowed us to measure and analyze the perceptions of Graphic Design and Advertising students regarding the proposed implementation of this manual.

The results obtained led to the conclusion that the creation and implementation of the manual of assertive typographic uses is of great interest and acceptance among students of the Graphic Design and Advertising program. The manual aims to become a teaching tool that helps improve students' skills in choosing and incorporating typefaces that connect with the desired message. The manual is intended to assist both instructors and students of the UCC graphic design program.

Keywords: Manual, typography, graphic design, teaching.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

INTRODUCCIÓN

La tipografía es un elemento esencial en el proceso de comunicación visual y contribuye a una de las herramientas más poderosas del diseño gráfico. Su correcta aplicación no solo facilita la legibilidad y comprensión de los mensajes, sino que también transmite personalidad, tono y coherencia en los proyectos de identidad visual, publicidad, diseño editorial y digital. Pues no solo cumple una función estética, sino también comunicativa y psicológica, cada elección tipográfica transmite una intención, un tono y una identidad visual que pueden fortalecer o debilitar el mensaje que se desea proyectar. En el contexto académico, la enseñanza adecuada de usos tipográficos es fundamental para formar profesionales capaces de aplicar criterios técnicos y estéticos con un propósito comunicativo, comprender y aplicar de manera asertiva los principios tipográficos resulta esencial para la formación de profesionales capaces de comunicar con eficacia y creatividad en distintos medios.

Este manual de usos tipográficos asertivos, pretende establecer principios, clasificaciones, normas y recomendaciones que faciliten el uso coherente y profesional de la tipografía en los distintos niveles de formación. Su propósito es guiar al estudiante en la comprensión de los fundamentos teóricos y prácticos de la tipografía, promoviendo el desarrollo de criterios sólidos para la selección, combinación y aplicación de fuentes tipográficas en proyectos gráficos y publicitarios. Este proyecto técnico se justifica en la necesidad de brindarles a los estudiantes una herramienta didáctica donde la información sobre tipografía y sus correctos usos ya este encuentre sintetizada y organizada, este material no solo pretende ser una guía de estudio, sino también una herramienta de referencia permanente que estimule el pensamiento crítico, la sensibilidad estética y la coherencia comunicativa en el uso de la tipografía como lenguaje visual.

La estructura de este documento estuvo dividida en siete capítulos, en los que se detallaron las generalidades de las temáticas inmersas dentro del proyecto técnico, utilizando referencias prácticas y teóricas de estudios, con el propósito de facilitar la comprensión de la propuesta dada en este documento. El capítulo I está compuesto por los antecedentes y contexto del problema, los objetivos del proyecto, descripción

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

del problema, justificación, Alcance y limitaciones del Proyecto. El capítulo II está conformado por el Marco conceptual/teórico del proyecto en el cual se plantean los aspectos técnicos, teóricos y prácticos relacionados a la elaboración de un manual de usos tipográficos asertivos, también forman parte el marco institucional y marco legal. El capítulo III se aborda el tipo de proyecto, unidad de análisis, técnicas e instrumentos de recolección de datos, confiabilidad y valides de los instrumentos, procesamiento de datos y análisis de la información. En el capítulo IV, corresponde al diagnóstico. En el capítulo V, corresponde al análisis de los resultados, aquí se muestra el diseño del manual y las temáticas tomadas en cuenta para el desarrollo del mismo. En el capítulo VI, se plantean las conclusiones. En el capítulo VII se abordan todas las recomendaciones.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

1.1. Antecedentes y Contexto del Problema:

En el presente capítulo se abordarán los antecedentes del proyecto en los cuales se relatarán los estudios o propuestas realizados anteriormente en base al tema de este proyecto, donde se tendrán en cuenta los objetivos, metodología y conclusiones obtenidas.

1.1.1. Antecedentes Internacionales

El primer antecedente es un trabajo de Investigación elaborado en el año 2024 por Catalina Vargas Figueroa de la Universidad de Chile, titulado “Desarrollo de tipografías para el uso emocional de music lyric videos”, tuvo como objetivo, Desarrollar tipografías, que a través de las características retóricas de estas, conecten con las emociones ira, miedo, tristeza, alegría y amor, Tuvo un enfoque cuantitativo aplicando encuestas, teniendo como resultado una aceptación asertiva del público objetivo a las tipografías diseñadas en representación de cada emoción. (Figueroa, 2024)

El segundo antecedente es un trabajo de Investigación elaborado en el año 2023 por Catalina Monroy Fortes de la universidad de Chile, titulado “Reconociendo la letra: Tipografía, Legibilidad y Baja visión”, tuvo como objetivo determinar si existen parámetros y criterios lo suficientemente claros y sistematizados para una correcta selección tipográfica en el proceso de diseño de materiales de lectura para niños con baja visión, tuvo un enfoque experimental que tuvo como resultado un set de tipografías digitales que facilita la lectura para niños con baja visión. (Fortes, 2023)

El tercer antecedente es una investigación elaborada en el año 2020 por Apaza Tataje, Luis Castillo Agurto, Valeria Li Quevedo, Sebastián Salcedo Fajardo y Carlos Sánchez Figueroa de la universidad de ciencias y arte de américa latina Perú, titulado “La importancia de la tipografía como distintivo en la creación e identidad de imágenes corporativas en Perú en el 2019”, tuvo como objetivo establecer cuál es la importancia de la tipografía como distintivo en la creación e identidad de imágenes corporativas

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

en Perú en el 2019, la investigación tuvo un enfoque cualitativo con un alcance correlacional que tuvo como resultado la determinación que el diseño tipográfico para una empresa ayuda visualmente a posicionarse dentro de un sector competitivo. (Tataje et al., 2020)

1.1.2. Antecedentes Nacionales

Luego de realizar una consulta exhaustiva en repositorios nacionales, no se encontró antecedentes a nivel nacional relacionados con el proyecto a desarrollar.

1.1.3. Antecedentes Locales

El primer antecedente es una investigación elaborada en el año 2023 por Alexa del Rosario Arnúero Vanegas, Fátima Antonia Martínez Berrios, Isayana Isabel Álvarez Benavides de la universidad de ciencias comerciales, León, titulado “Estudio de los elementos del diseño gráfico en la comunicación visual para la elaboración de material didáctico en la educación de niños con capacidades diferentes en el periodo de enero a junio del 2023”, tuvo como objetivo “Analizar los elementos del diseño gráfico en la comunicación visual para la elaboración de material didáctico en niños con capacidades diferentes para el desarrollo de sus conocimientos y alcance de sus potencialidades”, la investigación es de tipo no experimental con un enfoque cualitativo y de corte transversal, tuvo como resultado que gracias a este estudio se pudieron tomar las normativas básicas del diseño como la forma, color y textura permitiendo al niño tener un proceso de enseñanza aprendizaje dinámicas acordes a su edad. (Alnuero et al., 2023)

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

1.2. Objetivos:

1.2.1. Objetivo General:

- Elaborar un manual de usos tipográficos asertivos, como material didáctico para la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario de la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), campus León, de julio a noviembre 2025.

1.2.2. Objetivos Específicos:

- Definir los fundamentos teóricos, históricos y técnicos de la tipografía en el ámbito del diseño Gráfico y Publicitario, a través de referencias bibliográficas especializadas
- Identificar las principales familias tipográficas, sus características y los contextos apropiados de su uso, mediante la revisión de literatura especializada.
- Diseñar un manual de usos tipográficos asertivos haciendo uso del software de diseño, Ilustrador e InDesign.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

1.3. Descripción del Problema.

La Universidad de Ciencias Comerciales (UCC) Campus león, se enfrenta el desafío contante de brindarles a sus estudiantes una formación integral con las herramientas y conocimientos más relevantes para el mercado laboral actual. En este contexto la tipografía juega un papel fundamental en la comunicación visual y en el diseño efectivo, influyendo directamente en la legibilidad, la jerarquía de la información, la identidad de la marca y la trasmisión de mensajes persuasivos en proyectos gráficos y publicitarios.

