

UNIVERSIDAD DE

LONDRES

Taller de Tipografía Avanzada

Bloque Básico

Compilador:
Lic. Dalia Álvarez Juárez

Licenciatura en Diseño Gráfico

CONOCERSE ACEPTARSE AMARSE CUIDARSE SUPERARSE TRANSMITIR TRANSFORMAR

Índice

Índice	1
Introducción	4
Objetivo general	5
Tema 1. Evolución histórica de la tipografía expresiva moderna	6
Objetivo de Aprendizaje	6
Introducción	7
1.1 1910: Futurismo	7
1.2 1915: Dadaísmo	8
1.3 El Lissitzky y el constructivismo	8
1.4 Van Doesburg y De Stijl	12
1.5 La Bauhaus	13
1.5.1 Paul Rand	15
1.5.2 Eric Gill	18
1.6 1960: Tipografía – Imagen de los Estados Unidos	19
1.6.1 Milton Glaser	21
1.6.2 Hermann Zapf	21
1.7 Los setenta: El nuevo funcionalismo	22
1.7.1 Herb Lubalin	23
1.7.2 La aparición de la International Typeface Corporation	24
1.8 Escuela de Basilea (Basel)	25
1.8.1 Jan Tschichold	29
1.8.2 Adrian Frutiger	30
1.9 Los ochenta's y el New Wave	31
1.9.1 Wolfgang Weingart	32
1.9.2 April Greiman	33
1.9.3 Katherine McCoy	33
1.10 Nuevas fuentes digitales.	33
1.10.1 Neville Brody.	35
1.10.2 Rudy Vanderlans	37
1.10.3 Zuzana Licko	40
1.11 La tipografía contemporánea en México	44
1.11.1 Enrique Ollervides y Hula + Hula	46
1.11.2 Gabriel Martínez Meave	47
1.11.3 Ignacio Peón.	48
1.11.4 Gonzalo García Barcha	49
Conclusión	49
Tema 2. Papel del diseñador en el diseño tipográfico	51
Objetivo de aprendizaje	51
Introducción	51
2.1 Objetividad y subjetividad	52

2.1.1 ¿El diseñador como “autor”?	53
2.2 “Lectura” y comunicación	53
2.2.1 La “lectura – escritura” en la producción del texto	55
Conclusión	56
Tema 3. El uso de la gramática plástica en la tipografía expresiva	57
Objetivo de aprendizaje	57
Introducción	57
3.1 Elementos afectados	58
3.1.1 La letra	58
3.1.2 La palabra	60
3.1.3 La línea	61
3.1.4 El bloque	62
3.1.5 La columna	63
3.1.6 La retícula	64
3.1.7 La página	66
3.2 Los parámetros / contrastes	67
3.2.1 Forma / contraforma	68
3.2.2 Proporción / desproporción	69
3.2.3 Unidad / fragmentación	69
3.2.4 Regularidad / irregularidad	69
3.2.5 Continuidad / discontinuidad	69
3.2.6 Simetría / asimetría	70
3.2.7 Opacidad / transparencia	70
3.3 Lo textual y lo “visual”. El ver y el leer	70
Conclusión	71
Tema 4. Las alternativas contemporáneas de tipografía expresiva y los efectos producidos	72
Objetivo de aprendizaje	72
Introducción	72
4.1 La tipografía como signo	73
4.1.1 Algo más sobre percepción	74
4.2 La tipografía como texto	76
4.3 La tipografía como imagen	77
Conclusión	78
Tema 5. Creación del alfabeto y / o aplicaciones de la tipografía	79
Objetivo de aprendizaje	79
Introducción	79
5.1 Alfabeto	79
5.1.1 Determinación del concepto	80
5.1.2 Función	80
5.1.3 Características	81

5.1.4 Estilo	82
5.2 Caligrafía	82
5.3 Tipografía expresiva	84
5.3.1 Logotipo o marca	84
5.3.2 Páginas de revistas	84
5.3.3 Anuncio de publicidad	85
5.3.4 Portada e interiores de discos compactos	86
5.3.5 Página web	86
Conclusión	89
Tema 6. Los límites de la experimentación tipográfica por computadora	90
Objetivo de aprendizaje	90
Introducción	90
6.1 La computadora en la experimentación	91
6.2 Creatividad	92
6.3 Comercialización	94
Conclusión	97
Glosario	98
Objetivo de aprendizaje	98
Introducción	98
Fuentes de consulta	116

Introducción

La tipografía es el arte de diseñar letras y componer textos de tal modo que pueden leerse de un modo fácil, eficaz y agradable. Algunos principios fundamentales subyacen en toda buena tipografía, ya sea de periódicos, revistas o libros, o bien de caracteres, envases o pantallas de ordenador. Estos mismos principios, establecidos primero en los tipos móviles de Gutenberg y desarrollado más tarde con las revoluciones visuales modernas, serán todavía válidos en la nueva era de los medios electrónicos, hipertextos e internet, sean cuales sean los foros que el futuro pueda traer consigo.

En tipografía el paso inicial, y también el más resbaladizo, es la creación de un concepto e implica sólo a una persona –el diseñador-.

Este primer paso, muy influenciado por la sensibilidad visual del diseñador, se da en el nivel macro estético. Más tarde se darán otros pasos más cortos en el nivel microestéticos. Según el ámbito de aplicación y la escala del proyecto, pueden darse otros pasos posteriores en diferentes momentos y diferentes lugares, y pueden implicar a otros especialistas de diversos campos: fotografía, preimpresión, impresión, por ejemplo.

Aunque los diseñadores no tienen que dominar todos estos campos, deben conocer los requisitos y las limitaciones que cada especialista impone al proyecto y también deben saber como contribuyen, colectivamente, a la sinergia que se necesita para desarrollar y producir el concepto original.

El proceso de diseño tipográfico es pues, un proceso de creación, refinamiento, recapitulación y síntesis de una mirada de condicionantes y detalles, el producto es una síntesis de procesos creativos, administrativos y técnicos.

Objetivo general

Al término del curso el estudiante empleará adecuadamente el vocabulario y la sintaxis de la tipografía y la tipografía expresiva en proyectos de diseño, en los que se privilegie el contenido por comunicar sobre los efectos estilísticos o técnicos.

Tema 1. Evolución histórica de la tipografía moderna avanzada

Subtemas

- 1.1 1910: Futurismo
- 1.2 1915: Dadaísmo
- 1.3 El Lissitzky y el Constructivismo
- 1.4 Van Doesburg y De Stijl
- 1.5 La Bauhaus
 - 1.5.1 Paul Rand
 - 1.5.2 Eric Gill
- 1.6 1960: Tipografía-Imagen de los Estados Unidos
 - 1.6.1 Milton Glaser
 - 1.6.2 Hermann Zapf
- 1.7 Los setenta; el nuevo Funcionalismo
 - 1.7.1 Herb Lubalin
 - 1.7.2 La aparición de la International Typeface Corporation
- 1.8 Escuela de Basilea (Basel)
 - 1.8.1 Jan Tschichold
 - 1.8.2 Adrian Frutiger
- 1.9 Los ochenta y el New Wave
 - 1.9.1 Wolfgang Weingart
 - 1.9.2 April Greiman
 - 1.9.3 Katherine McCoy
- 1.10 Nuevas fuentes digitales.
 - 1.10.1 Neville Brody.
 - 1.10.2 Rudy Vanderlans
 - 1.10.3 Zuzana Licko
- 1.11 La tipografía contemporánea en México
 - 1.11.1 Enrique Ollervides y Hula + Hula
 - 1.11.2 Gabriel Martínez Meave
 - 1.11.3 Ignacio Peón.
 - 1.11.4 Gonzalo García Barcha

Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema estudiante analizará y podrá reconocer las producciones gráficas del siglo XX y las aportaciones de la tipografía como lenguaje visual en relación con su momento histórico, así como las reglas tradicionales de composición y el impacto de las nuevas tecnologías.

Introducción

En este tema revalorizaremos el trabajo de los grandes tipógrafos del siglo XX hasta llegar a nuestros días. La disposición de las letras en una página es un saber un tanto misterioso y, por norma general, el poseedor de dicho saber no ha logrado un gran reconocimiento individual. Esto se aprecia claramente en las biografías de los tipógrafos de todos los tiempos, que en el mejor de los casos han sido aclamados temporalmente, pero que en raras ocasiones han gozado del glamour y de los beneficios de que disfrutaban los creativos y las industrias que dependen de su trabajo. Por poner tan solo un ejemplo, hubo de transcurrir bastante tiempo para que el cuerpo de John Baskerville pudiera ser enterrado en una tumba respetable.

1.1 1910: Futurismo

Con el comienzo del siglo escritores, pintores, diseñadores y tipógrafos se aventuran en la búsqueda de nuevos modos de expresión. El futurismo fue uno de los primeros movimientos que supuso una ruptura frontal con las formas tradicionales. Los increíbles avances tecnológicos de la época llevan a los futuristas a mitificar a la máquina y a convertir a la velocidad en su religión. Como líder indiscutible de este movimiento podemos destacar a Filippo Tommaso Marinetti (1876-1944).

Los diseñadores intentan capturar la energía de la velocidad con arcos dinámicos y superestructuras en la página. Los textos se reparten por la página a modo de collage y forman formas constructivas, el método estándar de lectura desde hace siglos es cuestionado en muchos trabajos de los futuristas. Otro rasgo definitorio de este periodo es que el tipo y las letras se convierten en elementos autónomos de diseño empleados de forma libre, se acude al fuerte contraste de formas y tamaños y el uso de la línea diagonal con el texto y la repetición secuencial del mismo hace surgir una tipografía de símbolos verbales.

En esta era de la velocidad nadie está interesado en el desarrollo de un alfabeto destinado al uso corriente, son los tipos ya existentes los que sirven para cualquier propósito reduciéndolos, cortándolos y modificándolos, sirviéndose para este fin de tipos romanos, sans serif o slab serif. Los futuristas rusos si bien tuvieron una vida efímera, si que sirvieron para que a partir de ellos nacieran otros movimientos que llevaron la exploración de la tipografía a nuevos límites. Destacar por ejemplo el impacto que las pinturas geométricas de Kasimir Malevich tuvieron sobre El Lissitsky. También corresponde a esta época el libro de Vladimir Maiakovsky "Una Tragedia" que diseñado por Vladimir y David Burluk hacía un uso sorprendente de los espacios en blanco con fuertes contrastes de tipos de letra, dirección y tamaño

todo ello dirigido a crear un impacto emocional en el lector y que puede ser considerada un antecedente directo del diseño posterior a la Revolución rusa.

1.2 1915: Dadaísmo

Dadá fue un movimiento literario y plástico fundado en Zurich en 1915 y que se expandió rápidamente al resto de Europa. Comenzó como un movimiento anarquista de oposición a los valores sociales imperantes y al absurdo de la Primera Guerra Mundial. La tipografía dadá era totalmente inutilizable con fines de información y publicidad pero la libertad de formas que tenía es todavía muy estimulante como experimento individual de diseño.

Las letras se juntan y se repelen formando formas caprichosas y líneas interrumpidas, conjugadas con fuertes contrastes de tamaño y grosor y llegando a ser en algunos casos elementos ilustrativos de la composición, formas pictóricas que se entremezclan con las mismas y en todo caso un fuerte dinamismo visual. Ninguna otra innovación artística del S. XX fue tan duramente criticada como el dadaísmo por opositores políticos y grupos sociales.

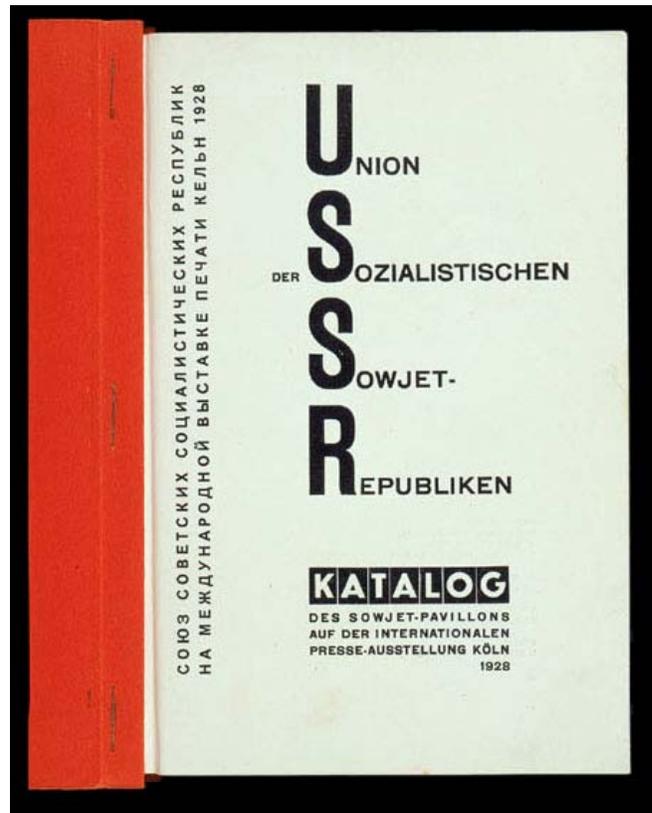
1.3 El Lissitzky y el constructivismo

Durante la turbulencia de la Primera Guerra Mundial y de la Revolución Rusa, en Rusia hubo un florecimiento del arte creativo. Al mismo tiempo que caía el régimen zarista y se precipitaba la guerra civil, daba inicio el proceso que, tiempo después, consolidaría la Revolución en la Unión Soviética. El arte Ruso ejerció una influencia internacional en el diseño gráfico y la tipografía del siglo XX. La década iniciada en el año 1910 con las conferencias de Marinetti en Rusia, vio a los artistas de esa nación absorber las nuevas ideas del cubismo y del futurismo con una rapidez sorprendente para después continuar hacia diferentes innovaciones.

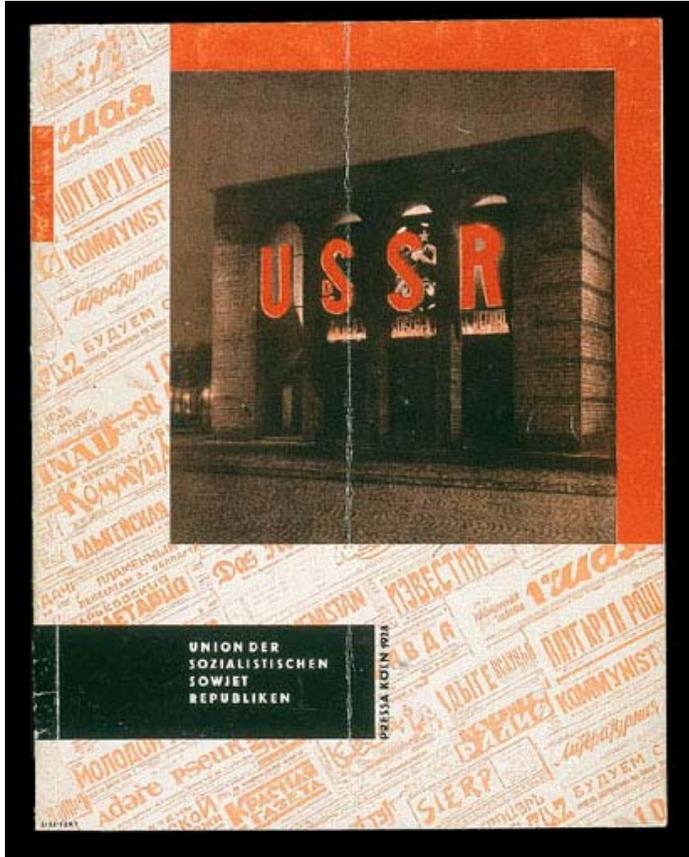
La vanguardia rusa tenía suficientes rasgos comunes con el cubismo y el futurismo para acuñar el término cubofuturismo. La experimentación en la tipografía y el diseño caracterizaron los libros y los periódicos de los artistas futuristas, presentando trabajos por medio de la comunidad artística, visual y literaria. Simbólicamente, los libros futuristas rusos fueron una reacción contra los valores de la Rusia zarista. La utilización de papel rústico de métodos de producción artesanal y de agregados hechos a mano expresaba la pobreza de la sociedad campesina. Kasimir Malevich (1878-1935) fundó un estilo de pintura de formas básicas y de color puro al que llamó suprematismo.