Se ha identificado una gran necesidad de fortalecer el conociendo y las prácticas relacionadas con el uso de la tipografía entre los estudiantes de la carrera. Actualmente la información sobre principios tipográficos, su correcta aplicación en diversos medios (Impresos y Digitales) y la selección adecuada de fuentes se encuentra dispersa en diversas asignaturas, materiales complementarios o se encuentra fragmentada. Esta falta de un recurso centralizado dificulta que los estudiantes tengan una comprensión integral y una habilidad consiente en la aplicación tipográfica. En consecuencia, de esta latente problemática, surge la necesidad de desarrollar un manual de usos tipográficos, que sirva como herramienta académica para los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario de UCC Campus León.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

1.4. Justificación

La necesidad de este manual surge de una problemática común en la formación de futuros diseñadores gráficos, la falta de una guía estructurada que consolide los principios de la tipografía como una herramienta de comunicación eficaz y asertiva. A menudo los estudiantes aplican la tipografía de forma intuitiva o meramente estética sin comprender su profundo poder para influir en la percepción, transmitir emociones y reforzar el mensaje, esto resulta en proyectos de diseño con jerarquías visuales débiles, legibilidad comprometida y un mensaje final poco coherente o profesional.

La importancia de este proyecto radica en que busca llenar ese vacío educativo, proporcionando una herramienta pedagógica que va más allá de la teoría básica. Al centrarse en el "uso asertivo" de la tipografía, el manual guiará a los estudiantes a tomar decisiones tipográficas conscientes, estratégicas y fundamentadas.

Los estudiantes tendrán una guía práctica y visual que les permitirá mejorar sus habilidades tipográficas, lo que se traducirá en la creación de proyectos más profesionales y efectivos. Esto les dará una ventaja competitiva en el mercado laboral al egresar.

Los docentes contarán con un recurso didáctico estandarizado que complementa sus clases, facilitando la enseñanza de un tema complejo y asegurando una comprensión más profunda por parte de los alumnos, La utilidad del manual es palpable. Servirá como un recurso de consulta permanente para los estudiantes a lo largo de su carrera, desde las asignaturas iniciales hasta los proyectos finales.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

1.5. Alcance y Limitaciones del Proyecto

1.5.1. Alcance:

Este proyecto tiene como finalidad el diseño y desarrollo de un manual de usos tipográficos que sirva como un recurso didáctico para los estudiantes y docentes de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario de la universidad de Ciencias Comerciales UCC Campus León.

El alcance del manual abarca criterios como; la elección y aplicación de fuentes, jerarquización de textos, interlineado, espaciado, alineación, estilos tipográficos, color y contraste, además de recomendaciones para diseños tanto impresos como digitales aplicado a trabajos académicos y proyectos visuales.

Así mismo el manual se enfocará en brindar ejemplos prácticos que permitan una fácil comprensión de los principios tipográficos, reforzando el aprendizaje teórico práctico de los estudiantes.

El alcance no incluye la implementación obligatoria del manual como normativa institucional, sino que se plantea como una propuesta académica de apoyo que puede ser adoptada, adaptada o ampliada por la coordinación de la carrera o por los docentes responsables de las asignaturas vinculadas al diseño tipográfico.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

1.5.2 Limitaciones del Proyecto:

Las limitaciones de un proyecto son los aspectos de este que no podrán cubrirse, que escapan a las posibilidades. Tales limitaciones en este proyecto son:

Limitado acceso a bibliografía especializada nacional, la mayoría de las referencias y fundamentos teóricos provienen de autores internacionales debido a la escasa producción académica local sobre tipografía aplicada en el ámbito educativo.

También la resistencia al cambio metodológico es una limitación bastante importante ya que algunos docentes o estudiantes podrían mostrar resistencia a la implementación del manual por estar habituados a criterios tipográficos personales o poco formalizados, lo cual podría dificultar su adopción inicial.

Los recursos tecnológicos y de impresión podrían dificultar la difusión impresa del manual ya que esto puede verse limitado por cuestiones presupuestarias de la institución o por falta de acceso a plataformas tecnológicas para su consulta digital.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

Marco Teórico / Marco Conceptual

Aquí se abordarán los conceptos tomados en consideración en el presente proyecto, está enfocado en los aspectos técnicos, teóricos y prácticos relacionados a la elaboración de un manual de usos tipográficos asertivos como herramienta didáctica para los estudiantes.

Tipografía: El término tipografía, que originariamente hacía referencia al arte de imprimir libros, proviene de las palabras griegas typos ('golpe', 'sello', 'impronta') y grapho ('escribir'). La tipografía se entiende hoy en día como la disciplina que tiene como objetivo hacer la apariencia de un texto tan atractiva y funcional como sea posible para captar la atención del lector y convertir su lectura en una experiencia eficaz y placiente. (Coral Piferrer, 2021)

Manual Tipográfico: En el ámbito académico, un manual tipográfico no solo estandariza el diseño visual, sino que también refuerza el proceso educativo al brindar a los estudiantes una base clara y estructurada sobre las buenas prácticas tipográficas. Como señala (Carlos, 2012)

Elementos de la Tipografía: Los elementos más destacados de una tipografía son cuatro: justificado o alineado, espaciado, grueso e interlineado. (Guayabero, 2023)

Características de la Tipografía: Cada tipo está compuesto por diferentes elementos, sus características, que componen una fuente. La más característica es la conocida como serifa, que también se llama remate. Este concepto se refiere a la forma de la terminación de cada letra. Se suele decir que una fuente suele tener o no serifa. Es decir, que cuenta con un pequeño remate en cada letra, o no lo tiene.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

La parte más importante que tiene cada letra son las astas. Estas pueden ser oblicuas (las de la V o la A), onduladas (las de la S) o transversales (las encontramos en la A y en la H).

La altura de la x, así como la de las mayúsculas, se refieren a las alturas que tienen las letras que se consideran de caja baja, y las de caja alta, respectivamente. Relacionada con la caja está el ascendente. Es decir, la parte de las letras que sobresale de la altura que tiene la caja baja. Tanto la b como la d están entre los tipos que tienen ascendente.

Opuesta a la ascendente hay otra característica de la tipografía: la descendente. En este caso es el trozo de tipo que está por debajo de la conocida como línea base de las cajas. Tanto de la baja como del alta. La p, la g o la j son ejemplos de tipos que tienen descendente. (Guayabero, 2023)

Tipos de Tipografía: En tipografía, existen varios tipos principales de fuentes, que se pueden clasificar en cuatro categorías principales: como serifa (o romanas), sin serifa (o de palo seco), manuscritas (o cursivas) y decorativas (o de exhibición).

Tipografía Serifa: Las tipografías con serifas poseen pequeños adornos o terminaciones en los extremos de las letras, lo que contribuye a una mayor legibilidad en textos impresos. (Lupton, 2010)

Tipografía sans Serif: Las tipografías sans serif no presentan terminaciones en sus trazos, lo que les confiere un aspecto más simple y moderno, ideal para su uso en pantallas. (Bringinghurst R. , 2013)

Tipografía Manuscritas: Las tipografías manuscritas imitan la escritura hecha a mano, a menudo con trazos fluidos y ornamentados, que evocan una sensación personal o informal (Lupton, 2010)

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

Tipografía Decorativa: Las tipografías decorativas están diseñadas para llamar la atención y transmitir una personalidad visual específica, siendo más adecuadas para títulos o elementos gráficos que para cuerpos de texto. (Lupton, 2010)

Diseño Gráfico: el diseño gráfico es “el proceso de planear y proyectar ideas visuales con contenido textual y gráfico, destinado a comunicar mensajes específicos a una audiencia determinada”. Esta práctica se desarrolla en medios impresos, digitales y audiovisuales, y abarca áreas como la identidad visual, la publicidad, el diseño editorial, el diseño web y el diseño de empaques, entre otros. (Meggs, 2012)

Software de Diseño: Según (Landa, 2018) el software de diseño proporciona los medios para aplicar principios visuales a través de herramientas digitales, permitiendo al diseñador transformar ideas en soluciones gráficas eficaces. Entre los programas más utilizados se encuentran Adobe Ilustrador, Photoshop, InDesign, CorelDRAW.

Pedagogía: según (Barriga, 2005) "la pedagogía es una disciplina que se ocupa del estudio de la educación y de los procesos formativos en contextos intencionales, como la escuela"

Composición visual: “La composición tipográfica no se trata solo de elegir una fuente, sino de establecer relaciones espaciales entre letras, palabras y bloques de texto que guíen al lector a través del contenido” (Lupton, 2010)

Jerarquía Tipográfica: La jerarquía tipográfica es el principio de organización visual que guía al lector a través del contenido, estableciendo niveles de importancia entre distintos elementos textuales mediante el uso de tamaño, peso, color, estilo o posición del texto (Samara, 2002) Su propósito es facilitar la lectura, destacar lo más relevante y estructurar la información de manera lógica y atractiva.