Después de trabajar a la manera del futurismo y del cubismo, Malevich creó una abstracción geométrica elemental que era nueva, no objetiva y pura. Rechazaba tanto la función utilitaria como la representación gráfica, ya que Malevich buscaba "la expresión suprema del sentimiento, sin buscar valores prácticos, ni ideas, ni la tierra prometida". Pensador lógico con un conocimiento lúcido, Malevich se dio cuenta de que la esencia de la experiencia artística es el efecto perceptivo del color. Para demostrarlo, en el año 1913 Malevich expuso un cuadrado negro pintado sobre un fondo blanco. *f* afirmaba que el sentimiento evocado por este contraste era la esencia del arte.

El movimiento fue acelerado por la Revolución, pues se concedió al arte un rol social que raramente se asignaba. Los artistas revolucionarios se habían opuesto al viejo orden y al arte visual conservador. En el año 1917 pusieron sus energías en la propaganda masiva para poder apoyar a los bolcheviques. Pero para el año 1920, surgió una división ideológica concerniente a la función del artista dentro del nuevo Estado Comunista. Algunos artistas como Malevich y Vassily Kandinsky (1866-1944), suponían que el arte debía permanecer como una actividad de las necesidades utilitarias de la sociedad. El Estado, los sistemas económicos y políticos perecen, las ideas se desmoronan bajo el peso de los años.



La comprensión de nuestras percepciones del mundo dentro de las formas del espacio y del tiempo es el único objetivo de nuestro arte plástico y gráfico.



Guiados por Tatlin (1885-1953) y por Alexander Rodchenko (1891-1956), en el año 1921, 25 artistas propusieron un punto de vista contrario, cuando renunciaron "al arte por el arte" para consagrarse al diseño industrial, la comunicación visual y las artes aplicadas al servicio de la nueva sociedad comunista.

Estos constructivistas hicieron un llamado a los artistas para que dejaran de producir cosas inútiles y se volviera hacia el cartel, porque tal trabajo pertenece ahora al deber del artista, como ciudadano de una comunidad que está barriendo el campo de viejos desperdicios, para prepararse para una vida nueva. Tatlin cambió de la escultura al diseño de una estufa que daría el

máximo de calor como un mínimo de combustible; Rodchenko abandonó la pintura por el diseño gráfico y el periodismo fotográfico.

Uno de los primeros intentos para formular una ideología constructiva fue el folleto *Konstruktivizm* del año 1922, de Aleksei Gan (1893-1942). En e l criticaba a los pintores abstractos por ser capaces de romper el cordón umbilical del arte tradicional y se jactaba de que el constructivismo se había trasladado del trabajo de laboratorio a la aplicación práctica. Gan escribió que los tres principios del constructivismo son la arquitectura, la textura y la construcción. La arquitectura representaba la unificación de la ideología comunista con la forma visual. La textura significaba la naturaleza de los materiales y cómo son empleados en la producción industrial. La construcción simboliza el proceso creativo y la búsqueda de leyes de organización visual. Quien mejor llevó a cabo el ideal constructivista fue El (Lazar Markovich) Lissitzky (1890-1941) pintor, arquitecto, diseñador gráfico y fotógrafo. Este visionario de energía y constancia inagotables influyó profundamente en el curso del diseño gráfico. En el año 1919, Marc Chagall,

director de la Escuela de Arte en Vitebsk, invitó a Lisstinzky a unirse al cuerpo de profesores.

Malevich daba clases ahí y se convirtió en la influencia más importante para Lisstinzky, quien desarrolló un estilo de pintura al cual denominó PROUNS (abreviatura de "proyectos para el establecimiento -afirmación- de un arte nuevo"). En contraste con la llanura absoluta del plano pictórico de Malevich, PROUNS introdujo ilusiones tridimensionales que, al mismo tiempo, se alejaban de atrás del plano pictórico y se proyectaban hacia delante del plano pictórico (en cuanto a la profundidad positiva). Lissitzky llamaba PROUNS a "un estado de intercambio entre la pintura y la arquitectura". esto describe su síntesis de los conceptos de la arquitectura con la pintura; También muestra que el PROUNS señalaba el camino para la aplicación de los conceptos de la forma y del espacio en la pintura moderna al diseño aplicado. Al rebelarse contra las restricciones de la tipografía metálica, Lissitzky utilizaba a menudo la construcción con instrumentos de dibujo y maqueta para realizar sus diseños. En el año 1925, predijo acertadamente que el sistema de Gutemberg pertenecía al pasado y que los procesos fotomecánicos reemplazarían a los tipos de metal y abrirían nuevos horizontes para el diseño, tal como la radio había reemplazado al telégrafo.

Uno de los diseños gráficos de mayor influencia en los años veinte es el libro "Los istmos del arte 1914-1924", el cual fue editado por Lissitzky junto con el dadaísta Hans Arp. El formato desarrollado por Lissitzky para este libro constituye un paso importante en la creación de un programa visual par ordenar la información. La red de tres columnas utilizada para el texto, la red horizontal de tres columnas empleada para la portada y la estructura a dos columnas de la página de contenido se convirtió en un armazón arquitectónico para organizar las páginas ilustradas. Asimismo, la forma en que la tipografía sans-serif y las barras están tratadas es una expresión temprana del estilo modernista. En 1923, dio comienzo una batalla de 18 años contra la tuberculosis.

Después de regresar a Rusia en el año 1925. Lissitzky pasó la mayor parte del tiempo en grandes proyectos de exposiciones para el gobierno soviético, además de publicaciones, dirección artística y algunos proyectos de diseño arquitectónico. Lissitzky murió en diciembre de 1941, seis meses después de que Alemania invadiera Rusia. Por medio de su responsabilidad social y el compromiso con su pueblo, de su dominio de la tecnología para servir a sus propósitos y de su visión creativa. El Lisstzky estableció una pauta de excelencia para el diseñador. El inicio del fotomontaje en Rusia coincidió con el descubrimiento del montaje en la película cinematográfica y compartió parte de su vocabulario. Mostrar acciones simultáneas; sobreponer imágenes; usar acercamientos extremos e imágenes en perspectiva, a menudo juntos; y la repetición rítmica de una imagen constituyeron algunas de las técnicas comunes a ambos lenguajes. El concepto de la pintura en serie era aplicada por Rodchenko dentro del diseño gráfico en el año 1924.

Aunque el constructivismo persistió como una influencia en los gráficos soviéticos y el diseño industrial, pintores como Malevich, que no abandonó el país, fueron arrastrados a la pobreza y la obscuridad. Algunos artistas desaparecieron en el Gulag. Las innovaciones de este florecimiento artístico encontraron su desarrollo ulterior en Occidente. Sin embargo, la naturaleza del espíritu creativo tal, que a pesar de la estricta desaprobación oficial, el diseño gráfico innovador de la tradición constructivista continuó apareciendo de vez en cuando.

1.4 Van Doesburg y De Stijl

En Holanda, el último verano del año 1917 marcó la formación del movimiento y del periódico De Stijl. Los pintores Piet Mondrian y Bart van der Leck, el arquitecto J.J.P., Oud y otros se unieron a Théo Van Doesburg fundador y guía espiritual de este grupo. De todos sus miembros, Van der Leck ya creaba diseños gráficos con franjas negras sencillas, organizando el espacio y utilizando imágenes de formas planas. Las pinturas de Mondrian constituyen la fuente a partir de la cual se desarrollaron la filosofía y las formas visuales De Stijl. Cuando vio pinturas cubistas por primera vez en 1910, Mondrian evolucionó de la pintura del paisaje tradicional hacia un estilo simbólico. Influenciado por Van Gogh, que expresaba las fuerzas de la naturaleza. En los años siguientes, eliminó todo indicio de los elementos representativos y evolucionó del cubismo hacia una abstracción geométrica pura. Durante una temporada, en el año 1917, las pinturas de Mondrian, Van der Leck y Van Doesburg eran virtualmente indistinguibles. Además de su restringido vocabulario visual, los artistas De Stijl buscaron una expresión de la estructura matemática del universo y de la armonía universal de la naturaleza.



Estaban profundamente comprometidos con el clima espiritual e intelectual de su tiempo y deseaban "expresar la consciencia general de su época". De Stijl buscaba las leyes universales que gobiernan la realidad visible, pero que se encuentran escondidas por las apariencias externas de las cosas. La teoría científica, la producción mecánica y los ritmos de la ciudad moderna se formaron a partir de estas leyes universales. En el año 1924, Mondrian dejó de contribuir con

sus artículos en el periódico después de que Van Doesnburg desarrolló su teoría del elementalismo, la cual declaraba a la diagonal como un principio compositivo más dinámico que la construcción horizontal y vertical. La búsqueda de un arte puro de relaciones visuales iniciado en Holanda y en Rusia, había permanecido con una preocupación importante en las disciplinas visuales durante el siglo XX. Malevich y Mondrian utilizaron líneas, formas y colores puros para crear un universo de relaciones puras ordenadas armoniosamente. Esto fue visto como un prototipo quimérico par un nuevo orden mundial. Mondrian escribió que el arte "desaparecería en la misma proporción que la vida gana equilibrio". La tecnología y la forma visual se convirtieron en el objetivo de quienes se empeñaron en lograr una arquitectura y un diseño gráfico diferentes.

1.5 La Bauhaus

Escuela de diseño, arquitectura e industria, "la Bauhaus" fué fundada en 1919, en Weimar, por Walter Gropius, trasladada en 1925 a Dessau y disuelta en 1933 en Berlin. El espíritu y las enseñanzas de esta institucion puede decirse se extendieron por todo el mundo. Henry Van de Velde, director antes de la I Guerra Mundial de la Escuela Ducal de Artesanía y de la Escuela Ducal Superior de Artes Plasticas ambas en Sajonia, propuso al Gran Duque como su sucesor a Walter Gropius.

Cabe que señalar que los tratados de leyes y normas teóricomatemáticos de composición, proporción y metodología aplicados al diseño tipográfico, que han sistematizado la arquitectura gráfica de los impresos hasta la actualidad.

Bauhaus impone al diseño gráfico como categoría disciplinar



Junto a la enseñanza de la tipografía, las materias Publicidad y Creación de espacios adquieren también categoría de asignatura en 1925, a las que se homologa asimismo la escritura (esporádicamente impartida desde la fundación de la Bauhaus), dándole carácter obligatorio para el primer y segundo semestre, bajo la dirección del ex alumno Joost Schmidt. De la tipografía, la publicidad y la creación de espacios se ocupa el también ex alumno Herbert Bayer.

La entrada de Moholy-Nagy significó un notable impulso para la definitiva impostación de la tipografía como materia disciplinar obligatoria (que, por supuesto, compartió Gropius), habitualmente practicada en su anterior etapa constructivista, en Hungría, participando de un movimiento que en la Unión Soviética había refundido y objetivado algunos de los propósitos futuristas experimentando brillantemente con la tipografía desde sus cimientos comunicativos y formales.

El peso teórico de László Moholy-Nagy fue determinante. Desde su incorporación al claustro de profesores buena parte de los ideales teóricos bauhausianos respecto de la aplicación del arte a vehiculos o productos de consumo público, tuvieron una feliz adecuación gracias al hombre "más atento y vivaz, aquel que hizo circular las ideas", en opinión de uno de sus colegas.

La potenciación de aspectos aparentemente marginales de la enseñanza, como la tipografía, la fotografía, la publicidad, y, en general, la comunicación impresa, hallaron en la etapa Moholy-Nagy su absoluto reconocimiento y él mismo legitimó con su firma la importancia otorgada a estas disciplinas "menores", al diseñar en 1931 una modélica serie de anuncios comerciales para los Almacenes SS Werkbund. (De todos modos, este gesto externo lo realizó cuando ya no se encontraba en la Bauhaus, y muy posiblemente influyera en él el hecho de que el diseñador constructivista El Lissitzky, al que Moholy-Nagy admiraba, y Kurt Schwitters hubieran hecho lo propio, unos años antes, para la empresa alemana de tintas Pelikan.)



A este respecto, es significativo el cambio gradual que se opera en los impresos del centro (programas, catálogos, invitaciones, etc.), en los que la composición asimétrica (con gruesos filetes de caja) y el uso corriente del rojo y el negro, de mayor entidad formal que los anteriores a la época Moholy-Nagy, denotan la evidente intervención teórica o incluso ejecutiva de un constructivista. En efecto, el nuevo uso del material tipográfico convencional (tipos, orlas, filetes, viñetas y signos), que la Bauhaus llamó Tipografía Elemental, y que son visibles en las maquetas de folletos, programas y publicaciones

del centro que diseñó Moholy-Nagy, proceden de El Lissitzky, el padre del constructivismo en diseño gráfico y pionero universal en el uso imaginativo del tradicional utillaje e instrumental tipográfico.

La Bauhaus tiene una reapertura en Chicago, bajo la dirección de Moholy-Nagy en 1937, desapareciendo en 1946.

1.5.1 Paul Rand

Recordado por uno de sus empleados como el hombre de "peor genio en el mundo", Rand tal vez hoy goce de fama de reaccionario o lo que es peor, de viejo gruñón siempre hostil a las nuevas tendencias y conceptos de diseño. Pero hablar de Rand en esos términos es algo sumamente injusto. Paul Rand fue, para su época, un revolucionario. Gracias a su trabajo y a su férreo impulso transformó la naturaleza del diseño de su país, Estados Unidos, de simple oficio a verdadera profesión. Acercando las ideas más radicales del constructivismo ruso, el De Stijl y la Bauhaus, se convirtió así en un fuerte defensor del modernismo. En palabras del diseñador gráfico Louis Danziger: *"el modernismo era una fe, una religión, una misión, la cual se nos fue encomendada con pasión y ardor. Paul fue nuestro líder e inspiración"*.

Paul Rand murió en octubre del 96, a los 82 años, y con más de 60 años de carrera. Rand vivió muchos momentos trascendentes de la historia del siglo y numerosos capítulos de la historia del diseño. Desde 1932, cuando apenas era un adolescente, su trabajo ya mostraba una fuerza expresiva e innovadora que no pasó desapercibida. Y a principios de los cuarenta su trabajo había influenciado profundamente la práctica del diseño en las áreas de packing, diseño editorial y diseño de avisos en su país. La influencia de las vanguardias europeas en su trabajo cambió el arte comercial norteamericano, tiñendo los principios formales del viejo continente con la gracia y el humor nativo.

A los 32 años escribió Reflexiones sobre el diseño, la biblia de la moderna práctica de la profesión, que en ese momento llegó para reemplazar a viejos libros técnicos de bolsillo con nuevos conceptos de forma y contenido. Es que si de algo no se le puede acusar a Rand es de no ser fiel a una postura. Entrenado en el arte comercial de la ciudad de Nueva York, comprendió sumamente rápido lo que necesitaba el mercado, brindando soluciones más adecuadas que las que ofrecía la estética estándar totalmente antifuncional que se utilizaba en ese momento.

Sus tempranas influencias estuvieron en las vanguardias del arte y la arquitectura, Paul Klee, El Lissitzky, Le Corbusier (adheriéndose al dictado de éste "... ser moderno no es una moda, es un estado..."). Rand nació como Paul Rosenbaum en Bownsville, Brooklyn en 1914, en el seno de una familia judía ortodoxa extremadamente religiosa. Su ley, curiosamente, prohibía la recreación de imágenes. Rand hizo caso omiso a esa regla y ya a la edad de 3 años se sintió atrapado por las tiras cómicas, principalmente por el "Krazy Kat" de George Herrimann.

Su pasión por las formas y los colores le siguió acompañando en la escuela: Rand era el encargado de pintar los carteles de los eventos escolares, responsabilidad

que lo excusaba de asistir a clases "no tan interesantes" como gimnasia, matemáticas o inglés. Muy pronto el Sr. Rosenbaum entendió la fuerte vocación de su hijo y dejando de lado las leyes religiosas argumentó que el arte no era un modo de ganarse la vida. Pero al final Rand se salió con la suya, y a regañadientes su padre pagó los 25 dólares necesarios para que el joven Paul entrara en las clases nocturnas del Instituto Pratt.



Pronto Rand se sintió insatisfecho, particularmente con los profesores del instituto que ignoraban la obra de Matisse, Gris y Picasso. Fue en la habitación 313 de la Biblioteca Pública de Nueva York donde el joven Rand dio rienda suelta a sus ansias de aprender, educándose a sí mismo, explorando en los libros de arte. Muchas veces responsabilizó a la revista de gráfica alemana *Gebrausgraphik* y a *Commercial Art* (su contraparte británica) por introducirlo al trabajo de A.M. Cassandre,

[László Moholy-Nagy](#) y la [Bauhaus](#).

Ya en el 35 era free lance para la *Glass-Pecker Magazine*, en el 36 se le encargó un número especial de la revista de modas masculina *Appareal Arts* publicada por la Editora *Esquire-Coronet*. Dado el éxito de su trabajo se le ofreció la dirección artística de la *Esquire-Coronet New York*. En el 38 con sólo 24 años fue catalogado por pm (la revista gráfica del momento) como la mayor influencia en el diseño americano; fue seleccionado de una larga lista de veteranos, incluidos algunos renombrados emigrantes europeos. Elogiado por su trabajo en el campo editorial, y en el diseño de avisos, sus composiciones asimétricas y sus montajes fotográficos crearon una verdadera revolución.

Ese mismo año se le ofreció el diseño de las tapas de *Direction*, una revista con marcado perfil anti-fascista. No había dinero pero sí absoluta libertad creativa y, eventualmente, algún original de Le Corbusier. Las tapas de *Direction* fueron producidas del 38 al 41 imponiendo nuevas pautas estéticas y de elaboración en el medio. La primera tapa, que simbolizaba la ocupación nazi-alemana en Checoslovaquia, era un trozo del mapa checo fotografiado sobre un papel blanco. Este proyectaba sombra logrando un efecto tridimensional. Dos barras intersectadas, rasgando el mapa, sugieren los límites de la anexión alemana. Describiendo la tapa, Rand dijo: "hay una gran diferencia entre diseño abstracto sin contenido y diseño abstracto con contenido. Se puede ser un gran manipulador de la forma, pero si la solución no es la más apta, no tiene sentido". En el número de la navidad del 40 un alambre de púas cruza la tapa como si fuera una cinta de regalo, un ácido comentario a la Europa ocupada por los nazis. Rand usó su propia cámara para sacar las fotos y las letras eran de su propia escritura. Ese estilo de ejecución hace que aún hoy las tapas de *Direction* se vean tan frescas como cuando fueron publicadas 50 años atrás.

Sin lugar a dudas su trabajo para Direction fue un mojón en la carrera de Rand, desarrollándose como un innovador artista/diseñador. Fue Lázsló Molí – Nagy que en el 43 en un artículo de la revista ad se refirió a Rand y al diseño americano: "...Cuando vine a este país me vi enormemente sorprendido de encontrar a los europeos con cierto renombre, más americanos que los americanos. Encuentro que la imaginación ha ido demasiado lejos. Es verdad que este progreso tecnológico se ha desarrollado en el altísimo nivel de este país. Pero los americanos no se encuentran muy interesados acerca de esto. Ellos crearon esta avanzada civilización por instinto, introduciendo inventos tras inventos en la rutina diaria. Como sea, ellos no adhirieron ninguna filosofía a eso, como hicimos nosotros en Europa. En los americanos está muy arraigada la nostalgia de permanecer tendiente al "buen y viejo" diseño tradicional. Esto fue una extraña experiencia para mí. Sentí que el esfuerzo que hacemos en Europa para vivir a la altura del estatus contemporáneo de los americanos no tiene una base. Me tomó un largo tiempo entender la permanencia victoriana, la imitación a la arquitectura colonial o la publicidad pasada de moda. Afortunadamente apareció una nueva generación con un potencial y una disciplina más acorde con la que los europeos imaginamos para los americanos. En medio de toda esa nueva generación me parece que Paul Rand es uno de los más capaces. Es un pintor, conferencista, diseñador industrial y artista publicitario que plasma su conocimiento y su creatividad. Es un idealista y un realista que usa el lenguaje de un poeta y un hombre de negocios. Piensa en términos de necesidad y función..."



En 1941 William Weintrub, un socio de Esquire-Coronet deja esa compañía y comienza una agencia de publicidad. Rand es contratado para encargarse de la dirección artística. En un año enroló a un numeroso personal, pero según lo que admitiría, raramente delegó trabajo, prefiere virtualmente diseñar todo él mismo. Rand procedió a modernizar el campo del diseño comercial. Antes de 1940 muy pocos avisos en Estados Unidos estaban realmente diseñados: en la mayoría de los casos eran compuestos por los mismos imprenteros o bocetados toscamente por los redactores. Rand creía que la diagramación del aviso era un problema de diseño que requería soluciones inteligentes. Ante la consternación de los redactores, sintió gran placer en desechar esos bocetos, particularmente los que llamaba " realmente miserables". En realidad nunca mostró demasiada paciencia en esa clase de asuntos y no dudó en ser realmente rudo, pero como explicaba: "no voy a dejar que me traten como un imprentero de Pitkin Avenue".

Fue Rand quien influenció a sus colegas para empezar a desarrollar "equipos creativos" que emparejaron a redactores y directores de arte. En un artículo escrito en 1946 titulado "El rol del diseñador" Rand ofreció esta definición: "El diseñador no encara el trabajo específico con una idea preconcebida, su idea es el resultado de apreciaciones subjetivas y objetivas, y el diseño es un producto de la idea. Para

llevar a cabo una solución honesta y efectiva necesariamente deberá pasar a través de cierta clase de procesos mentales. De manera consciente o no, el diseñador analiza, interpreta, traslada, improvisa nuevas técnicas y combinaciones. Coordina e integra su material debiendo replantear su problema en términos de ideas, imágenes y formas. Unifica, simplifica eliminando superficialidades. Simboliza, extracta del material por asociación y analogía. Intensifica y refuerza su símbolo con accesorios apropiados que ejecuta con claridad e interés". A fines de los cuarenta encontramos a Rand ocupado en codificar las ideas modernistas. Su educación aún estaba lejos de estar completa.

En un meeting en Chicago, Moholy-Nagy preguntó a Rand si había leído alguna vez alguna crítica de arte. Cuando Rand le contestó que no, Moholy-Nagy le respondió: "lástima". Desde ese momento Rand comenzó a devorar libros de filósofos del arte. Aunque Rand creía que la experiencia personal era la mejor educación, se transformó también en un voraz lector. Muchas de las ideas de sus textos, como los principios de dibujo diseñístico del modernismo europeo, fueron sintetizados en sus propios y extensos escritos. A mediados de los cincuenta introduce sus clases en Yale, y en 1956, con su nombramiento como consultor en diseño para IBM, se afirmó como el representante más firme del diseño moderno. Como diría el veterano diseñador Lois Danziger: "Çf" totalmente y sin ayuda, convenció al mundo de los negocios que el diseño es una herramienta efectiva. Cualquier diseñador de los cincuenta o los sesenta le debe mucho a Rand, quien por mucho tiempo luchó por hacer posible el ejercicio de nuestra profesión".

Sus trabajos en imagen corporativa son muy conocidos: IBM, UPS, ABC, westinghouse, next y el más reciente USSB (Servicio de Televisión por Satélite) son reconocidos en todo el mundo. A pesar de las idas y vueltas del diseño nunca vaciló, nunca cambió su postura o cuestionó la rectitud de su camino. Durante la ceremonia de su retrospectiva en el Cooper Union en octubre del 95 se le preguntó si el modernismo había muerto. Rand replicó: "Yo sigo vivo".

1.5.2 Eric Gill

Eric Gill nació el 22 de febrero de 1882 en Brighton (Inglaterra). Estudió en la escuela de arte de Chichester y a la edad de 17 años se emplea como aprendiz de W. H. Caroë arquitecto de la Comisión Eclesiástica en Westminster. En la Escuela Central de Artes y Oficios asiste a clases de caligrafía impartidas por Edward Johnston y en un corto período de tiempo se convierte en un reputado artesano.

Gill esculpe letras en piedra y también en madera para los títulos de las portadas de los libros, y llegó a ser conocido en todo el país por sus trabajos escultóricos para la sede de la BBC en Portland Place y para la catedral de Westminster. Eric Gill comienza a diseñar tipos para imprenta solamente después de una gran labor de persuasión ejercida sobre él por Stanley Morison, ya que como el decía la

tipografía no era su campo de actuación y no tenía ninguna experiencia sobre el tema.

El primer tipo que diseñó, que más tarde se conocería como Perpetua, tardó cinco años en convertirse en realidad ya que para Gill era difícil resolver los problemas que se presentaban en la creación de tipos para producción mecánica. Charles Malin un grabador que Stanley Morison introdujo en el proyecto fue el que resolvió estos problemas y Perpetua después de algún cambio en su diseño fue editada por Monotype en 1929. Aunque durante su vida activa diseñó otros tipos sus dos más conocidos son Gill Sans y Perpetua.

abcdefghijklmnopq
rstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
XYZ 1234567890
,;—.:-(!“\$%”&)?

En 1931 crea el tipo Golden Cockerel Roman y unos grabados de madera que son utilizados para la producción de Four Gospels que es una pieza maestra de la imprenta inglesa. Durante el mismo año publica su Essay on Typography usando su propio tipo Haghe & Gill Joanna. Eric Gill fallece el 17 de noviembre de 1940 y en su lápida se describe él mismo como un escultor.

En el campo de la tipografía se le recuerda por su combinación entre la disciplina del grabador y la finura de los trazos que provenía de su formación caligráfica. En términos

de diseño Gill dotó de humanidad a la era de la máquina.

Algunos de los tipos que diseñó Eric Gill son: Gill Sans series 231 (1928), Perpetua (1929), Solus (1929), Golden Cockerel Roman (1930), Hague & Gill Joanna (1930) y Bunyan (1934).

1.6 1960: Tipografía – Imagen de los Estados Unidos

Los avances en la tecnología tipográfica y de impresión unidos a la creciente expansión de la televisión, así como el despertar de una cultura juvenil contestataria y activa, dibujan una época en la que la propia esencia de la tipografía es revisada.

El perfeccionamiento de las máquinas de fotocomposición posibilitan que en contraposición a los rígidos tipos de metal ahora estos se puedan ensanchar, contraer, distorsionar, estirar con lo que por una parte se despiertan las inquietudes creadoras de muchos diseñadores como las lamentaciones por la pérdida de calidad de otros muchos.

Otro hito importante de la época fue la aparición en 1961 de las letras transferibles de Letraset, que con su importante catálogo de tipografías supuso una gran ayuda a la hora de la composición creativa tanto de publicidad como de cartelería y que tuvieron un gran impacto visual en los diseños de la época. El movimiento artístico más destacado de este período fue el pop-art que se caracterizaba por la utilización de la tipografía, elementos de la cultura urbana y de grafismo popular y el cómic destacando entre sus integrantes a Andy Warhol, y Roy Lichtenstein.



Los trabajos de los diseñadores más representativos muestran una nueva expresividad que se apoya en una segunda lectura, unas veces irónica otra divertida y la complicidad con un público cada vez más sofisticado y preparado para la decodificación de mensajes visuales complejos. Se debe citar como exponente de esta forma de expresión a Herb Lubalin (1918-1981) y los trabajos que desarrolló a partir de un buen concepto y unos excelentes trucos tipográficos. Esta manera de aplicar la tipografía de forma conceptual que se creó en Estados Unidos pronto tuvo su reflejo en Europa y en especial en Inglaterra donde inmediatamente contó con un gran número de practicantes que la aplicaron a sus diseños publicitarios, ya que si bien los dictados del "estilo internacional" suizo seguían prestándose como solución óptima para crear una estructura de jerarquía tipográfica y una presentación del contenido, se veían lastradas por sus propios postulados para crear un lenguaje gráfico publicitario que atrajera al consumidor.

La época de los movimientos contraculturales, contrarios a la guerra del Vietnam y el movimiento hippie trajo consigo un nuevo código visual que se manifestó sobre todo en la música y la moda.

Portadas de discos y carteles de conciertos, se vieron asaltados por una legión de tipos caligráficos con extrañas y retorcidas formas organicistas de ascendencia Art-Nouveau y colores fuertemente contrastados que conformaban escenas de fuerte carácter onírico y sicodélico.

1.6.1 Milton Glaser

Milton Glaser nace en 1929. fue educado en la "High School of Music and Art" y en la "Cooper Union Art school" de New York. También en la Academia de Artes de Bolonia (Italia) Es en 1955, que Milton Glaser, en conexión con Seymour Chwast, Edward Sorel y Reynold Ruffin, fundó el estudio de diseño Pushpin graphic, en Nueva York (se cerró en 1974). La clase particular del estudio estimuló la imaginación del mundo por su enfoque orgánico audaz en materia de diseño e ilustración. Durante sus años a Pushpin, Glaser concibió el cartel muy popular del álbum de los grandes éxitos para el año 1967 de Bob Dylan. En esta época, Glaser se interesaba por las miniaturas islámicas y por las imágenes psychédéliques procedente de la costa occidental. Es a partir de una foto toma en México de una valla publicitaria sorprendente que Glaser concibió el tipo de caracteres "Babyteeth" utilizado sobre el cartel donde figura la silueta en negro de Dylan. Glaser extendió su influencia, en 1968, cuando funda con Clay Felker el "New York Magazine", un Diario referente al arte y la cultura.

Además Glaser creó el logotipo de "I love NY", el cual se convirtió en una parte integral del paisaje americano. Es también responsable de varios otros importantes proyectos, en particular: los programas de grafismo y decoración de los restaurantes del World Trade Center, en Nueva York; el grande remodelado de la cadena de supermercados Unión (incluyendo la arquitectura, la adaptación interior, el embalaje y la publicidad); la concepción de un símbolo internacional para designar el SIDA para la Organización mundial de la salud y el logotipo para el primer premio de la ayuda Tony Kushner' s Pulitzer para la parte "Angels en América"



En 1983 creó, con Walter Bernard, el estudio WBMG, y fueron responsables del diseño de más de 50 revistas de todo el mundo. Entre ellas: Jardin des Modes, L'Europeo, New West, L'Express, Manhattan Inc, Channels, Lire, The Washington Post Magazine, Village Voice, New York e Paris Match, entre otras.

En España son contratados por el diario La Vanguardia (1987-1989) para realizar un profundo cambio en esta publicación.

1.6.2 Hermann Zapf

Nació el 8 de noviembre de 1918 en Nuremberg (Alemania). En 1934 comienza un aprendizaje de 4 años como corrector en la imprenta Karl Ulrich & Co. Es en 1935 cuando se interesa por la caligrafía después de visitar una exposición itinerante de los trabajos del tipógrafo Rudolf Koch y de leer los libros The Skill of Calligraphy del propio Rudolf Koch y Writing, Illuminating and Lettering de Edward Johnston.

En el año 1938, después de su aprendizaje, comienza a trabajar en el taller de Paul Koch en Frankfurt estudiando al mismo tiempo el arte de la imprenta y la grabación de punzones junto a August Rosenberg que era un maestro grabador. Con la colaboración de Rosenberg, Zapf produce un libro de 25 alfabetos caligráficos titulado *Pen and Graver* y que fue publicado por Stempel en 1949.

Classical Elegance

Asimismo Hermann Zapf publicó una serie de libros acerca de su tema favorito, el diseño, el dibujo de letras y la tipografía. Entre otros, podemos destacar: *Manuale topigraphicum* (1954); *About alphabets, some marginal notes on type design* (1960); *Typographische Variationen* (1963); *Hunt Roman, the birth of a type* (1965); *Orbis Typographicus* (1980); y *Hermann Zapf and his design Philosophy*, Society of Typographic Arts, Chicago (1987).

Algunos de los tipos que Hermann Zapf diseñó son: *Gilgengart* (1941), *Palatino* (1948), *Michelangelo* (1950), *Aldus* (1952), *Melior* (1952), *Optima* (1958), *Hunt roman* (1962), *Medici* (1969), *Orion* (1974), *Zapf Chancery* (1979) y *Aurelia* (1983)

1.7 Los setenta: El nuevo funcionalismo

En el funcionalismo la metodología del diseño esta íntimamente ligada a consideraciones económicas y a la regla de utilidad.