Anatomía de la letra: La anatomía de la letra hace referencia a los componentes estructurales que conforman cada carácter tipográfico, como la asta, la altura de x, la

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

línea base, los remates (o serifas), los trazos, entre otros. Comprender esta anatomía permite a diseñadores y tipógrafos analizar y crear fuentes con mayor precisión y coherencia visual (Lupton, 2010)

Familias tipográficas: "Llamamos familia tipográfica a un grupo de signos alfabéticos y no alfabéticos que comparten las mismas características estructurales y estilísticas. Esto hace que las podamos reconocer dentro de un mismo sistema. En una familia tipográfica podemos encontrar todos los elementos necesarios para poder escribir un texto de cualquier clase o idioma." (Marc Salinas, 2023)

La comunicación publicitaria: "La comunicación publicitaria es el proceso mediante el cual se transmiten mensajes persuasivos a través de medios masivos o digitales, con la intención de promover productos, servicios o ideas y generar una respuesta del público objetivo" (William F. Arens, 2011)

Interlineado: El interlineado es el área entre las líneas del texto, también conocido como espacio vertical.

Teoría del color: Se conoce como teoría del color a un conjunto de reglas básicas que guían la mezcla, la interacción, las propiedades y la percepción de los colores. Esta teoría es fundamental para diversas disciplinas, entre ellas, el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta y la producción audiovisual. (Pirela Sojo, 2025)

Comunicación escrita: La comunicación escrita es aquella que se establece a través de las palabras impresas o manuscritas, así como de cualquier otro código escrito. El emisor y el receptor deben compartir el conocimiento de ese código para que la comunicación sea efectiva.

En esta clase de comunicación, el emisor escribe y el receptor lee. Siempre, como canal, debe haber un soporte físico que contenga la escritura, ya sea una hoja de papel, la pantalla de una computadora o incluso una pared. (Farías, 2025)

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

Legibilidad: la legibilidad está asociada a la claridad del mensaje, garantizando que el contenido pueda leerse y comprenderse. Factores como el tamaño de la fuente, el espaciado entre letras (kerning), el interlineado (leading) y el espaciado entre palabras influyen significativamente en la legibilidad. (Bringhurst R. , 1992)

Psicología de la tipografía: el factor psicológico en la tipografía abarca el poder de evocar emociones y percepciones. Las formas y estilos de las letras pueden influir en cómo se siente un mensaje. Por ejemplo, una tipografía cursiva y ornamentada transmite elegancia y sofisticación, mientras que una tipografía simple y redondeada resulta directa y amigable. La tipografía influye también en la atención y recordación del lector. Textos legibles bien diseñados pueden mejorar la retención de información, mientras que tipografías complejas pueden causar fatiga visual y disminuir la atención. (Bringhurst R. , 1992)

Identidad: la tipografía es muy importante para crear identidad visual de marca. Una tipografía distintiva hace que una marca sea reconocible al instante, comunicando inmediatamente sus valores asociados y personalidad.

Las marcas exitosas utilizan tipografías coherentes para reforzar su identidad en todos sus textos, construyendo una identidad visual sólida, a la vez que logran destacarse en el mercado. Las tipografías personalizadas brindan una ventaja competitiva al crear una apariencia única y memorable. (Bringhurst R. , 1992)

Tipografía en la era de la inteligencia artificial: La tipografía en la era de la inteligencia artificial vive transformaciones significativas, tal como menciona (Mustafa, 2023) La inteligencia artificial permite automatizar la creación rápida y eficiente de fuentes personalizadas, analizando grandes cantidades de datos y generando nuevas tipografías adaptadas a necesidades específicas. Esto permite a los diseñadores ahorrar tiempo y obtener tipografías únicas con facilidad y rapidez. Asimismo, la creación de tipografías con inteligencia artificial según parámetros definidos permite a los diseñadores explorar y generar múltiples estilos tipográficos, descubriendo combinaciones innovadoras.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

2.2. Marco Legal

Este capítulo incorpora todas aquellas leyes, reglamentos, ordenanzas y decretos que están involucradas en el desarrollo de este proyecto.

Tabla 1 *Marco Legal*

Nombre de la ley	Artículo	Ámbito	Aplicación al proyecto
Ley General Educación	Artículo 117	Nacional	Este artículo respalda el enfoque pedagógico del manual tipográfico, que busca integrar teoría y práctica, promoviendo competencias científicas, técnicas y culturales.
	Artículo 125	Nacional	Avala la capacidad de la UCC para desarrollar e implementar su propio manual tipográfico como parte de su autonomía académica.
Ley No. 582 – Ley General de Educación (2006)	Artículo 12	Nacional	Estos artículos refuerzan el valor del manual como herramienta para fomentar el aprendizaje práctico, técnico y creativo en la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario.
Ley No. 89 – Ley de Autonomía de las Instituciones de Educación	Artículo 4	Nacional	Este marco legal avala la creación de materiales como el manual tipográfico, ajustado a los fines formativos y metodológicos de la institución.


Fuente: elaboración propia de la autora

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

2.3 Marco Institucional:

En este apartado se enumeran todos los organismos o instituciones que establecen relación con la aplicación de este proyecto técnico.

Tabla 2 *Institución vinculada al proyecto técnico*

Nombre de la institución:	Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), campus León.
Descripción general:	Institución de educación superior con más de 40 años de trayectoria. Se enfoca en formar profesionales éticos y competentes, con responsabilidad social y capacidades para contribuir al desarrollo sostenible de Nicaragua.
Misión institucional:	Formar profesionales altamente competentes, éticos, con responsabilidad social, capaces de contribuir al desarrollo sostenible del país.
Vinculación con el tema:	El manual de usos tipográficos está enfocado en ser una herramienta académica para la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario de UCC Campus León.
Línea de investigación:	Ayuda a fortalecer la educación de los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario con este material didáctico que va enfocado en brindar una guía práctica para que pueda ser aplicada en futuros trabajos académicos y profesionales.
Logo de la institución	

Fuente: Elaboración propia de la autora

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de Proyecto

Según la procedencia de capital: Este es un proyecto privado debido a que está vinculado a una institución educativa de gestión privada en este caso, la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), campus León, la cual no forma parte del sistema público de educación superior en Nicaragua.

Según el sector: este proyecto pertenece al sector educativo privado, ya que tiene fines formativos y pedagógicos y está orientado al fortalecimiento del proceso de aprendizaje.

Según el ámbito o perfil profesional: Se enmarca en el perfil profesional de Diseño Gráfico y Publicitario porque aborda competencias esenciales y específicas de esta disciplina, como el manejo consiente y estratégico de la tipografía para la comunicación visual.

Según su orientación: este proyecto es educativo porque este manual se desarrolla como una herramienta pedagógica destinada a facilitar la comprensión y aplicación práctica de los principios tipográficos.

Según área de influencia: este es un proyecto local porque está registrado geográficamente al campus León de UCC.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

3.2. Unidad de Análisis

La Unidad de análisis de este proyecto técnico son los estudiantes de la carrera de diseño gráfico y publicitario de UCC Campus León.

3.2.1. Área de estudio:

Figura 1 Macro localización de la ciudad de León



Fuente: Google maps

Figura 2 Micro localización UCC Campus León



Fuente: Google maps

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

Se considera como universo a la universidad de ciencias comerciales (UCC) Campus León

3.2.2. Población:

Según la coordinación de ARQ, DGP e IS de la universidad de ciencias comerciales UCC Campus León, la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario cuenta con 95 estudiantes en total contando el turno diurno y el turno sabatino. Siendo estos 95 estudiantes la población total del estudio.

Tabla 3 Marco Muestral

Año	Turno	Total, de estudiantes
2do año	Diurno	13
2do año	Sabatino	7
Total		20

Fuente: Elaboración propia de la autora.

3.2.3. Tamaño de la muestra:

20 estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario.

3.2.4 Tipo de muestreo:

Tipo de muestreo por cuota, en un muestreo por cuota se seleccionan participantes que cumplan ciertos criterios para asegurar representatividad dentro de subgrupos específicos. Los siguientes criterios asegurarán que los participantes seleccionados sean pertinentes para el estudio:

- Ser estudiante activo de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario, debe estar matriculado en el II semestre académico 2025 en la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), Campus León.
- Haber cursado al menos el segundo semestre de la carrera, esto garantiza un conocimiento básico o intermedio sobre diseño, y una posible experiencia previa con tipografía.

Luego del análisis previo, el número de estudiantes que están dentro de los criterios de inclusión de este proyecto son 20 estudiantes, a los cuales se les aplicara la encuesta.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En esta tabla se procura sintetizar toda la información referente a los instrumentos de recolección de datos para este proyecto.