Se da la búsqueda de belleza en las cualidades temáticas y expresivas de la estructura subyacente básica que hay en cualquier obra visual. Es el intento de reconciliar al artista con la máquina.

Se pretende alcanzar nuevas formas y nuevas soluciones para las necesidades básicas del hombre.

Se retoman los fundamentos, materiales y reglas básicas del diseño. Las técnicas utilizadas son la simplicidad, simetría angularidad, abstracción, coherencia, secuencialidad, unidad, organización, economía, sutileza, continuidad, regularidad, aguzamiento, monocromaticidad.

El diseño tipográfico en los años 70 se configura en torno a la experimentación que la fotocomposición proporciona y que permite que los tipos se compriman, se superpongan unos a otros y se fuercen hasta el límite de la legibilidad creando de esta manera un claro estilo contemporáneo, y la creación de empresas que canalizan la fuerte creación de nuevos tipos.

En efecto, en 1970 Herb Lubalin y Aaron Burns crean la International Typeface Corporation (ITC) con el fin de comercializar nuevos diseños tipográficos que suministrarían a otros fabricantes de tipos y de composición tipográfica. Empezando por el propio archivo de los fundadores se dio también entrada a las creaciones de otros diseñadores y los derechos de autor se pagarían por el uso del tipo, de esta forma también el diseñador saldría beneficiado.

Los primeros tipos que ITC comercializó fueron entre otros: Souvenir (Ed Benguiat 1970), American Typewriter (Joel Kaden y Tony Stan 1974) y el Avant Garde (Herb Lubalin 1964).

1.7.1 Herb Lubalin

Herb Lubalin estudió en la Cooper Union School y muy pronto comenzó a trabajar como director creativo e diversas agencias para crear en 1964 su propio estudio.



Fue uno de los fundadores de ITC, International Typeface Corporation de cuya revista Upper and Lower Case, U&lc, fue director artístico. Lubalin, uno de los innovadores tipógrafos americanos, rechazó la filosofía funcionalista de los europeos en favor de un estilo ecléctico y exuberante. Su manipulación del tipo reflejaba un deseo de romper con la tradición y explotar las posibilidades tipográficas de los nuevos sistemas de fotocomposición.

Sus trabajos comprenden packaging, diseño editorial, creación de alfabetos y publicidad. Como diseñador editorial fue responsable del Saturday Evening Post, Eros, Avant Garde y la citada U&lc. Para Avant Garde, Lubalin creó su conocida tipografía del mismo nombre comercializada por ITC desde 1970 para la que también

creó con Toni DiSpigna la Serif Gothic. ITC fue fundada por Lubalin, Aaron Burns y Edward Rondthaler con el objetivo de rediseñar tipos clásicos para fotocomposición y crear otros nuevos que tuvieran en cuenta las formidables posibilidades del nuevo medio.

La influencia de ITC en el diseño gráfico mundial se vio favorecida por la extraordinaria difusión de su boletín U&lc notablemente influido por las ideas tipográficas de Lubalin y otros creadores como Ed Benguiat. Lubalin se había iniciado en la publicidad lo que explica su capacidad para conectar con gustos mayoritarios y a la moda. De los años sesenta es su conocida propuesta para Mother & Child, en la que era patente su habitual utilización de juegos formales de naturaleza trivial y, en ocasiones, escasamente original, pero que, gracias a su

enorme dominio de las formas escritas, adquiriría una exhuberancia y vitalidad enormes. Lubalin es, en este sentido, el más decidido representante de una corriente en favor de los retruécanos visuales y la ironía visual.

1.7.2 La aparición de la International Typeface Corporation

La necesidad de dignificar la profesión de diseñador de tipos y la creación de un soporte legal para apoyar su trabajo creativo está en el origen de la creación de la ITC.

La International Typeface Corporation fue creada en 1970 por Herb Lubalin y Aaron Burns junto con Ed Rondthaler de Photo Lettering Inc., para comercializar nuevos diseños de tipos y versiones de alfabetos clásicos para fotocomposición.

ABCDEabcde12

En un principio fueron los tipos creados por Lubalin y Burns los que empezaron a difundirse pero pronto se distribuyeron diseños de otros diseñadores. “Los derechos de autor se pagarían por el uso de l tipo, de manera que el éxito del diseño beneficiaría directamente a su creador”.

Era un intento de frenar la piratería informática que, en todas las épocas ha afectado al mundo de la tipografía pero que se veía agravado por la facilidad de duplicar los originales fotográficos.

ITC lanzó en 1971 una selección de fuentes entre las que destacaba Avant Garde de Herb Lubalin y Tom Carnase, una escritura creada a partir de los juegos tipográficos empleados en la revista del mismo nombre. Avant Garde es, en cierto modo, una reevaluación de Futura en a línea de un tipo de palo capaz de soportar la composición apretada y cuyas peculiares ligaduras parecen carecer de sentido al margen de la revista creada por Lubalin.

Después apareció Souvenir, un rediseño obra de Ed Benguiat, sobre un tipo de finales del XIX de la ATF. Souvenie era una familia completa de tipo con remate que incorporaba un gran número de variantes. Para la difusión de sus fuentes así como para la discusión de ideas sobre tipografía, ITC creó un boletín, la revista Upper & lower case, U&lc, cuyo primer apareció en 1973 y que en la actualidad puede alcanzar un millón de clientes en todo el mundo.

Upper & lower case contó con Lubalin como primer director de arte y mostró su gusto por el diseño apelmazado y la composición apretada. La, a menudo,

ausencia de contenido reforzó su aspecto superficial y la concepción del texto seguido como un elemento compositivo esencialmente decorativo. En el primer número de la publicación se aludía al problema del pirateo de fuentes. Rondthaler escribía que “la fotografía ha sido la salvación tecnológica del negocio de la composición tipográfica, pero cuando se utiliza sin ética, no hace sino robar al diseñador tipográfico sus medios de vida. Y todavía puede hacer algo aún peor que eso. Actualmente está amenazando con sumir en el caos al brazo creativo de la industria”.

Rondthaler pedía a los diseñadores que boicotearan a los suministradores que no respetaran las normas de patentes que era la principal causa de esta situación. El impulso de ITC consiguió que se pensara en algún tipo de normativa para preservar estos derechos.

ITC se convirtió en la compañía dominante del diseño de tipos y consiguió situar en el mercado diseños muy mediocres sólo por la fuerza de su dimensión y su capacidad para llegar a los últimos rincones. Acerca de su situación en Estados Unidos, Paula Scher escribía que “ITC tuvo un impacto en este país porque era un negocio nacional de tipos. Vendió a todos los pequeños suministradores, pero destruyó los tipos Garamond y Bookman”.

Como señala Blackwell la política de rediseño de la ITC era excesivamente revisionista. En el caso del ITC Garamond de 1975, en un intento de mejorar su legibilidad, se aumentó mucho el ojo de la letra y se distorsionó por completo el espíritu de la letra original. Basta compararlo con otros productos de la época como el Garamond que para Berthold creó Gunter Gerhard Lange en 1972.

1.8 Escuela de Basilea (Basel)

En la primera mitad del siglo XX, Suiza se encontraba en una situación social, política y económica que ofrecía en el ámbito de la creación gráfica, unas condiciones idóneas para su libre desarrollo, en contraposición a los países vecinos, Alemania, Francia e Italia, entonces sumidos en graves conflictos políticos y sociales. Por ello, numerosos tipógrafos y artistas gráficos, procedentes de estos países, escogieron Suiza, durante estos años, como lugar de residencia, deseosos de encontrar un ambiente propicio, que no pusiera trabas al desarrollo de todo su potencial creativo.

Como consecuencia de esta situación, son varios los tipógrafos que escogen Suiza como lugar de residencia y trabajo. Dos hechos van a influir de forma determinante, en el posterior desarrollo de la tipografía en este país: por un lado, la influencia de la Bauhaus, que había sido cerrada en Alemania, en 1933, como consecuencia del creciente nazismo; por otro lado, los influyentes trabajos de [Jan](#)

[Tschichold](#), profesor de la Escuela de Munich, que se trasladó a Suiza, donde vivió hasta su muerte en 1974, a excepción de una corta estancia de tres años en Londres.

Las corrientes vanguardistas de principios del siglo XX, la influencia de los dos acontecimientos citados, y el nacimiento del grupo propio, encabezado por Max Bill, puede considerarse como el precedente del movimiento tipográfico suizo, representado por la creación de tipografías de palo seco y la utilización de la composición asimétrica.

Los numerosos alfabetos que se diseñan en estos años están orientados a despojar al carácter de los rasgos que se pudieran considerar accesorios, para valerse únicamente de los imprescindibles, con el fin de potenciar su funcionalidad. Sin embargo, algunos de estos experimentos, resultarán en la práctica infructuosos, entre otras razones, por la rigidez de sus planteamientos.

Frente a la composición tradicional centrada, la composición asimétrica aportaba la distribución de la información en la página sobre puntos invisibles de tensión compositiva. La maquetación del texto en bandera invadió todos los impresos, frente al justificado tradicional, en un intento de resaltar el carácter dinámico y activo que el hecho de la visión y la lectura tienen.

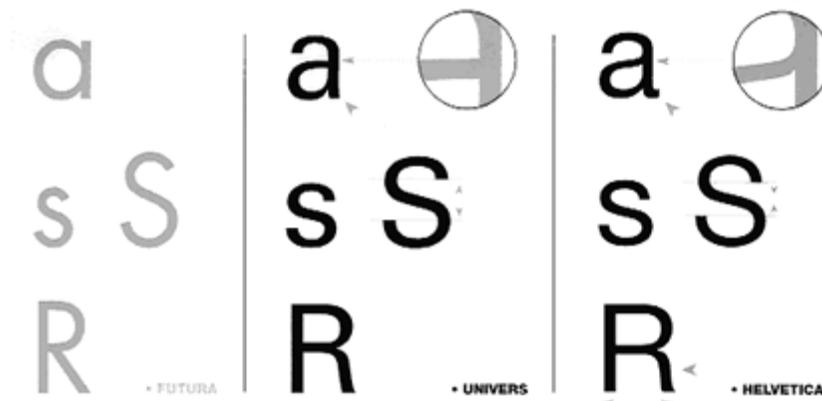
Jan Tschichold era un ferviente defensor de los tipos de palo seco y de la composición asimétrica, producto de estas ideas, fue la publicación de *Die Neue Typographie* obra maestra sobre la Nueva Tipografía. Más tarde, ya en Suiza, Tschichold escribió *Typographische Gestaltung* un segundo libro capital para la nueva concepción tipográfica. Aunque años después Tschichold volvió al estilo clásico, y por ello mantuvo una gran polémica con Max Bill, defensor del estilo moderno.

Curiosamente, la única tipografía que consiguió destacar en esta época fue la Futura de [Paul Renner](#), porque alcanzó el punto de equilibrio entre teoría y práctica. El trazado exageradamente geométrico de sus antecesoras presentaba puntos de unión conflictivos y un cierto desequilibrio entre el peso y el tamaño de las formas. Con la Futura, Renner, compaginó legibilidad y coherencia en sus planteamientos gráfico-formales y corrigió los mencionados problemas, aunque se mantuvo fiel a las directrices teóricas y proyectuales que enmarcan a la Futura dentro de la tipología de palo seco geométrica.

Con estas aportaciones y con el gran protagonismo de las escuelas pedagógicas de Basilea y Zurich, impulsadas por Hermann Kienzle y por Ernst Keller respectivamente, comienza en Suiza la gestación de un nuevo grupo de familias que va a revolucionar el mundo visual de la comunicación, porque, aunque consideradas de palo seco, tienen una armonía formal, no conseguida

anteriormente por ninguna tipografía de estas características. Esta armonía, le viene dada por la compaginación de un trazado funcional sobre un esquema constructivo humanista del carácter.

En este marco sociocultural, aparecen tres grandes tipografías: la Folio, creada por los alemanes Walter Baum y Konrad Bauer, para la fundación Bauer; la Univers, creada por el suizo [Adrian Frutiger](#), para la fundición Deberny et Peignot; y la Helvetica, creada por el también suizo [Max Miedinger](#), para la fundición Haas.



Comparación entre una familia de palo de tipo geométrica (Futura) y las soluciones dadas para los mismos caracteres en Univers y Helvetica.

Estas familias clasificables en la tipología de palo seco se caracterizan por tener el trazo homogéneo y por la ausencia de remates. Sin embargo, la experiencia y la perspectiva crítica ayudó a estos diseñadores a liberar a las familias de las formas geométricas, propias del siglo XX, que tantos quebraderos de cabeza había dado a los tipógrafos experimentales de la Bauhaus y volver a enlazar con la tradición de la tipografía ÇgrotescaÉ del siglo XIX. Se puede apreciar en ellas una clara búsqueda de la proporcionalidad y un sometimiento de los elementos particulares al éxito del conjunto, para conseguir que el texto sea una mancha que destaque por su tono perfectamente uniforme.

Los principios meramente asépticos y modulares, desde los que se confeccionaban estas familias, junto con la compaginación del desarrollo de las técnicas fotográficas y ópticas, y su aplicación al campo de la composición de textos, dio lugar a que la mayoría de estas familias aparecieran con una completísima gama de matices, tanto para versiones redondas como cursivas. En ambas se proyectaron variaciones de anchura, expandidas y condensadas, y variaciones en el grosor del trazo, finas y negras. Así mismo se empezó a utilizar

la tipografía en cuerpos grandes y de este modo se consiguió un poder de comunicación, por medios tipográficos, en impresos de gran tamaño, no conocido hasta entonces.

A pesar de las diferencias existentes entre estas familias, sorprende el gran parecido que muestran a primera vista. Ello nos hace pensar que estos tipógrafos tendían a la consecución de un alfabeto “ideal”, orientado a encontrar el equilibrio perfecto entre lo funcional y la tradición humanista. No obstante, los detalles que caracterizan a cada familia, inciden de forma diferente en la mancha resultante y en la respuesta dinámica del texto.

La Helvetica destaca por la impecable homogeneidad en el tono de la mancha tipográfica, muy similar en la Folio, y algo más irregular en la Univers. Esto es debido a la estudiada proporcionalidad de la relación altura-anchura de todos los caracteres del alfabeto, en el caso de la Helvetica, y la ligera estrechez de éstos, en el caso de la Univers.

La Helvetica, sin traicionar el principio de la belleza funcional, lo compagina muy sutilmente con algunas soluciones que impulsan el desarrollo dinámico del texto a la manera clásica, huyendo de la rigidez proyectual, utilizando algunos trazos de naturaleza claramente humanista, como son el gancho de pie y el bucle de la a, el brazo de la R, y los arcos de la s y la S. Además, el efecto de modulación de la Helvetica es apenas imperceptible, frente a la modulación bastante visible en la Univers, necesaria en parte para solucionar el poco espacio disponible para la unión entre trazos debido a su estrechez.



En cuanto a la utilización del recurso de la modulación, la Univers lo tiene mucho más visible y contrastado pues es ligeramente más ancha en los trazos gruesos, pero más estrecha en los delgados.

Es remarcable la amplia difusión de que gozó la Univers frente a las demás familias, ello fue debido a que fue la primera en utilizarse para la fotocomposición y a la gran versatilidad que ofreció desde el principio, en relación a sus estilos y variantes, dado su planteamiento modular.



Detalle de la terminación, abierta y más alta, del arco de la s y la S en la Helvetica (debajo en gris) y en la Univers (encima hueca), de menor desarrollo vertical y horizontal.

No podemos terminar este acercamiento a la tipografía en Suiza, sin hacer una mención especial al más notable de los tipógrafos suizos y mundiales: Adrian Frutiger, creador entre otras, de la Univers y de la Frutiger, dos de las tipografías más utilizadas en el mundo. Asimismo cabe destacar entre sus múltiples realizaciones su señalización del metro de París y del aeropuerto Charles de Gaulle, dos trabajos de señalística de reconocido prestigio y paradigma de la capacidad comunicadora de la Nueva Tipografía.

En Suiza, técnica y creatividad propiciaron el cambio transcendental que supuso la irrupción de la tipografía en la comunicación social y el asentamiento definitivo de la tipografía de palo seco como una tipología con entidad propia.

1.8.1 Jan Tschichold

Nacido en Leipzig en 1902 e hijo de un rotulista, Jan Tschichold practicó la rotulación y la caligrafía desde muy joven a la vez que se interesaba por el diseño de libros.

Su principal deseo era convertirse en un artista, pero sus padres, que deseaban para él un oficio más «seguro» le persuadieron para que se convirtiera en profesor de dibujo.

Poco a poco fue introduciéndose en el mundo de la caligrafía y el diseño de tipos, su libro de cabecera era *Writing & Illuminating, & Lettering* escrito por el gran calígrafo inglés Edward Johnston y traducido al alemán por Anna Simons.

En 1921, a la edad de diecinueve años, el director de la Academia de Leipzig Walter Tiemann le propuso impartir clases de caligrafía en ella; su carrera había comenzado, pero la mecha que prendió la llama fue una visita a la primera exposición de la Bauhaus en Weimar en agosto de 1923. Allí fue el primer sitio donde pudo contemplar arte moderno y sobre todo un tratamiento de la tipografía

que era más una forma de arte que un medio de comunicación. Aunque Tschichold nunca llegó a ser un miembro de la escuela fue el primero en racionalizar y formular sus nuevas ideas de forma sistemática y orientadas al trabajo diario del impresor.

Su primer libro fue *Die neue Typographie*, 1928, obra capital sobre la tipografía, al cual pertenece el primer pasaje que aquí os presentamos; el segundo pasaje pertenece a su sexto libro *Typographische Gestaltung*, 1935, y en ambos se nos muestra el posicionamiento tanto ideológico como formal que llevó a Jan Tschichold a abanderar el movimiento conocido como «nueva tipografía».

Bibliografía sugerida de Jan Tschichold

- *The new typography (Die neue Typographie)*, Jan Tschichold. University of California Press, 1995
- *The form of the book*, Jan Tschichold. Hartley & Marks/Lund Humphries, 1992
- *Jan Tschichold Typographer*. Ruari McLean. Lund Humphries/David Godine, 1975

1.8.2 Adrian Frutiger

Frutiger nació el 24 de marzo de 1928 en Unterseen (Suiza). Entra a trabajar como aprendiz en la imprenta Otto Schaeffli al mismo tiempo que acude a la Escuela de Artes y Oficios de Zurich. En 1951 realiza un estudio sobre la escritura occidental que merece un premio del Ministerio del Interior.

Su trabajo llega a oídos de Charles Peignot, presidente de la fundición francesa Deberny & Peignot, quien ofrece a Frutiger un puesto en la empresa que este acepta y trabaja en esta fundición durante nueve años. Durante los años 50 Frutiger supervisa la adaptación de muchos de los tipos clásicos de Deberny & Peignot (Garamond, Baskerville, Bodoni, etc) para el sistema de fotocomposición Lumitype (conocido como "Photon" en USA) y en el año 1955 diseña el tipo Meridien para este sistema. Abandona Deberny & Peignot en 1960 para abrir su propio estudio cerca de París (este estudio todavía existe y está ocupado por su socio Bruno Pfäffli).



El mayor logro de Frutiger en el campo del diseño tipográfico fue la creación del tipo Univers. Este tipo fue introducido en el año 1957 para fotocomposición y composición en metal y Frutiger creó un ingenioso sistema de numeración para diferenciar los 21 pesos y anchuras que significó un hito para la denominación y catalogación de tipos. Frutiger volvió a Suiza en 1994 y estableció su estudio en Bremgarten (Berna), desde donde rediseñó la imagen corporativa del correo suizo (Swiss Post) y acometió la señalética del aeropuerto Charles de Gaulle (para el que creó el tipo Frutiger) así

como otros trabajos para la compañía del gas francesa (Gaz de France) y de electricidad (Electricité de France), trabajos en donde se reveló como un gran creador de signos.

El 6 de mayo de 1997 y dentro del evento Typomedia 97, Adrian Frutiger presentó su nuevo diseño de la familia Linotype Univers con 59 pesos diferentes. Adrian Frutiger no solo diseñó uno de los tipos más famosos de todos los tiempos, Univers, sino que creó un estándar y un nivel de excelencia en el diseño de tipos que quedará para generaciones posteriores.

Otros tipos que diseñó Adrián Frutiger son: President (1953), Phoebus (1953), Ondine (1954) y Méridien (1955)

1.9 Los ochenta's y el New Wave

En cuanto al diseño en si, y tras casi dos décadas de permanencia del estilo internacional, este se empieza a ver cuestionado y curiosamente la principal reacción se produce en la tierra que le vio nacer Suiza, de la mano del diseñador Wolfgang Weingart.

Weingart comenzó a dar clases en la Escuela de Diseño de Basilea en 1968 y su posicionamiento respecto al estilo internacional dominante fue el de cuestionar el ángulo recto y la retícula animando a sus alumnos a que buscaran otra disposición tipográfica que no partiera de una aplicación sistemática de unos conceptos sino de la propia expresividad del tipo. Al poco lo que era una formulación radical que

buscaba desmarcarse de la ortodoxia que representaba el estilo internacional se convirtió a su vez en otro estilo que se dio a conocer como New wave y cuyos rasgos comunes consistían en las inversiones del tipo, bloques de texto escalonados, diferentes espaciados, subrayados, etc. así como el uso de la fotografía con una trama fuerte que le daba más aspecto de grafismo que de obra realista.

Otro tipo de reacción fue la que ocurrió a finales de la década de 1970 y que fue protagonizado por el grafismo asociado a la aparición del movimiento punk en Inglaterra. Aparecieron una serie de diseñadores, principalmente en Inglaterra, que consolidaron su obra no por la estética que crearon sino por la libertad y sentimiento con que dotaron a sus obras utilizando para ello las emociones antes que la razón y vapuleando las normas históricas establecidas. Si bien no se extendió mucho en el tiempo su aparición fue verdaderamente convulsiva.

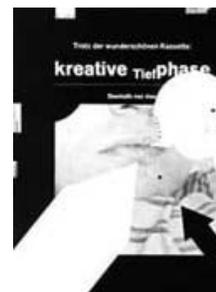
1.9.1 Wolfgang Weingart

Representante de la escuela suiza de Basilea que explora una tipografía heterodoxa y renovadora dándole un Nuevo uso de la fotocomposición de los 60's y 70's.



Opositor de los maestros Emil Ruder y Armin Hofmann, profesores de Basilea, quienes reconociéndole su talento lo invitaron a dar clases, rompió la posición intelectual suiza, descarta las reglas establecidas en los 20 años anteriores.

Se caracteriza por el manejo de bloques escalonados, inversiones de tipo, diferentes espacio de letras, subrayadosy el manejo de los tipos Akzidentz-Grotesk, Helvética y Univers.



1.9.2 April Greiman

April Greiman diseñadora de California discípula de Weingart vio en la computadora Macintosh todo lo contrario de lo que la mayoría adoraba: el gesto del pixel abrió un nuevo lenguaje en sus diseños.

1.9.3 Katherine McCoy

Empezó su trabajo en el mundo del diseño en Unimark International, y fue diseñadora de la Chrysler Corporation's Corporate Identity Office, Omnigraphics of Boston, and Designers and Partners, un estudio de diseño en Detroit. Ha trabajado para MIT Press, Xerox Education Group, y las mas importantes agencias de publicidad. Actualmente es socia de McCoy & McCoy Associates, atendiendo proyectos clientes como; Formica Corporation, Unisys, Philips Electronics, Tobu Stores Tokyo, International Design Center Nagoya, Detroit Institute of Arts y Cranbrook Educational Community.

Se caracteriza por ser una de las máximas exponentes del deconstructivismo por usar en sus trabajos tipografía superpuesta.

1.10 Nuevas fuentes digitales

Sin lugar a dudas el motivo fundamental que desencadenó la fiebre por el uso y conocimiento de la tipografía fue la aparición en 1984 de la computadora personal de Apple Macintosh. Si bien IBM lanzó su modelo de computadora personal (PC) al comienzo de los años 80, fue el ordenador presentado por Apple el que con su interfaz gráfico y facilidad de uso posibilitó, junto con los programas PageMaker y QuarkXPress, el nacimiento del concepto de autoedición. Pronto los diseñadores descubrieron las posibilidades de este sistema en cuanto a rapidez, economía y posibilidades de control y su uso se extendió rápidamente al mismo tiempo que aparecían nuevos periféricos como el escáner que posibilitaban la introducción de los distintos elementos del diseño en el nuevo flujo de trabajo digital.

Asimismo la industria gráfica se tuvo que adaptar rápidamente para la nueva era lo que significó que en un corto período de unos diez años la revolución digital se consolidó plenamente. En este período en lo referente a creación de tipos se empezaron a crear de forma que sirvieran para darlos salida en impresoras de gama baja y que se vieran bien en las pantallas de los ordenadores (Lucida, Demos, Praxis pueden servir de ejemplo).

La compañía Adobe contribuyó esencialmente con la creación del Adobe Type Manager (ATM) una utilidad que evitaba el mal efecto visual del escalonamiento

de los tipos cuando se ampliaban y que posibilitaba hacerte una idea más precisa del aspecto final y la estandarización del lenguaje de descripción de página PostScript que dibujaba los diferentes tipos utilizando curvas Bezier con el fin de obtener una mejor imagen impresa. Muchos diseñadores utilizaban esta tecnología para reproducir la tipografía clásica y otros para experimentar nuevas formas de expresión.

Como propagadora de estas ideas vanguardistas hay que destacar a la revista americana *Emigre* fundada en 1984 por los diseñadores Rudy VanderLans y Zuzana Licko y que si bien en sus comienzos se centro en temas generales de diseño pronto derivó hacia terrenos tipográficos en gran medida apoyada en los propios diseños de Licko.

Esta nueva estirpe de "exploradores de la letra" tiene un personaje central en el diseñador inglés Neville Brody que a través de su obra en las revistas *The face* y *Arena* constituyó un referente para la tipografía de vanguardia por la utilización expresiva que hacía de los tipos y su utilización como recurso gráfico, creando un nuevo lenguaje de imágenes fuertemente icónicas y de concepto poderoso no exentas de cierto aire tribal y primitivo.

Más tarde, en 1991, Neville Brody puso en marcha la revista *Fuse* que nació con la idea de convertirse en un foro de investigación tanto del lenguaje como de las posibilidades de la tipografía y en la cual se incluyen en un diskette 4 fuentes experimentales creadas por varios diseñadores acompañadas por cuatro posters de tamaño A2 en el que se muestran las aplicaciones creativas de esas tipografías así como un cartel del propio Brody que trata sobre el tema propuesto, mientras que el reverso de los posters es utilizado para discutir u ofrecer alternativos puntos de vista sobre el tema.

La utilización plena de los sistemas digitales de producción en los años 90 posibilita que cada usuario de ordenador sea un tipógrafo en potencia. El control que los programas de software proporcionan sobre la tipografía y la utilización de programas de creación digital de fuentes (*Fontographer*) dio lugar a la aparición de miles de tipografías nuevas y consecuentemente a pequeñas empresas que las distribuían.

Con *Emigre* consolidada y lanzado algunos de los tipos que marcaron época como por ejemplo el *Template Ghotic* de Barry Deck en 1990, aparece *FontShop International* (FSI) creada por los diseñadores Neville Brody y Erick Spiekermann y que en Gran Bretaña recibió el nombre de *FontWorks UK* y que tuvo una gran expansión debido a su sistema de distribución de franquicias así como otras fundiciones más pequeñas como [T-26] o *House Industries*.

Asimismo grandes compañías como Monotype, Lynotype o Berthold tuvieron que adaptarse a los nuevos tiempos digitales. De los creadores de esta época cabe destacar a David Carson. Sus trabajos tipográficos en las revistas *Beach Culture* (1990-1991) y *Ray Gun* (1993-1995) así como la publicación de los libros "The end of Print" y "Second Sight" le hacen ser el diseñador más admirado, y copiado, de los años 90.

Su trabajo se articula alrededor de un uso expresivo del tipo, a veces más como un collage o pintura, que para su lectura lineal y una puesta en página de carácter dinámico con superposición de tipos, fotografías, etc. que combinados con efectos de velocidad, difuminado o transparencias dotan a sus obras de un marcado carácter contemporáneo y vitalista.

Y si, en la actualidad, la experimentación sigue asumiendo su papel de motor y dinamizador de la tipografía es lógico que prácticamente cada día veamos una nueva propuesta estética. Completamente nueva o con características del pasado, los más media se encargarán de difundirla rápidamente pero qué es ¿estilo, moda, vanguardia?, sólo el tiempo nos lo dirá.

1.10.1 Neville Brody

Nacido en 1957 en Londres, estudió diseño gráfico en el London College of Printing donde en seguida tropezó con la actitud hostil de sus profesores que consideraban su trabajo poco comercial.

Desde sus comienzos, y todavía en la escuela, a Brody le preocupa profundamente la influencia que los medios de comunicación ejercen en nuestra sociedad. Para él son la nueva fe religiosa de un mundo saturado de imágenes e ideas y sus directores, estilistas y diseñadores se han convertido en los sacerdotes de este final de siglo. Sus reflexiones en torno a este tema pronto le condujeron a desarrollar cierto "primitivismo moderno" cuyo objetivo fundamental era humanizar el medio ambiente visual, recurriendo a unos particulares sistemas de signos.

"Yo quería comunicarme con tanta gente como fuera posible pero haciéndolo también de la manera artística más popular, más personal y menos manipuladora".

The Face

Será *The Face* la revista que le convertirá en uno de los diseñadores más admirados de las últimas dos décadas.

En *The Face*, Brody va a desarrollar un nuevo lenguaje gráfico que más tarde aplicará a otros medios. Los cinco años que permanece trabajando en ella le

llevarán a cuestionar la estructura tradicional de una revista y a emprender una auténtica revolución en su diseño.

"...en una revista, las palabras son factores de reconocimiento, por tanto, los espacios entre letras se convierten en parte de un sistema modular. Tu estructura es un sistema de signos. Los elementos que dictan ese sistema son signos, símbolos y palabras... Un artículo existe en muchos niveles, no consiste sólo en palabras. Y cualquier diseño muestra el modo en que leemos el contenido. El tipo que usas, su tamaño, la manera de espaciarlo, la posición que eliges, todo ello afecta a la manera en que se lee un fragmento".

Una retícula sencilla, capaz de adaptarse a distintas necesidades, permitió siempre a The Face centrar sus elementos de diseño y trabajar bien con las fotos, porque una de las piezas clave de la personalidad de esta revista fueron las fotografías, producto de la libertad de que disfrutaron los fotógrafos. Al mismo tiempo, The Face fue el escenario donde hicieron su aparición signos y logotipos que utilizados fuera de contexto produjeron un impacto del que carecían incorporados a la visión cotidiana, ocultos en la maraña visual de nuestra vida diaria.

El mac

Hacia 1987 el Macintosh va perdiendo aquella torpeza que desde su nacimiento en 1984 lo había mantenido a distancia de los diseñadores. Brody se negaba a utilizarlo pues consideraba que si cualquier trabajo podía hacerse a mano debía de hacerse a mano. Desde luego las ilustraciones y tipografías generadas por ordenador eran bastante toscas y limitadas pero Neville Brody comenzó a cambiar de opinión cuando vio el trabajo de Rudy VanderLans y de Zuzana Licko en Emigre, la revista creada por ambos en California. Emigre era la bandera de quienes creían firmemente que los ordenadores revolucionarían la forma de usar la tipografía y, finalmente, Brody se dejó convencer por ellos.

Gracias a sus constantes visitas a Berlín establece un contacto regular con Erik Spiekerman a quien había conocido en Nueva York en 1987. Por aquel entonces, Spiekerman acababa de fundar FontShop, el primer distribuidor de tipos digitales por correo, y quizá sea esta relación la que impulsó a Brody a acometer con mayor interés algo que ya había comenzado tibiamente dos años antes: la exploración de las posibilidades de la computadora.