Tabla 4 *Técnicas de recolección de datos*

Técnicas de recolección de datos	Tipos	Instrumentos de recolección de datos	Herramientas o recursos materiales
Encuesta	Preguntas: Escritas Forma: por teléfono	Guía de encuesta	Celular, internet, formularios en línea y Word
Observación	No estructurada	Diario de notas	Libreta de notas
Análisis Documental	Análisis de contenido	Documentos de instrucción	Revisiones bibliográficas en bases de datos científicas

Fuente: Elaboración propia de la autora.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

3.4. Confiabilidad y validez de los instrumentos.

Para asegurar la confiabilidad y la validez de los instrumentos utilizados en el proyecto, se aplicarán varias estrategias, en primer lugar, se implementará la triangulación de fuentes, la cual consiste en la comparación de la información obtenida a través de diferentes métodos, como encuestas, análisis documental y la observación, garantizando así la consistencia y solidez de los datos.

También se utilizó el instrumento SPSS, se implementó para validar las encuestas realizadas a través del alfa de Cronbach con un total de un total de 9 preguntas para obtener una valoración del 0.786 que a continuación se presenta:

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	10	100.0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.786	5

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

3.5. Procesamiento de datos y análisis de la información

El análisis de la información se realizó por medio de la plataforma de Google Works pace para difundir la encuesta con la muestra correspondiente. Para la elaboración del documento se utilizarán programas de Microsoft Office y software de diseño.

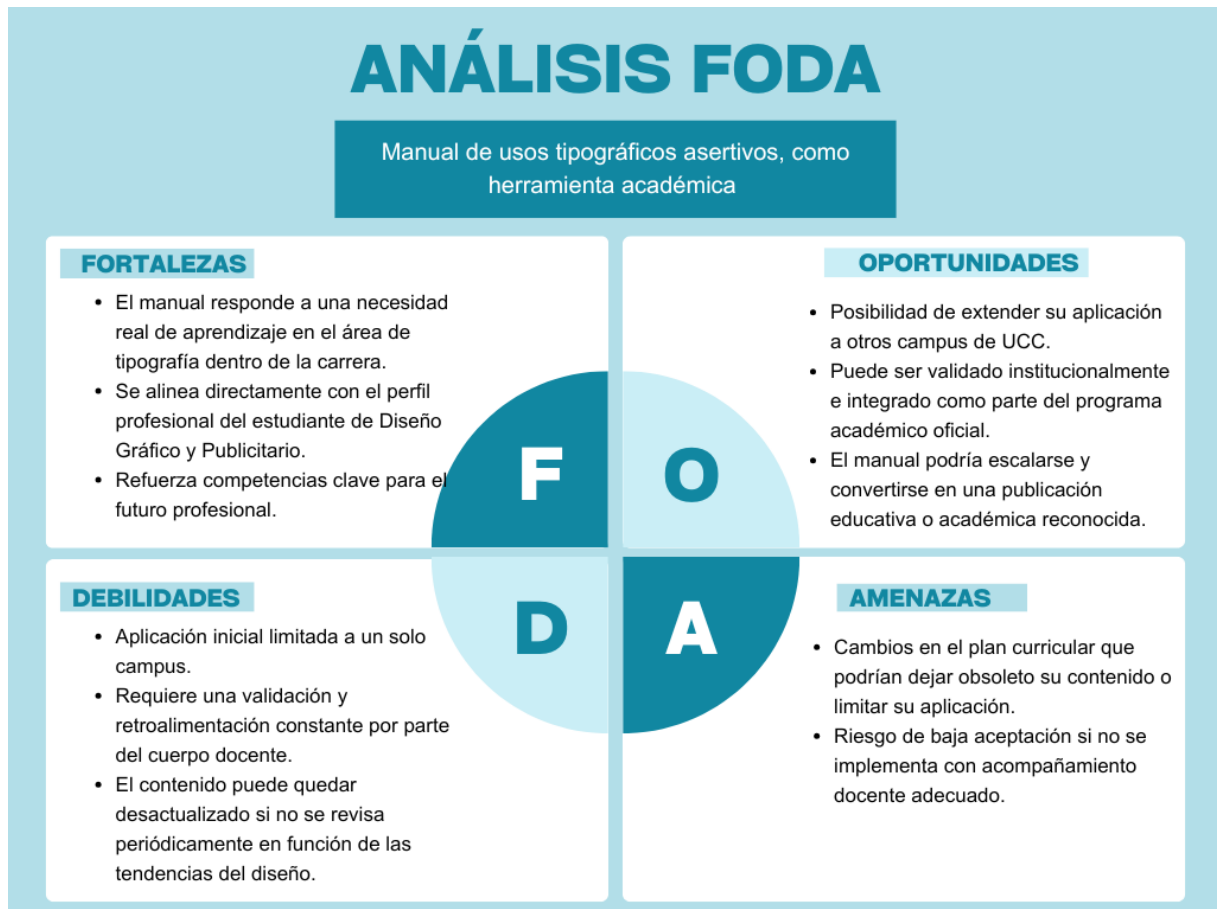
- Microsoft Word: es un software informático procesador de texto, uno de los más utilizados a la hora de trabajar con documentos digitales, que nació de la mano de IBM en 1981. Esta herramienta es útil para crear una amplia variedad de documentos profesionales de forma rápida y sencilla. Además, es una de las más populares en la actualidad.
- Software Ilustrador: más conocido es Adobe Illustrator, una herramienta de diseño gráfico profesional utilizada para crear gráficos vectoriales, como logotipos, iconos e ilustraciones, que se pueden escalar infinitamente sin perder calidad. Este programa permite a los diseñadores manipular formas, colores y tipografía para producir resultados de alta calidad para impresión, web y dispositivos móviles.
- Software Indising: es un software profesional de diseño y maquetación utilizado para crear y publicar contenido para medios impresos y digitales, como revistas, libros, folletos, carteles, pdf interactivos y contenido para tabletas y web.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

CAPITULO IV: FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica que permite identificar factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas). (Keller, 2016)

Figura 3 FODA



Fuente: Elaboración propia de la autora.

Este FODA fue aplicado como un sondeo previo, para ver qué tanta factibilidad tiene para la universidad UCC campus león, aplicar este dicho manual tipográfico de usos asertivos.

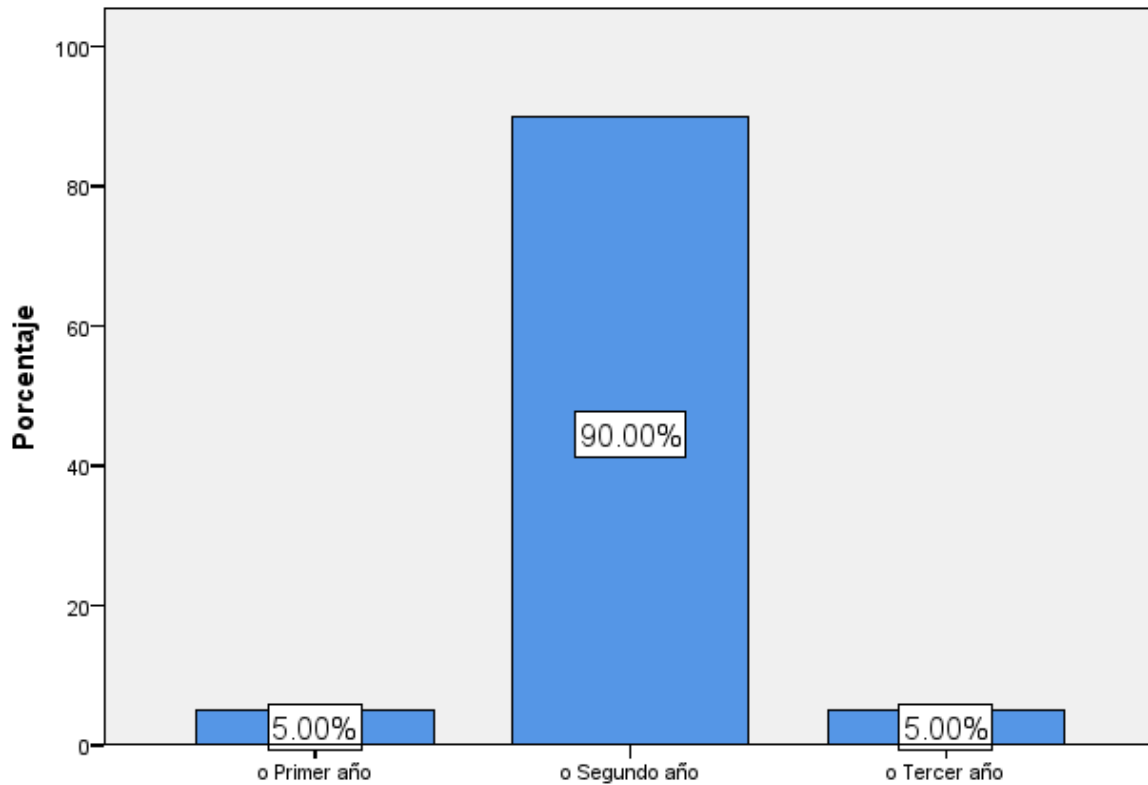
MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

CAPITULO V: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1. Análisis de la encuesta

1. Año cursado del estudiante

Figura 4 Año que cursa el encuestado



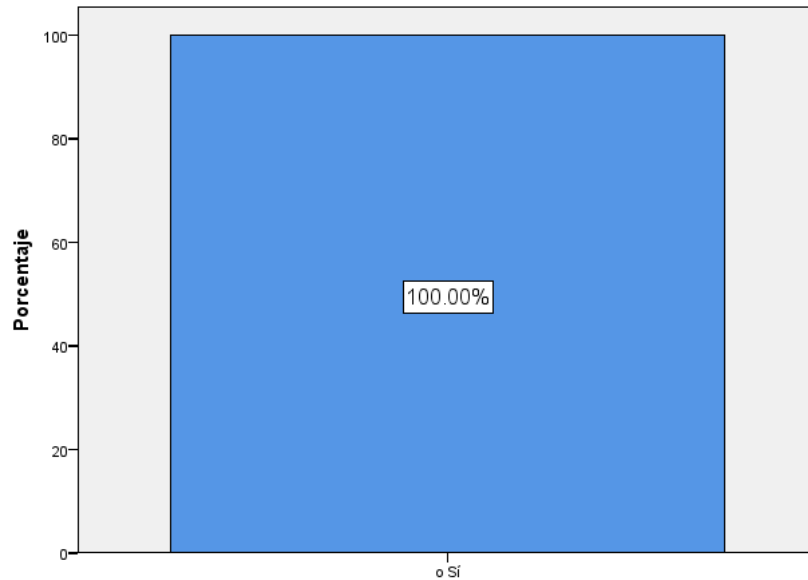
Fuente: Elaboración propia de la autora.

Según los resultados de la figura 4, se observa que el 90% corresponde a estudiantes de segundo año, 5% a estudiantes de primer año y 5% a estudiantes de tercer año.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

2. ¿Has cursado o estás cursando alguna materia relacionada con la tipografía?

Figura 5 Pregunta 2



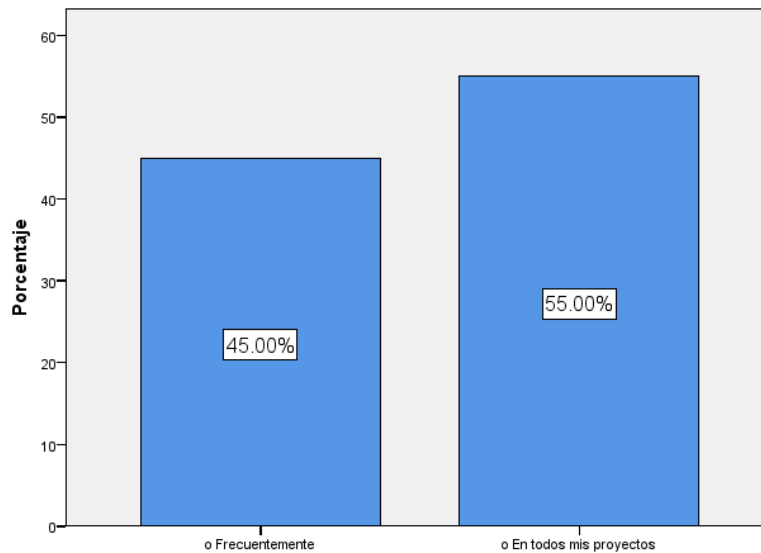
Fuente: Elaboración Propia de la autora.

Según los datos de la figura 5 Se observa que el 100% de los estudiantes ya ha cursado alguna clase relacionada con tipografía.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

3. ¿Con qué frecuencia utilizas la tipografía en tus proyectos académicos?

Figura 6 Pregunta 3



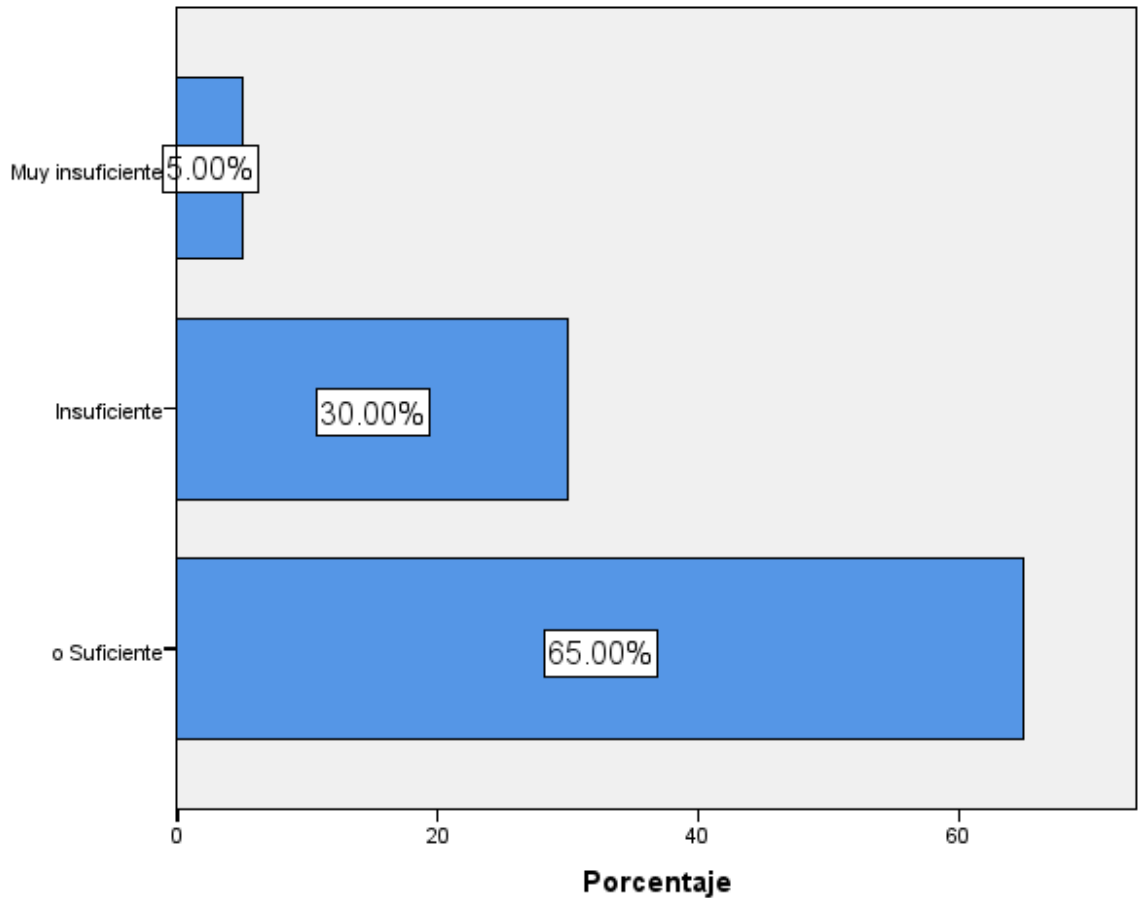
Fuente: Elaboración propia de la autora.

Según la figura 6, el 55% de las respuestas correspondan a que los estudiantes usan tipografía en todos sus proyectos y el 45% corresponde a que los estudiantes usan frecuentemente la tipografía.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

4. ¿Consideras que tu conocimiento sobre tipografía es suficiente para tus proyectos?