Fuse

Pero uno de los proyectos más interesantes es el que Brody pone en marcha siguiendo los pasos de su amigo Spiekerman. Decide establecer FontShop en

Gran Bretaña, que aquí recibirá el nombre de FontWorks UK, y que en junio de 1990 da comienzo a su actividad con un stock de 9.000 fuentes.

En este contexto ha nacido Fuse, la revista que concentra actualmente gran parte de los esfuerzos creativos de Neville Brody. Fuse es algo más que una revista, o un poster A2 acompañado de disquetes. Calificada por algunos como "la revista del futuro", es un foro de debate para la tipografía experimental y una profunda investigación en el lenguaje. Los diseñadores que trabajan en el proyecto desarrollan una tipografía en torno a un tema. Brody diseña un cartel promocional para cada entrega trimestral y desde el número 5 introduce una fuente "oculta" que acompaña a las otras cuatro que se suministran en los discos. Otra de las intenciones de Fuse es la de crear una auténtica interactividad.

Los tipos creados no sufren las restricciones de los derechos de autor y los usuarios pueden jugar con ellos, reinterpretarlos y ¿por qué no?, tal vez superarlos encontrando algo que les lleve más lejos en su trabajo.



Para Brody, Fuse ha sido y es una auténtica necesidad, el medio que le permite seguir desafiando los convencionalismos sobre la forma y la función de la tipografía, porque, aunque su estilo ha ido variando durante todos estos años, hay algo que permanece intacto en él: su capacidad para asumir riesgos, cualidad muy apreciable en alguien cuya obra ha colgado de la pared de un museo.

1.10.2 Rudy Vanderlans

Rudy Vanderlans nació en La Haya (Holanda) en 1955. A los diecinueve años ingresó en la Royal Academy of Fine Arts de su ciudad con la idea de convertirse en ilustrador. Como la institución no ofrecía un currículum específico para ello, Rudy eligió el Departamento de Diseño Gráfico para formarse, simplemente porque allí se impartían clases de dibujo del natural e ilustración.

Poco a poco, y sin darse cuenta, se fue metiendo en una disciplina bastante pragmática, en la que primaban los conceptos de claridad del mensaje e

importancia de la retícula. Eran los tiempos en que en las escuelas de diseño gráfico dominaba la ideología funcionalista y la filosofía del diseño encontraba sus máximos exponentes en la revolución formal que había comenzado sesenta años antes, con artistas y movimientos como El Lissitzky, De Stijl, la Bauhaus, Jan Tschichold y Emil Ruder, entre otros.

Sinónimos de diseño gráfico eran el orden, la claridad, la simplicidad, en un mundo moderno a cuya armonía contribuirían, con su práctica, los diseñadores.

Aunque Rudy VanderLans, como alumno aplicado, había asimilado esos criterios funcionales, pronto empezó a interesarse por el trabajo de creadores cuya obra escapaba de los parámetros racionalistas y, así, quedó vivamente impresionado por la vitalidad del diseño de Milton Glaser y del alemán Heinz Edelmann; ambos recurrían a la ilustración como un medio de comunicación muy importante y usaban la tipografía sin restricciones. Milton Glaser proclamaba, además, que no había una única manera de entender el diseño y que lo simple no era mejor que lo complejo. La revista *U & I*, dirigida en esa época por Herb Lubalin, también captó su interés, por la manera tan libre de emplear los tipos, sin las limitaciones que imponían los puristas. Los primeros pasos en el ámbito profesional los dio VanderLans trabajando como aprendiz durante tres meses en Total Design de Amsterdam, uno de los estudios más importantes del país, al frente del cual se encontraba Wim Crouwel, conocido defensor de la máxima "la forma sigue a la función". De esta manera, Rudy vio confirmadas las teorías que le habían enseñado en la Royal Academy y no tuvo que cuestionar su posible validez.

En 1980 el diseñador holandés comienza a trabajar en Vorm Vrijf de la Haya, un estudio fundado por Joop Ridder y Bart de Groot, cuyos planteamientos tipográficos eran menos rígidos que los de la mayoría de sus colegas. Dicho estudio centraba su actividad en el campo de la identidad corporativa y VanderLans en seguida se dio cuenta de que no era el que a él le interesaba más.

Algo desalentado por sus primeras experiencias en la profesión, decidió cambiar de aires. Presentó una solicitud para estudiar en la Universidad de California en Berkeley y al ser admitido se trasladó a los Estados Unidos. Allí, mientras estudiaba fotografía, conoció a Zuzana Licko, con la que contrajo matrimonio en 1983.

Ese mismo año comenzó a trabajar para el periódico San Francisco Chronicle, bajo la dirección artística de John Sullivan. Las características del medio le hicieron sentirse frustrado, obligándole a replantearse continuamente todas las ideas funcionalistas que había recibido en su formación. Lo más importante era acabar a tiempo para que la publicación saliera a la calle; el cuidado de la tipografía, su legibilidad, los espacios en blanco y, en definitiva, cualquier regla básica del diseño tradicional aquí importaban bien poco. Y, así, Rudy Vanderlans,

paulatinamente, fue arrinconando todas aquellas fórmulas que sus ordenados profesores holandeses le habían metido en la cabeza.

El choque fue grande para alguien que venía de un país donde los diseñadores tienen un peso específico y desde las guías telefónicas hasta la configuración gráfica del dinero son obra de un profesional cuyo criterio es importante para una sociedad que siente un gran respeto por el diseño.

El San Francisco Chronicle era prácticamente todo lo contrario. Concebido, también desde el punto de vista estético, por unos editores con ideas propias sobre lo que debía ser un periódico, los diseñadores no eran más que meros ejecutores de las mismas.

Pero, no todo fue tan negativo, porque Vanderlans aprendió también que muchas veces no hacían falta tantas normas como le habían contado, y sí eran necesarias unas buenas dosis de sentido común. Concluyó que no todo el mundo lee de la misma manera y que el grado de sofisticación visual al que se ha llegado en nuestro mundo hace que prácticamente, y desde el punto visual, podamos adaptarnos a cualquier cosa. Todas estas consideraciones le hicieron sentir la necesidad de investigar llegando, incluso, al límite de la legibilidad.

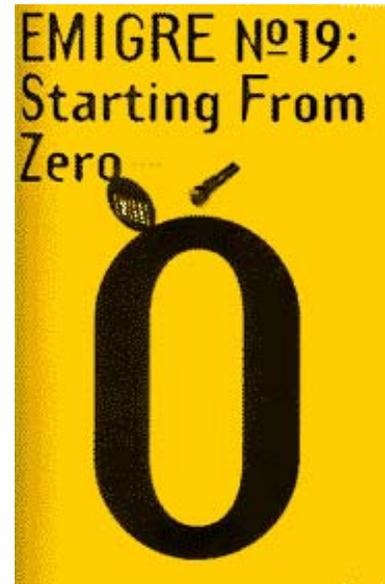
Por otra parte, estas crecientes inquietudes coincidían con un proyecto nacido de su relación con otros dos artistas holandeses, Marc Susan y Menno Meyjes, a los que había conocido en 1982 gracias a la exposición "Artistas Holandeses en la Costa Oeste". Querían crear una revista multicultural, que sirviera de punto de encuentro entre tendencias y artistas procedentes de todos los lugares del mundo. De esta manera Emigre salió por primera vez a la calle en 1984, con una tirada de tan sólo 500 ejemplares, bajo la perspectiva de unos artistas marcados por su condición de emigrantes.

También a través de la exposición de artistas holandeses, Vanderlans estableció relación con Henk Elenga, uno de los miembros fundadores de Hard Werken, un colectivo holandés dedicado al diseño gráfico que había abierto un estudio en Hollywood.

Rudy se encontró fascinado por las actitudes tan poco tradicionales que, respecto al diseño, mantenía el grupo. No parecían preocuparles aspectos tales como la funcionalidad o la legibilidad pues estaban mucho más interesados en el efecto total, aunque en ocasiones pudiera resultar ilegible.

La influencia de Hard Werk en la manera de diseñar de Vanderlans fue profunda y definitiva, como se refleja en los primeros números de Emigre.

Pero el trabajo de VanderLans y en definitiva, Emigre no hubieran sido lo mismo sin la estrecha colaboración – no siempre fácil – con Zuzana Licko, una mujer de espíritu tan inquieto o más que el del diseñador holandés.



1.10.3 Zuzana Licko

Zuzana Licko es co-fundadora de Emigre, una fundación digital situada en California EEUU. Fundada en 1984, coincidiendo con el nacimiento del Macintosh, Emigre fue una de las primeras fundaciones independientes que desarrollaron su trabajo centrándose en la recién nacida tecnología de autoedición. Asimismo editan la conocida revista Emigre, la versión en línea se puede encontrar en; www.emigre.com

A continuación reproducimos una entrevista con Zuzana aparecida en la revista U&LC;

¿De donde sacas las ideas para tus nuevos diseños de tipos?

Una gran parte de mi inspiración proviene del propio medio en el que me desenvuelvo. Por ejemplo mi interés en diseñar tipos surgió de la necesidad de contar con fuentes más efectivas de las que por defecto disponía el Macintosh para la pantalla del ordenador y las impresoras matriciales allá por el año 1984.

Como diseñadora gráfica disfrutaba con la nueva posibilidad de probar los nuevos tipos en los trabajos que realizaba. Inicialmente los tipos que diseñaba solamente los empleaba en la revista Emigre, pero al ver que otros diseñadores estaban interesados en usarlos, formamos Emigre Font en 1986. Aunque mis primeros diseños fueron en forma de mapas de bits para usarlos con las impresoras matriciales, tras la introducción de la tecnología PostScript desarrollé varios tipos para dispositivos de alta resolución basados en lo primeros diseños de mapas de bits.

Recientemente he revisado algunos de esos primeros diseños en las fuentes Base 9 y Base 12. Estas familias ofrecen plena compatibilidad entre la pantalla y la impresora y resuelven la doble necesidad actual entre la baja resolución de los monitores y el alta de los modernos dispositivos de salida.

Además últimamente me intereso por la creación de tipos clásicos debido al incremento de artículos técnicos y largos en nuestra revista Emigre, que requieren un tipo de texto adecuado para esas características.

Mi diseño basado en los tipos de Baskerville, que hemos puesto de nombre Mrs. Eaves, me ha ofrecido la oportunidad de diseñar graciosas ligaduras que ayudan a crear interés visual además de recordarnos las antiguas prácticas tipográficas.

¿Cómo juzgas la validez de un nuevo o experimental diseño tipográfico?

En diseño, cada vez que nos acercamos a un problema creamos una solución distinta para resolverlo. Con el paso del tiempo la propuesta debe de cambiar ya que el propio contexto cambia y aplicar las «viejas soluciones» una y otra vez conlleva a la pérdida de interés para el destinatario. Además las nuevas tecnologías presentan nuevos problemas a los diseñadores y los más exitosos diseños tipográficos experimentales suelen ser los que exploran esas tecnología.

¿Cuál es el mayor obstáculo en el diseño de tipos?

La desprotección legal existente frente a la piratería es un gran problema. Aunque este no es un problema específico de diseño, me ha servido de acicate para crear el patrón Hypnopaedia que usa las letras como si fuera una textura. Es obvio que mucha gente tiene dificultad para ver una letra en sus formas abstractas.

Desafortunadamente, esta imposibilidad para distinguir entre el diseño ornamental de letras y los caracteres alfabéticos que ellas representan, da como resultado la pérdida del derecho de protección sobre los diseños de letras. Me ha ocurrido que al sacar a las letras de su usual contexto alfabético las formas de las mismas cobran valor como partes independientes separadas y diferenciadas de su función de representación de caracteres alfabéticos, y cuando son aplicadas como elementos de un patrón, el mensaje de la letra como forma aflora a la superficie.

¿Cuál es el mayor obstáculo en el diseño de tipos?

La desprotección legal existente frente a la piratería es un gran problema. Aunque este no es un problema específico de diseño, me ha servido de acicate para crear el patrón Hypnopaedia que usa las letras como si fuera una textura. Es obvio que mucha gente tiene dificultad para ver una letra en sus formas abstractas.

Desafortunadamente, esta imposibilidad para distinguir entre el diseño ornamental de letras y los caracteres alfabéticos que ellas representan, da como resultado la pérdida del derecho de protección sobre los diseños de letras. Me ha ocurrido que al sacar a las letras de su usual contexto alfabético las formas de las mismas cobran valor como partes independientes separadas y diferenciadas de su función de representación de caracteres alfabéticos, y cuando son aplicadas como elementos de un patrón, el mensaje de la letra como forma aflora a la superficie.

¿Cuál ha sido el impacto del ordenador personal, específicamente el Macintosh, sobre el diseño?

El ordenador personal ha democratizado el diseño. Ha dado virtualmente las mismas oportunidades para diseñar al principiante como al profesional del diseño.

Antes del ordenador personal, mucha gente estaba limitada a la máquina de escribir como forma de comunicación impresa, aunque es opinable el que la actual posibilidad de elección se traduzca en una mayor y mejor comunicación ya que con la abundancia de opciones gráficas y fuentes disponibles hoy en día si no son usados eficientemente pueden dar lugar a mensajes confusos.

Al igual que el calcular una tangente con una calculadora no da al usuario conocimientos profundos sobre geometría, los programas de diseño no posibilitan al usuario inexperto un conocimiento exhaustivo sobre las normas del diseño, aunque a él le crea la ilusión de hacerlo. Así como avanzamos en la velocidad y las opciones que nos ofrece el ordenador, es crucial que los diseñadores sepan elegir de todas ellas las más apropiadas.

¿Cuál es tu opinión acerca de «cortar&pegar» o la modificación de fuentes?

El fenómeno «cortar&pegar» en la creación de fuentes se ha hecho muy popular, principalmente porque es como un nuevo juguete, y las fuentes se han hecho también populares porque todo el mundo tiene la capacidad de instalar las que quiera en su ordenador. Y con este mismo ordenador cualquiera se puede instalar también un programa para hacer fuentes con lo que ha aumentado el interés en la creación de las mismas.

Aunque el hecho es que debido a la cantidad de trabajo necesario para generar una fuente correctamente lo que se hace poco tiene que ver con el rigor necesario. De acuerdo que no hay nada malo con la experimentación y modificación de fuentes para uso privado, si el usuario ha adquirido una copia legal de la fuente con la que experimenta, el problema viene cuando se distribuye sin compensación a los creadores originales.

La proliferación de este tipo de fuentes solo sirve para confundir la ya de por sí confusa historia de los tipos. El diseño de tipos ha sido un campo exclusivo hasta hace bien poco del que había poca información disponible y la gente tiende a olvidar que los tipos son de hecho diseños y no meras formas estéticas traspasadas de generación en generación.

Es frustrante ver que los créditos de los tipos están generalmente desaparecidos de los diseños en los que si figuran diseñadores, directores de arte, ilustradores e incluso impresores aunque su participación en la obra final sea importante.

¿Son las recuperaciones de fuentes clásicas el camino de los diseñadores de tipos «serios»?

Yo no puedo hablar en nombre de todos los diseñadores de tipos, pero te comento que mi interés por recuperar las fuentes clásicas se basa en dos factores: la sofisticación de los modernos ordenadores y el propio contenido de la revista Emigre que tiende a ser más teórico y con ello más extenso.

Las restricciones originales que existían en el inicio de la autoedición han desaparecido y aunque persisten en configuraciones de baja resolución, las herramientas existentes en la actualidad en los ordenadores personales posibilitan renderizar una enorme variedad de formas, y por otro lado, como ya he señalado antes, el progresivo aumento de texto frente al material visual de nuestra revista nos ha llevado a desarrollar más tipos de texto y los clásicos son un buen punto de partida.

¿Dónde buscas los modelos para tus «revivals»?

Por ejemplo para el tipo Filosofía he indagado varias versiones del tipo de Bodoni desde trabajos originales de Bodoni hasta recientes recuperaciones como la ITC Bodoni. No uso ningún catálogo en particular como modelo, prefiero dibujar mi Bodoni de memoria para obtener las proporciones básicas. En mis creaciones hay elementos que no tienen un origen histórico como los terminales redondeados de la «s» de caja baja del tipo Filosofía que fue una decisión de diseño acorde con los remates redondeados que elegí para este tipo. Cuando dibujo una recuperación de un clásico me cuestiono la forma de cada carácter de acuerdo con mi propia sensibilidad, como si estuviera dibujando un diseño original.