Figura 7 Pregunta 4



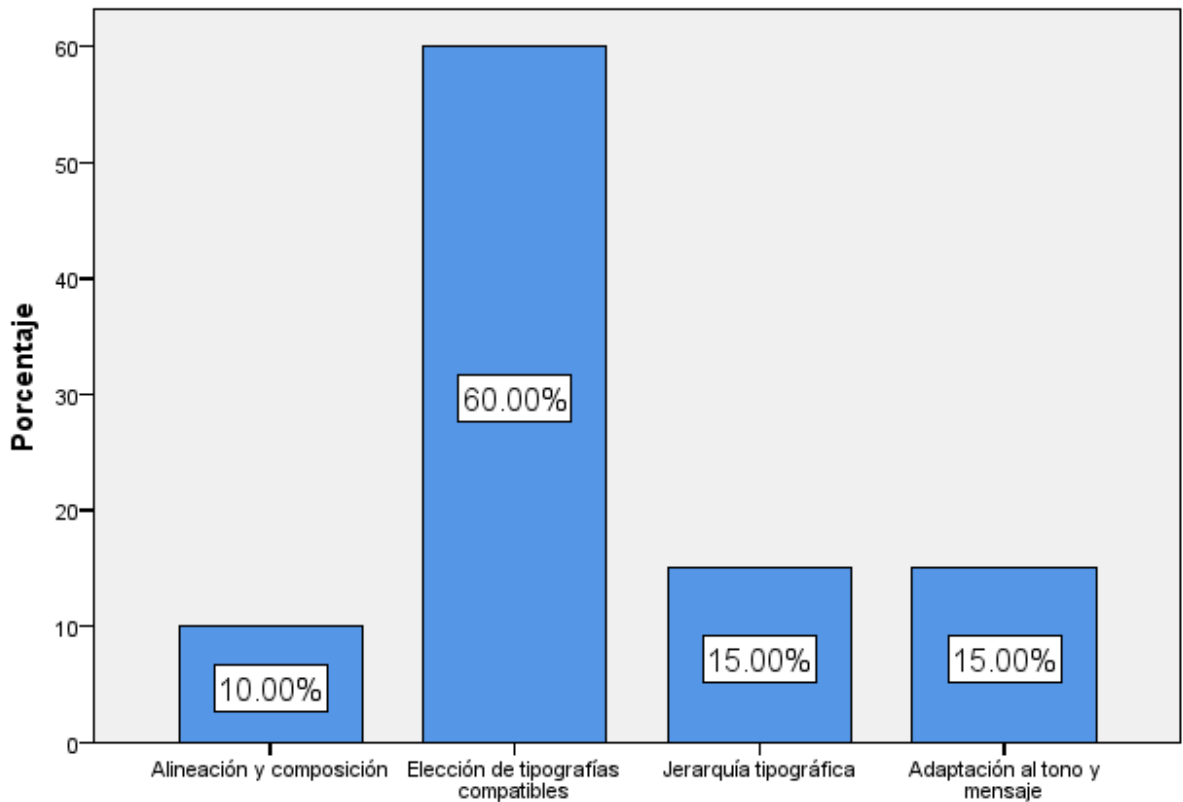
Fuente: Elaboración Propia de la autora.

Según la figura 7, el 30% corresponde insuficiente lo que evidencia la necesidad de reforzar los conocimientos en el área de tipografía.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

5. ¿Qué aspectos de la tipografía te resultan más difíciles de aplicar? (Puedes seleccionar varias opciones)

Figura 8 Pregunta 5



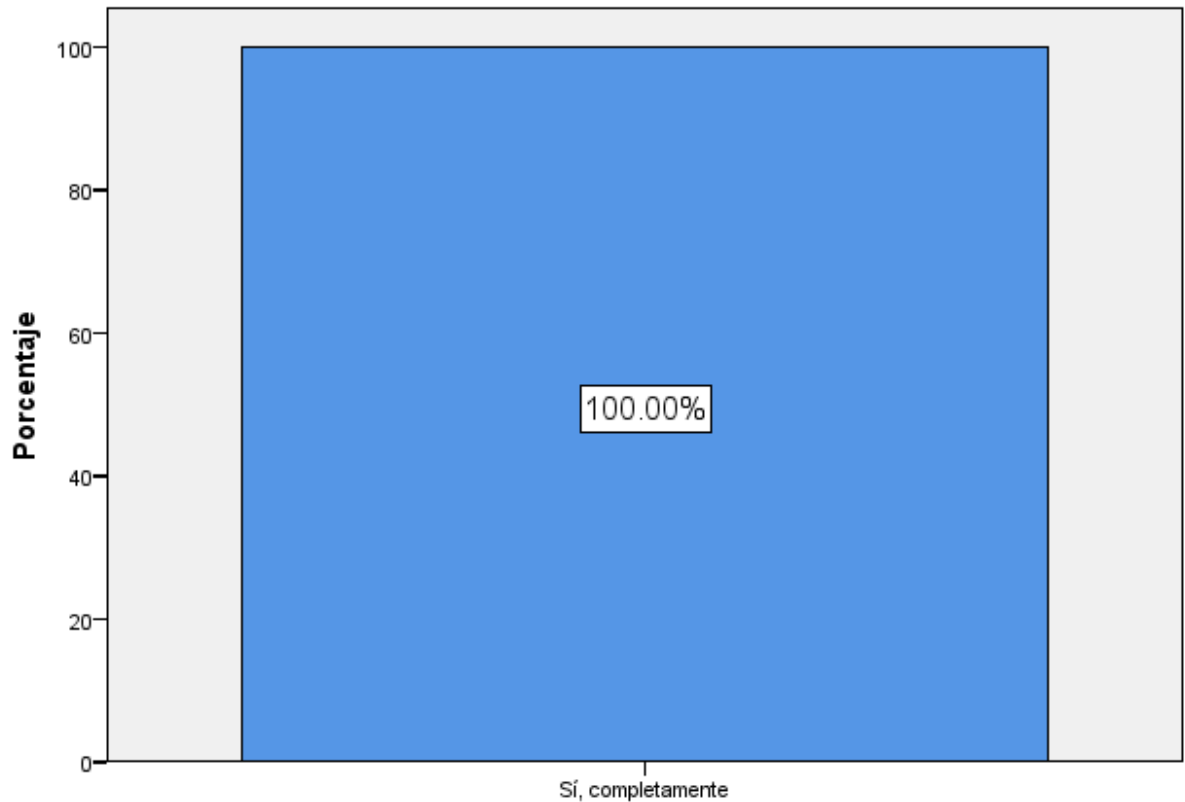
Fuente: Elaboración Propia de la autora.

Según la figura 8, se muestra un 10% en la respuesta alineación y composición, un 65% en elección de tipografías compatibles, un 15% en jerarquía tipográfica y un 15% en adaptación al tono y mensaje.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

6. ¿Estarías interesado en tener un manual de usos tipográficos diseñado específicamente para la carrera en la UCC?

Figura 9 Pregunta 6



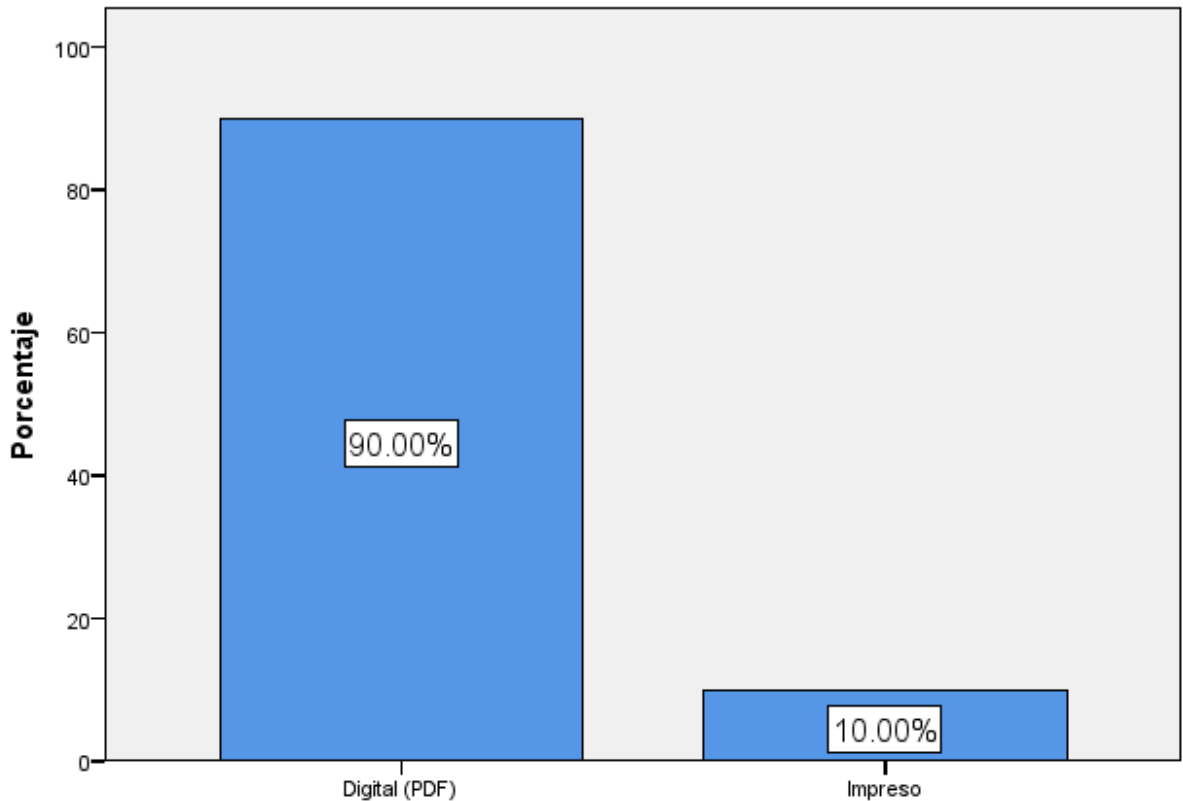
Fuente: Elaboración Propia de la autora.

Según la figura 9, los estudiantes muestran un 100% de interés por la aplicación del manual, dejando reflejado que este es un tema de interés, porque les facilitara la manera de aprender a aplicar las tipografías en proyectos a futuro, tanto académicos como profesionales.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

7. ¿Qué formato preferirías para este manual? (Puedes seleccionar varias opciones)

Figura 10 Pregunta 7



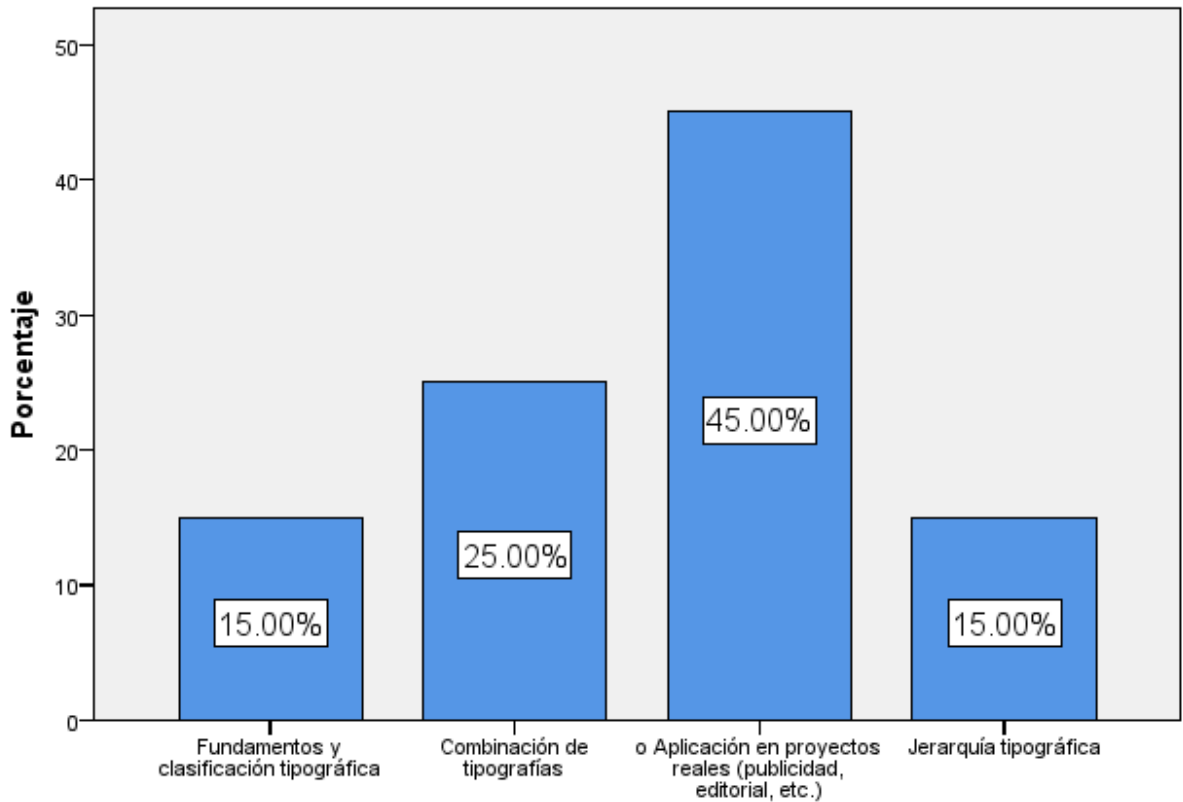
Fuente: Elaboración Propia de la autora.

Según la figura 10, el 90% de los estudiantes refleja un mayor interés por un manual digital en formato PDF, pero también un 10% responde a que impreso también sería de su agrado, por este motivo sería de vital importancia que en la universidad se manejaran los dos tipos de formatos.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

8. ¿Qué temas consideras que son los más importantes que debería incluir este manual? (Puedes seleccionar varias opciones)

Figura 11 Pregunta 8



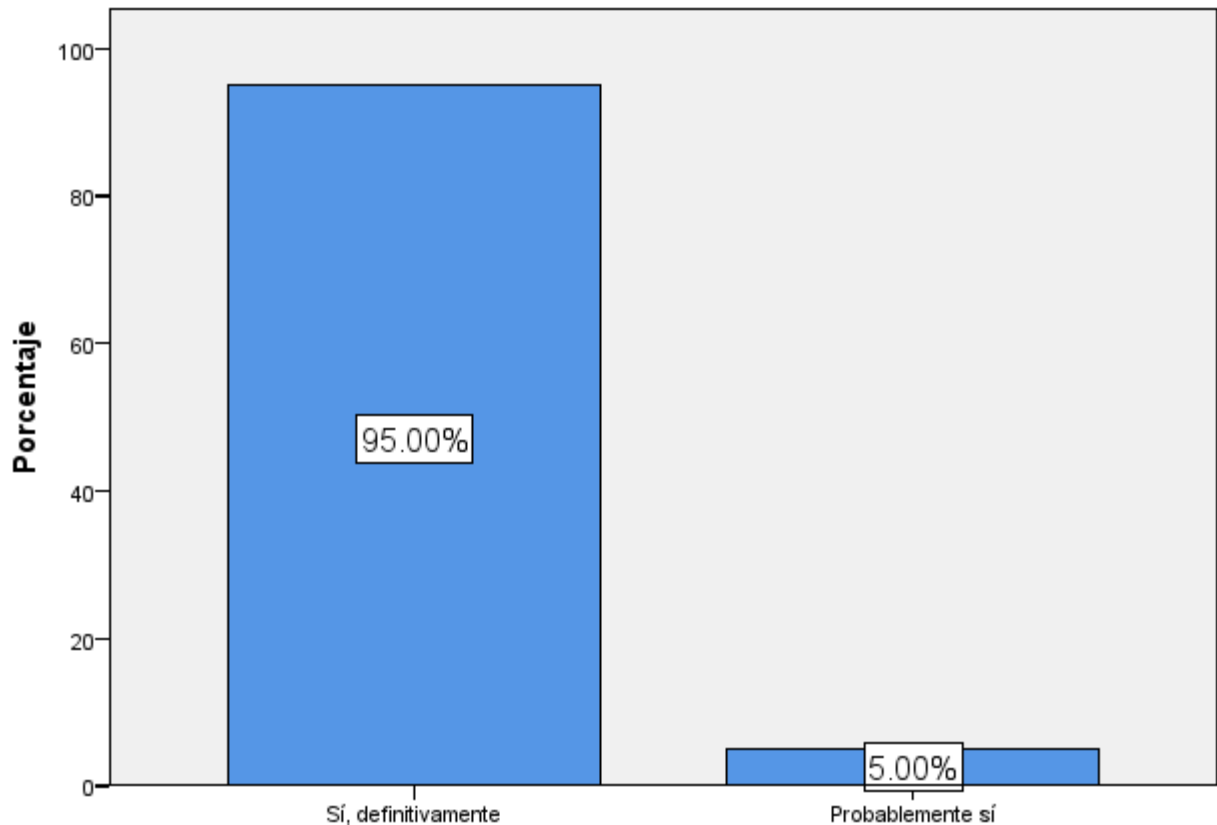
Fuente: Elaboración propia de la autora.