¿Qué esperas del diseño de tipos en el siglo XXI?

La información se almacenará, accederá y visualizará en formato digital. Los Cd's boletines electrónicos y la Web posibilitarán que los tipos para pantalla no sean una analogía temporal de la pieza impresa sino que serán el destino final en que se visualizará mucha información. Esto conducirá al cambio de resolución de las

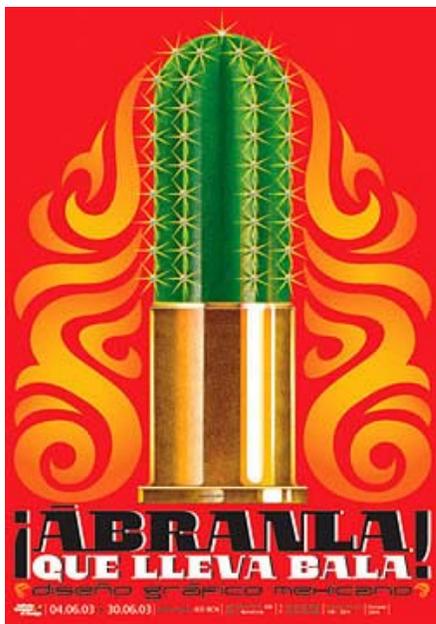
pantallas de ordenador. Mientras, la función primaria del tipo será la comunicación que será una necesidad básica de nuestra cultura. Y para esto las personas necesitan que se ordene la información desde el diseño de la página hasta la forma de las letras o la gramática.

La moda de «Copiar&pegar», popularizado con el movimiento «grunge», únicamente destruye los tipos y la tipografía y no, comunica nada más que la imagen de destrucción. Yo creo que esto es un reflejo de la desesperación de nuestra sociedad y que tiene que ver con los grandes cambios tecnológicos que nos apartan de los tradicionales medios de comunicación. Como eficiente intercambio de información será un requerimiento que en la próxima era de la información las sofisticadas y ordenadas normas tipográficas nos sean de gran ayuda y, por lo tanto, no sean olvidadas.

1.11 La tipografía contemporánea en México

A partir de 1994, diseñadores gráficos mexicanos empiezan a explorar el diseño digital de letras, produciendo las primeras fuentes mexicanas originales para composición en computadora.

Si nos preguntamos ¿Cuántos tipos de “texto” se han diseñado en México? La respuesta es difícil. Lo cierto es que algunos diseños originales de mexicanos han empezado a dejarse ver en el “body text” de revistas, libros y periódicos, con buenos resultados.



Sin contar con ciertos ilustres antecedentes coloniales y del siglo XIX –poco conocidos, por demás– y algunos casos muy específicos, como la familia Economista (diseñada especialmente para el diario del mismo nombre), las tipografías originales utilizadas hasta ahora en textos no han sido ortodoxamente “de texto”, o sea, romanas patinadas tradicionales. A pesar de esto, han funcionado sorpresivamente bien, tal vez porque el lector mexicano, en gran parte joven, no tiene costumbres literarias tan establecidas como otros públicos, y es relativamente abierto –o insensible– a la innovación. Además, es notable el interés creciente que han demostrado algunos empresarios y directores editoriales por usar tipografía original en sus publicaciones.

Entre estos tipos de letra podemos citar la Ingenua y la Suave de Quique Ollervides, la Enrico de Gonzalo García Barcha –un interesante revival de un diseño del siglo XVI–, la Semisans de Nacho Peón, y la Mexica y la Integra de Gabriel Martínez Meave.

Lo que hace falta para cristalizar estos esfuerzos en un todo coherente se podría resumir en los siguientes puntos:

- Lograr un mayor cuidado del detalle, especialmente en el diseño del “espacio blanco” (espaciado y kerning), que en muchos diseños originales todavía no es óptimo y que es vital para que una font se utilice en textos largos.
- La creación de fonts digitales complementarias para estos diseños, empezando por las itálicas y continuando con small caps y pesos bold. Sólo esto permite que un diseño sea verdaderamente funcional.
- Una promoción y distribución profesional de estos tipos de letra a nivel nacional y, por supuesto, internacional.

Si estos puntos se resuelven en un futuro cercano, el destino de la tipografía en México no tiene por qué no ser brillante.

1.11.1 Enrique Ollervides y Hula + Hula

Eriquer "Quique" Ollervides (nacido en la ciudad de México, 1974) y Javier Ramírez "Cha!" (nacido en la ciudad de México, 1968), ambos egresados de la Universidad Intercontinental, formaron el estudio multidisciplinario Hula+Hula en 1996, especializándose en el diseño editorial, de identidad corporativa y tipográfico. Han diseñado más de 50 carátulas de CD para las principales compañías disqueras y desarrollado las identidades y campañas publicitarias de sus artistas más importantes. Entre sus clientes destacan: MTV, L'Oréal, Sabritas, Sony Music, Universal Music, BMG Entertainment, Virgin Records, McGraw Hill, Macmillan, y Canal Once entre otros.

Han diseñado más de 20 fuentes tipográficas, algunas de las cuales son distribuidas por la casa tipográfica T26. Han colaborado en varios proyectos especiales (colectivos) en América y Europa con diseñadores de renombre internacional. Su trabajo ha sido publicado en diversas revistas y libros especializados en México, Estados Unidos, Alemania y España. Han representado a México como expositores y conferencistas, en Estados Unidos, Holanda, Francia, Argentina, Italia y España.



En el campo editorial han colaborado con las revistas Matiz, DX, Complot, Sputnik, Fakir, Switch, y 15a20; editoriales como McGraw Hill y Prentice Hall, y el periódico Reforma como diseñadores, ilustradores, tipógrafos y/o columnistas. Participaron en Mexhibition (Holanda '99) y en la exposición Diseño México-Francia, además de haber dado conferencias y talleres en diversas universidades de la república mexicana.

Además de participar en Hula+Hula, Quique es profesor de tipografía en la Universidad Intercontinental desde 1997; Cha! es bajista de los grupos Fobia y Moderatto, y fue conductor en la estación de radio Radioactivo 98.5 FM. Actualmente colaboran en Hula+Hula Jorge Alberto Herrera y Darío Balandrano.

1.11.2 Gabriel Martínez Meave

Gabriel Martínez Meave nació en la Ciudad de México en 1972.

Estudió, entre 1990 y 1995 la licenciatura en Diseño Gráfico en la Universidad Iberoamericana de Santa Fé, Ciudad de México. Desde 1991 se ha desempeñado profesionalmente como diseñador en diversos proyectos, para clientes y empresas varias como Editorial Eres (ahora Editorial Televisa), Grupo Radiópolis, Televisine, Canal 5 y Canal 22, entre otros.

En 1994 fundó, junto con otros colegas, el estudio de diseño Kimera, donde ha realizado proyectos diversos para el INBA, HBO Olé, Televisa, Televisión Azteca, Bacardí y Cía, José Cuervo International y Warner Music, así como trabajos de identidad corporativa para Grupo Elektra, la Escuela Nacional de Música, la Secretaría de Turismo, la Cámara Americana de Comercio y la Embajada Británica, entre otras empresas más.



En 1995 cursó un taller de cartel con el diseñador catalán Peret. Asimismo, siendo la Tipografía uno de sus principales intereses dentro del ámbito del diseño, ha tomado diversos cursos de letterform con André Grtler, de la escuela de diseño de Basilea; de tipografía digital, con el destacado tipógrafo y poeta canadiense Robert Bringhurst, y de caligrafía, con el calígrafo francés

Claude Dieterich. Este interés le ha llevado a crear diversas tipografías digitales originales, algunas de las cuales son distribuidas a nivel mundial por Adobe Systems International; así como a desarrollar proyectos tipográficos especiales para clientes como el diario El Economista, Banca Serfín, Design Center y Perason Educación, entre otros.

Su trabajo en diseño y tipografía ha sido publicado en las publicaciones internacionales Communication Arts (Estados Unidos), ARC Design (Brasil), étapes Graphiques (Francia), y Page (Alemania) y en las revistas mexicanas Complot, México en el Diseño, y Matiz, donde ha colaborado en diversas ocasiones como articulista invitado.

A partir de 1997 ha impartido conferencias sobre imagen corporativa y tipografía en la Universidad Iberoamericana, el Colegio de Diseñadores de Querátaro, la Escuela Nacional de Artes Plásticas, y otras universidades mexicanas, así como diversos eventos nacionales de publicidad y diseño. En el ámbito docente, imparte el curso de Tipografía Digital dentro de la Maestría en Tipografía de la Universidad Intercontinental.

Su trabajo y el de su estudio Kimera fué expuesto en la exposición Mexivision, celebrada en La Haya, Holanda, en mayo de 1999, así como en la exposición del evento de cultural de diseño México-Francia, celebrado en noviembre del mismo año. En 2000 y 2001, tres de sus tipografías fueron premiadas por Type Directors Club de Nueva York, en dos diferentes concursos internacionales, y han sido publicadas en su anuario Typography 21 y presentadas en exhibiciones alrededor del mundo, siendo el único latinoamericano que hasta la fecha ha recibido estas distinciones en el ámbito de la tipografía.

Es miembro de la Association Typographique Internationale y del Type Directors Club de Nueva York.

1.11.3 Ignacio Peón

Estudió en la Universidad Iberoamericana, la carrera de Diseño Gráfico. Ha participado en distintos proyectos editoriales como: Golem, The O, Laberinto y Complot. Coparticipó en la creación de la editorial Pellejo, que publica las revistas experimentales: Número y Fea. Actualmente se encuentra realizando animaciones y logotipos para la empresa Televisa, trabaja en el despacho Igloo y es coeditor de la revista Tiiyo.



1.11.4 Gonzalo García Barcha

Su mérito no es ser solamente hijo de uno de los escritores más reconocidos de Latinoamérica, Gabriel García Márquez, sino dedicarse a lo que, en sus palabras, es lo que “menos se ve del cine”: los créditos. Gonzalo García Barcha ha trabajado con directores como Alfonso Cuarón, Luis Estrada y su hermano Rodrigo García. Estudió Comunicación Gráfica e Ilustración en París en 1986 y en México fundó Ediciones del Equilibrista.



Gonzalo se declara amante del cine y de todo lo que parezca una pérdida de tiempo sin que lo sea, como sentarse a dibujar, escuchar música, leer libros, entre otras cosas que de niño le fueron fomentadas.

Entre otros proyectos ha trabajado en “Compendio de fuentes tipográficas mexicanas para uso contemporáneo” en 1999, en la recuperación de la fuente tipográfica que Enrico Martínez creó en la Nueva España trabajo del que derivó su fuente Enrico y actualmente forma del parte del consejo editorial de la revista Titypo junto con: Eduardo Danilo, Gabriel Martinez, Domingo Martinez, Luis Almeida, Eric Olivares, Uzyel Karp, Enrique Ollervides y David Kimura.

Conclusión

Es importante que el diseñador conozca la evolución histórica que ha tenido la tipografía para conocer el significado de las tendencias actuales y así comprender cuáles son sus límites y posibilidades ya que ésta se ocupa de estructurar y organizar el lenguaje visual.

Cabe también mencionar la importancia que esta disciplina del Diseño Gráfico ha adquirido en los últimos años en Latinoamérica y sobretodo en México donde contamos con grandes exponentes de la disciplina a nivel internacional.

Tema 2. Papel del diseñador en el diseño tipográfico

Subtemas

- 2.1 Objetividad y subjetividad
 - 2.1.1 ¿El Diseñador como “Autor”?
- 2.2 “Lectura” y comunicación
 - 2.2.1 La “Lectura-Escritura” en la producción del texto

Objetivo de Aprendizaje

Al termino del tema el estudiante analizará, desde una perspectiva crítica. el eclecticismo actual en el diseño tipográfico, así como el papel y la responsabilidad del diseñador como traductor visual de contenidos

Introducción

El invento de Gutenberg supuso una nueva forma de producto informativo: el libro, que como hemos visto tuvo consecuencias sobre la representación del mundo artificial. Hoy estamos inmersos en plena revolución tecnológica de la información en la que el tipógrafo tiene que hacer frente a los mismos problemas. Si antes fueron los tipos fundidos, ahora son los tipos digitales, si antes fue la página, ahora el interfase; si antes el libro, ahora “el sitio”; si antes el texto, ahora el hipertexto. Mapas y diagramas nos permiten navegar por este nuevo mundo ya no sobre el papel, sino sobre la pantalla. La revolución de la información digital tiene gran similitud con la revolución de la imprenta. Si antes se hablaba de la arquitectura del libro, hoy se habla de la arquitectura de la información para referirse al diseño interactivo. Bien es cierto que la modernidad tuvo sus grandes errores, pero también es verdad que la cultura escrita, la cultura de la razón, todavía no ha sido superada. El diseño debe recuperar su papel de vanguardia en este proceso. Si durante los últimos años diseño ha sido sinónimo de moda y consumo, ahora, cuando Gutenberg es reconocido “Hombre del Milenio”, es necesario revisar nuestros discursos y plantear nuevas respuestas, que pasan, sin lugar a dudas, por reivindicar la figura del tipógrafo, literalmente, como; “un hombre de letras”.

2.1 Objetividad y subjetividad

El significado de un mensaje ha de hablar en el interior de formas, de llenos y vacíos contruidos geoméricamente, con las correcciones ópticas necesarias para que la lectura sea clara y racionalmente comprensible.

La tipografía es un conjunto de reglas proyectuales y, sobre todo, en cuanto a lugar de elaboración de la cultura, a través de la cual los hombres están en condiciones de emanciparse, respecto de otras manifestaciones lingüísticas.

La lengua no es una forma, representa un contenido que es el resultado de conflictos, también de dramas y de violencia, de encuentros y desencuentros... la Historia.

Escribir sobre un alfabeto implica que mientras lo hacemos estamos echando mano a él mismo para transmitir nuestras ideas .Así como los lectores lo usan para entender lo que se dice.

Se aplica un código habitual, aprendido.

Estamos habituados a verlo como herramienta donde «leer» y con el cual «escribir».

Es así que se nos hace invisible a menos que se nos muestre como presente, haciendo notar las peculiaridades estructurales de esta o aquella letra, las posibilidades de armónica proximidad y, más aún, las dotes de perceptibilidad, de legibilidad, de fluidez de un texto compuesto con aquel determinado carácter.

Que el carácter tipográfico trascienda su propio valor instrumental, para proponerse como entidad sígnica autónoma, no es una cosa nueva, por el contrario, sobre el contenido estético-formal del signo alfabético existen tratados históricos.

Así que este boom por el uso de la tipografía como forma no es nada nuevo.

Tres elementos que parecen insoslayables a la hora de diseñar:

Conocer: en principio es necesario adquirir el conocimiento de los múltiples aspectos que la escritura y los caracteres tipográficos han asumido en los diversos períodos.

Ejecutar: el estudio en profundidad de los elementos estructurales del alfabeto y de las leyes ópticas que gobiernan el dibujo de las letras y su composición, resulta esencial a los fines de la reproducción correcta de los caracteres.

Proyectar: a partir de las formas memorizadas y gracias a una técnica de ejecución adquirida con paciencia, pueden afrontarse temas de proyección y de investigación para el estudio de nuevos signos aptos para una comunicación más fuerte y duradera.

2.1.1 ¿El diseñador como “autor”?

Se debe considerar la tradición histórica del diseño como una parte fundamental del proceso de aprendizaje, ya que nos aporta el saber elegir, mezclar y servir las técnicas necesarias para realizar cualquier creación se requiere además de la intuición y la sensibilidad.

La tradición para muchos autores es el camino por donde transita el diseñador de manera absolutamente libre dejando su propia huella. Este respeto por la tradición se refleja en la importancia que tiene la tipografía en sus trabajos, el texto adquiere una simplicidad extrema en la página.