Según la figura 11, aquí se muestran los temas a considerar para incluir en el manual, siendo la parte de aplicación de tipografías en proyectos reales la de mayor interés para los estudiantes reflejando el 45%, también tiene relevancia para ellos la combinación de tipografías con un 25%.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

9. ¿Crees que un manual como este mejoraría la calidad de tus proyectos académicos?

Figura 12 Pregunta 9



Fuente: Elaboración Propia de la autora.

Según la figura 11, se refleja un interés rotundo de los estudiantes, esto es una gran oportunidad para el desarrollo e implantación del manual ya que queda totalmente demostrado la necesidad latente en los estudiantes por obtener un material didáctico que los ayude a instruirse con los temas relacionados a la tipografía.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

5.2. Manual de usos tipográficos asertivos.

El presente Manual de Usos Tipográficos Asertivos ha sido diseñado como un recurso didáctico para estudiantes y docentes de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario de la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), campus León. Su propósito es fortalecer el conocimiento y la aplicación correcta de la tipografía en proyectos académicos y profesionales, promoviendo el uso consciente, funcional y estéticamente coherente de los elementos tipográficos.

5.2.1 Índice del manual

1. Introducción
2. Objetivos del manual
3. Fundamentos de la Tipografía
 - Historia breve de la tipografía
 - Clasificación tipográfica
 - Anatomía de la letra
 - Principios de legibilidad y lectura
3. Usos Tipográficos en el Diseño Gráfico
 - Tipografía y comunicación visual
 - Jerarquía y estructura
 - Composición tipográfica
 - Uso del color y contraste en tipografía
4. Errores Comunes y Buenas Prácticas
 - Fallos frecuentes en proyectos académicos
 - Casos ilustrativos (antes y después)
5. Conclusiones y Recomendaciones
6. Bibliografía

5.2.2 Páginas internas del manual

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

Figura 13 Pagina interna del manual



Fuente: Elaboración propia de la autora

Figura 14 Pagina interna del manual



Fuente: Elaboración propia de la autora

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

5.3 Presupuesto del manual

Este presupuesto contempla los costos asociados a la edición, diseño y producción impresa y digital de manual de usos tipográficos asertivos, Su finalidad es garantizar una implementación efectiva y de calidad del manual, en beneficio del proceso formativo de los estudiantes y del fortalecimiento de los recursos académicos de la universidad.

Tabla 5 *Presupuesto del manual*

Concepto	Descripción	Costo
Edición y diseño del manual.	Diseño editorial, diagramación, selección y aplicación tipográfica	C\$ 5,460
Producción digital del manual	Formato PDF interactivo, adaptable a plataforma.	C\$3,000
Impresión institucional (30 copias)	Impresión a color, encuadernado, tamaño carta	C\$15,500
Total		C\$23,960

Fuente: Elaboración propia de la autora.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Se diseñó un manual práctico y académico este recurso consolida la teoría y práctica tipográfica en un solo documento, facilitando la comprensión y aplicación de principios tipográficos en proyectos académicos y profesionales.

Se recopilaron y organizaron los principales fundamentos teóricos, históricos y técnicos de la tipografía a través de bibliografía especializada, lo que permitió establecer una base sólida que sustenta el contenido del manual.

Se lograron identificar y describir las familias tipográficas más relevantes, detallando sus características visuales y los contextos adecuados para su implementación.

El manual fue diseñado y maquetado con herramientas profesionales de diseño, lo que garantizó un producto académico de alta calidad visual y técnica.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

CAPITULO: VII RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la Universidad de ciencias comerciales UCC campus León validar el manual con el cuerpo docente de la carrera, se podría realizar una prueba piloto con estudiantes de la carrera.
- Actualizar el contenido del manual frecuentemente, para que su información siempre sea relevante y no se quede obsoleto.
- Digitalizar el manual, para si facilitar su defunción entre los estudiantes, subiendo el documento pdf a la plataforma en línea.
- Implementarlo a las demás cedes de UCC.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alnuero, A., Martínez, F., & Álvarez, I. (2023). Estudio de los elementos del diseño gráfico en la comunicación visual para la elaboración de material didáctico.
- Barriga, F. D. (2005). *Teoría y diseño curricular: Un enfoque didáctico*. México: Trillas .
- Brigham, R. (1992). *The Elements of Typographic Style*. Hartley & Marks, Publishers.
- Brigham, R. (2013). *The elements of typographic style (4.ª ed.)*. Hartley & Marks Publishers.
- Carlos, J. (2012). *La esquemática del diseño gráfico*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Coral Piferrer, I. B. (2021). *La tipografía* .
- Farías, G. (19 de julio de 2025). *Comunicación escrita. Enciclopedia*.
- Figuerola, C. V. (2024). *Desarrollo de tipografías para el uso emocional de music lyric*.
- Fortes, C. M. (2023). *Repositorio universidad de Chile* .
- Guayabero, Ó. (20 de Abril de 2023). *ES DESING*.
- Keller, P. K. (2016). *Dirección de marketing (15ª ed.)*. Pearson Educación.
- Landa, R. (2018). *Graphic design solutions (6th ed.)*. Cengage Learning.
- Lupton, E. (2010). *Pensar con tipos: Una guía crítica para diseñadores, escritores, editores y estudiantes (2.ª ed.)*. Gustavo Gili.
- Marc Salinas, J. J. (2023). *Tipografía avanzada (2.ª ed.)*. Fundació Universitat Oberta de Catalunya.
- Meggs, P. B. (2012). *Historia del diseño gráfico (5.ª ed.)*. Gustavo Gili.
- Mustafa, B. (2023). *The Impact of Artificial Intelligence on the Graphic Design Industry*.
- Pirela Sojo, F. (17 de julio de 2025). *Concepto*.
- Samara, T. (2002). *Manual de diseño gráfico: Principios y prácticas (3.ª ed.)*. Barcelona : Promopress.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

Tataje, A., Castillo, L., Quevedo, V., & Salcedo, S. (2020). *La importancia de la tipografía como distintivo en la creación e identidad de imágenes corporativas en puru.*

William F. Arens, M. F. (2011). *Publicidad (12.^a ed.)*. McGraw-Hill.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta

1. ¿En qué año de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario te encuentras actualmente?
 - Primer año
 - Segundo año
 - Tercer año
 - Cuarto año
2. ¿Has cursado o estás cursando alguna materia relacionada con la tipografía?
 - Sí
 - No
3. ¿Con qué frecuencia utilizas la tipografía en tus proyectos académicos?
 - Nunca o casi nunca
 - De vez en cuando
 - Frecuentemente
 - En todos mis proyectos
4. ¿Consideras que tu conocimiento sobre tipografía es suficiente para tus proyectos?
 - Muy insuficiente
 - Insuficiente
 - Suficiente
 - Muy suficiente
5. ¿Qué aspectos de la tipografía te resultan más difíciles de aplicar? (Puedes seleccionar varias opciones)
 - Combinación de fuentes
 - Jerarquía visual
 - Legibilidad
 - Manejo de programas (kerning, tracking, etc.)
 - Otros: _____

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

6. ¿Estarías interesado en tener un manual de usos tipográficos diseñado específicamente para la carrera en la UCC?
 - Sí, completamente
 - Sí, en cierta medida
 - No estoy seguro
 - No, no me interesa
7. ¿Qué formato preferirías para este manual? (Puedes seleccionar varias opciones)
 - Digital (PDF)
 - Impreso
 - Plataforma en línea
8. ¿Qué temas consideras que son los más importantes que debería incluir este manual? (Puedes seleccionar varias opciones)
 - Fundamentos y clasificación tipográfica
 - Combinación de tipografías
 - Aplicación en proyectos reales (publicidad, editorial, etc.)
 - Historia de la tipografía
 - Jerarquía tipográfica
 - Relación de la tipografía y las emociones
9. ¿Crees que un manual como este mejoraría la calidad de tus proyectos académicos?
 - Sí, definitivamente
 - Probablemente sí
 - No lo creo
 - No, en lo absoluto

Fuente: creación propia de la autora.

MANUAL DE USOS TIPOGRÁFICOS ASERTIVOS COMO RECURSO DIDÁCTICO.

Anexo 2 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	06- 07- 2025	13- 07- 2025	20- 07- 2025	27- 07- 2025	03- 08- 2025	10- 08- 2025	17- 08- 2025	28- 09- 2025
ANÁLISIS DE LA LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN								
DEFINICIÓN DEL TEMA DE PROYECTO.								
ANTECEDENTES HISTÓRICOS.								
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO								
CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL								
CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO								
CAPITULO VI: DIAGNOSTICO								
ENTREGA DEL DOCUMENTO								