El tipógrafo deberá elegir entre iluminar u oscurecer al autor según se haga más o menos transparente su presencia

2.2 “Lectura” y comunicación

Marshall McLuhan ha hecho hoy un balance de los efectos de la escritura alfabética: "Hasta que se inventó la escritura, el hombre vivió en un espacio acústico: sin límites, sin dirección ni horizonte, en la oscuridad del espíritu, en el mundo de los sentimientos, en la intuición primordial, en el terror."

"Como consecuencia del uso de la escritura, el pensamiento se separó por primera vez de la acción -pues el leer retarda la reacción." La invención por Gutenberg de los tipos móviles revolucionó una época y marcó el comienzo de otra nueva -del Renacimiento al siglo XXI.

"El procedimiento de Gutenberg trajo la primera mercancía uniformemente reproducible y alumbró la primera producción en serie, es decir el primer producto de masas. Hizo posible el libro portátil, que el hombre podía leer en privado y aislado de sus semejantes. " Igual que la pintura sobre tabla (otro invento del Renacimiento). el libro impreso contribuyó en gran medida al "nuevo culto del individualismo".

"Se hizo así posible la fijación del punto de vista privado, y el saber libresco impulsó el apartamiento, el estar a solas." y más: la técnica de la impresión promovió la especialización -y, a partir de ahí, todo lo demás, desde el

pensamiento periódico en la matemática hasta los esquemas mentales chauvinistas y los nacionalismos.

Hoy, la "galaxia Gutenberg" vive su fin. Despunta una nueva era: la "electrónica". "El circuito electrónico enlaza a los hombres unos a otros. Las noticias nos inundan de forma inmediata y continua. y apenas las noticias acaban de invadirnos, están ya siendo sustituidas por otras." El hombre regresa al estado tribal anterior a la imprenta". "Pues, electrónicamente contraído, el globo no es sino una aldea." "Con las elevadas velocidades de la comunicación electrónica, los medios exclusivamente visuales de concebir el mundo ya no son posibles, pues son demasiado lentos para ser relevantes o efectivos."

En suma: el aparato de televisión sustituye al libro; el alfabeto ya tuvo su tiempo.

Mientras McLuhan examina los efectos, Claude Lévi-Strauss busca los orígenes de la escritura:

"Podría suponerse que su invención evocó cambios profundos en la vida de la humanidad... Pues la escritura multiplica por millas posibilidades de adquirir y conservar conocimientos.

Podría imaginarse que fue una especie de memoria artificial cuyo desarrollo permitía un mejor conocimiento del pasado y, con él, una mayor capacidad para regular y ordenar el presente y el futuro. Si se quisiera descartar todos los criterios que se han propuesto para distinguir la barbarie de la civilización, al menos habría que conservar el criterio de la escritura. Entonces tendríamos, de un lado, aquellos pueblos que conocen la escritura y que estarían en condiciones de adquirir conocimiento y, por tanto, de dirigirse más rápidamente... hacia la meta que ellos mismos se proponen. Y de otro lado, aquellos que sólo podrían retener del pasado tanto como le es posible a la memoria individual; tales pueblos estarían cautivos de una historia vacilante, una historia sin origen, sin plan y sin conciencia duradera. Pero nada de lo que sabemos sobre la escritura y sobre el papel que ha desempeñado en el desarrollo de la humanidad justifica esta idea."

"En el neolítico, la humanidad hizo enormes progresos aun desconociendo la escritura. Y, a pesar de su conocimiento, las culturas históricas de Occidente estuvieron estancadas durante largo tiempo" - "desde la invención de la escritura hasta el nacimiento de la ciencia moderna en el mundo occidental transcurrieron unos cinco mil años, durante los cuales los conocimientos, más que acumularse, cambiaron."

La escritura se inventó entre el tercero y el cuarto milenio antes de nuestra era; ¿ con qué gran innovación estuvo relacionada? "El único fenómeno histórico coincidente con la aparición de la escritura es la fundación de ciudades e imperios,

en otras palabras: la integración de un gran número de individuos en un sistema político y su división en castas y clases. "

2.2.1 La “lectura – escritura” en la producción del texto

“Admiten que los inventores de la escritura imitaron los veinticinco símbolos naturales, pero sostienen que esa aplicación es casual y que los libros nada significan en sí. Ese dictamen, ya veremos, no es del todo falaz.”

Jorge Luis Borges, La biblioteca de Babel

La palabra escribir ha tenido siempre un sentido de representación, sin embargo, esta cualidad ha permanecido oculta bajo la capacidad ilocutoria de la escritura alfabética. El diccionario de la Real Academia Española, el más conservador libro de las palabras ya le otorga un sentido más amplio incorporando la representación de las ideas mediante el uso de letras u otros signos.

En un sentido estricto, escribir es representar las palabras o las ideas con letras u otros signos trazados en papel u otra superficie. La escritura, no sólo en castellano sino en general, se refiere a todo tipo de signos gráficos. Desde la convención matemática hasta la notación musical, pasando por los ideogramas y los jeroglíficos, los diagramas o los emblemas. La escritura no sólo es alfabética, no sólo representa el habla, sino que va más allá de la fonética y de la palabra para convertirse en una forma de representación del pensamiento y de las ideas como bien dice el diccionario de la RAE.

La escritura es una tecnología para preservar la memoria colectiva. Es una tecnología sofisticada que precisa de aprendizaje de códigos de escritura-lectura, de herramientas y de superficies que sirvan como soporte.

La escritura empezó siendo una forma de calcular y de registrar. Esta doble función, una operativa y otra memorística, contribuyó a una idea mágica del escriba, que empezó a organizar lo real a la medida del espacio de representación, para operar con los signos. La librería, la biblioteca impuso su orden, el orden de la cuadrícula y del alfabeto, que desde el escriba sumerio hasta nuestros días han configurado el mundo.

Conclusión

La finalidad del diseño gráfico es transmitir ideas, mensajes, afirmaciones visuales y en algunas ocasiones estética pura. Estos mensajes se transmiten a través de letras u otros signos gráficos a través del proceso de lectura y escritura el cual depende de una codificación llamada alfabeto.

El diseñador como autor, debe elegir los tipos adecuados para transmitir correctamente la idea o imagen que requiere y para ello deberá contar con creatividad, sensibilidad, intuición y discernimiento.

Tema 3. El uso de la gramática plástica en la tipografía expresiva

Subtemas

- 3.1 Elementos afectados
 - 3.1.1 La letra
 - 3.1.2 La palabra
 - 3.1.3 La línea
 - 3.1.4 El bloque
 - 3.1.5 La columna
 - 3.1.6 La retícula
 - 3.1.7 La página
- 3.2 Los parámetros / contrastes
 - 3.2.1 Forma / contraforma
 - 3.2.2 Proporción / desproporción
 - 3.2.3 Unidad / fragmentación
 - 3.2.4 Regularidad / irregularidad
 - 3.2.5 Continuidad / discontinuidad
 - 3.2.6 Simetría / asimetría
 - 3.2.7 Opacidad / transparencia
- 3.3 Lo textual y lo "Visual". El ver y el leer

Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante identificará la sintaxis de una nueva relación entre letra, texto y contenido y los límites entre el ver y el leer, valorando las auténticas creaciones tipográficas, en relación con los "efectos" y la moda.

Introducción

De nuevo la tecnología de la información, de nuevo una revolución de consecuencias todavía por desarrollar y de nuevo la construcción de un mundo artificial, que, a base de convertirse en signo, se ha desmaterializado para convertirse en virtual. En este terreno es en el que debemos estar presentes. La construcción de esta nueva realidad, fruto del cambio tecnológico, se plantea los mismos problemas que siempre han interesado al tipógrafo.

La representación formal del lenguaje, que ya no sólo es la representación de la lengua hablada, sino que va más allá, aborda todo el manejo estructurado de signos y códigos.

La legibilidad de su representación, que ya no se puede entender sólo como velocidad de lectura y facilidad de percepción, sino que debe extenderse a problemas que abarcan los nuevos medios y las nuevas formas de leer, como la expresión, los códigos, la interactividad, el lenguaje audiovisual, el contexto, la simulación y todos aquellos aspectos que inciden en una mayor comprensión no sólo del contenido de la información, sino también de su sentido y su uso. En resumen, para abordar los problemas que plantea esta nueva revolución en que estamos inmersos, es necesario recuperar el discurso tipográfico que en nuestro país no se ha desarrollado como debiera y que esperamos contribuir a desarrollar en este tema.

3.1 Elementos afectados

3.1.1 La letra

Los elementos básicos de la tipografía son las letras de caja alta, las letras de caja baja, los números y los signos de puntuación. Las letras evolucionaron a partir de los pictogramas e ideogramas prehistóricos para convertirse en los sofisticados signos del alfabeto latino, el sistema de escritura más ampliamente utilizado en el mundo en la actualidad.

Aunque durante siglos se han producido variaciones en algunos detalles, la estructura esencial de las letras y los números no ha sufrido ninguna transformación sustancial. Tanto grabada en piedra como escrita sobre papel, impresa en libros o pixeladas en un ordenador, las letras siempre han utilizado las mismas estructuras básicas que utilizaban los romanos.

La modificación probablemente más destacable en la estructura de las letras ocurrió en el siglo IV cuando las minúsculas (letras de caja alta). Mientras que la estructura de doce minúsculas permaneció cercana a la de sus correspondientes mayúsculas, catorce se volvieron marcadamente diferentes entre sus versiones en caja baja y caja lata.

Otra innovación notable consistió en la aparición de una tipografía palo seco a principios del siglo XIX. Aunque apenas se utilizó hasta finales del siglo, hoy en día el tipo palo seco es ampliamente reconocido porque responde a una sensibilidad radical que ha ejercido un impacto profundo en la tipografía moderna.

Desde la década de 1980, los programas de diseño gráfico para ordenador ha permitido a los diseñadores acceder prácticamente a todas las versiones de alfabeto latino, con anterioridad, este acceso estaba restringido a los impresores y los cajistas. Aunque ahora la selección de estilos tipográficos es inmensa, los elementos básicos continúan siendo los mismos.

Este conjunto limitado de elementos básicos – letras, números y signos de puntuación – convierte la tipografía en un ámbito del diseño especialmente estimulante. El diseñador contemporáneo debe buscar de manera constante soluciones creativas al problema de comunicar hechos, ideas y sentimientos, utilizando únicamente estos pocos pero fecundos elementos.

La diversidad del lenguaje humano, junto con la necesidad de que la tipografía exprese sutiles inflexiones y transmita toda la estructura de información, exige una gran variedad de letras adicionales y signos especiales.

Las cursivas, llamadas inclinadas en el caso de la tipografías palo seco, se utilizan sobretodo para diferenciar textos respecto a los tipos redondos. Sin ser molestas, aún siendo claramente perceptibles, las cursivas son indispensables para dar énfasis. Es de vital importancia contar con un tipo verdaderamente cursivo: la simulación digital de una cursiva que se consigue inclinando un tipo redondo produce unas letras de proporciones extrañamente distorsionadas.

Las versalitas, ligeramente más espaciadas para conseguir una apariencia más refinada, se utilizan sobretodo para subtítulos, acrónimos, abreviaturas, énfasis. Se han diseñado para corresponder a la altura de x y al peso de las letras de caja baja. Las versalitas genuinas suelen estar disponibles únicamente en fuentes con caracteres expert.

Al reducir las letras de caja alta a la altura de las letras de caja baja se generan unas versales que resultan demasiado ligeras visualmente para ser compatibles con un texto.

Las cifras de estilo antiguo, también llamadas cifras elzevirianas, están diseñadas para tener el mismo tamaño que las letras de caja baja. Se mezclan con el texto de una forma más suave y son deseables en el caso de las tipografías con una altura de x pequeña. Las cifras de estilo antiguo son frecuentes en las tipografías con remates, pero por lo general sólo suelen estar disponibles en fuentes con carácter expert.

Las partes de las letras

Los términos que se utilizan para designar las partes de las letras proceden de la composición de los tipos móviles. Esta terminología resultaba indispensable para la colaboración entre el diseñador gráfico y el cajista, en los tiempos en que ambas profesiones eran distintas.

Aunque el ordenador ha combinado el diseño y la composición tipográfica para convertirlo en una única actividad, la terminología continúa siendo esencial para comparar y evaluar cada tipo, y para especificar, medir y posicionar las fuentes.

3.1.2 La palabra

Cada palabra está constituida por un conjunto determinado de letras cuya secuencia y forma la convierten en una palabra única semántica y sintácticamente. Una palabra formada por letras en las que predominan los trazos curvilíneos es muy diferente de otra palabra compuesta por letras angulosas.

De forma semejante una palabra compuesta solamente por letras de caja alta se diferencia de la misma palabra compuesta en caja baja. Cuando está compuesta en caja alta, la palabra tiene una forma más uniforme y es bastante más ancha.

Las letras en caja baja con sus trazos ascendentes y descendentes, proporcionan mayor variedad en las formas de las palabras que las letras en caja alta que las hace más fáciles de identificar y de leer. Debido a que un texto compuesto únicamente en caja alta es agotador, las cantidades grandes de texto corrido suelen componerse en caja baja, con una letra en caja alta, al principio de cada frase.

La calidad semántica y visual de una palabra o un texto puede realizarse mediante variaciones en la caja, el estilo, la inclinación, el peso y la anchura de las letras. Por ejemplo la distintiva inclinación de las cursivas le otorga un apalabra cierta “fluidez” de la que carece el tipo redondo.

Los sutiles detalles micro estéticos de los remates en la forma de cada letra en concreto contribuyen de manera significativa a potenciar la calidad visual de un texto.

El espacio entre palabras

Una línea tipográfica compuesta con cuidado tiene la apariencia de una cadena continua y homogénea de palabras separadas por discretos y visualmente uniformes. Si hay demasiado espacio entre las palabras se produce un aspecto fragmentado, si hay demasiado poco, la separación entre palabras será insuficiente para una lectura cómoda.

Para el texto, el espacio entre palabras normal es aproximadamente la anchura de la i en caja baja. No obstante, el espacio óptimo entre palabras depende de las contra formas de las letras en caja baja. Un tipo de contra formas pequeñas requiere un espacio menor que un tipo de contra formas grandes.

En cuerpos de letra más grandes, el espacio entre letras debería reducirse de acuerdo con el espacio entre letras.

Sólo puede lograrse un espacio entre palabra uniforme si el texto se compone alineándolo por la caja izquierda. En textos justificados deberá distribuirse más espacio entre cada una de las palabras por línea, con lo cual los espacios entre palabras varían de unas líneas a otras.

Debido a las notables diferencias en el espacio entre palabras, la tipografía justificada suele tener un aspecto más desigual y errático, sobretodo si se compone en columnas de texto estrechas.

Es más importante conseguir un espaciado constante y uniforme que una longitud de línea regular. Un texto cuyas palabras están espaciadas de forma equilibrada resulta más agradable para leer, porque en él no estorban las irregularidades que son inherentes al texto justificado. Si es necesario recurrir al texto justificado.

Habría que partir palabras siempre que fuese necesario a fin de evitar un espacio entre palabras excesivo. Para lograr una composición visualmente consistente, el espacio entre palabras debería reducirse ligeramente después de las comas y de los puntos.

3.1.3 La línea

Una línea, en esencia, puede percibirse como un punto en movimiento: la cualidad estática de un punto, cuando éste se convierte en línea, se transforma en movimiento dinámico. Por naturaleza, la longitud de una línea es infinita, su peso indefinido y su dirección indeterminada.

En el diseño tipográfico una línea asume funciones diversas. Por ejemplo puede organizar, estructurar, conectar, separar, enfatizar, destacar o encuadrar. En la tipografía las líneas permanecen claramente separadas del resto.

Sus cualidades visuales son muy diferentes de las de las letras y su presencia es poderosa.

Cuando se utilizan líneas, inmediatamente surgen preguntas relativas al grosor, la longitud, la dirección y la forma.

- ¿Qué longitud y que grosor debería tener la línea?
- ¿Debería ser recta, en ángulo o en curva?
- ¿Cuándo deja la línea de ser una línea y se convierte en un plano?

Las líneas muy adaptables, invitan a la experimentación, quizás en la forma de un boceto impreciso de una letra o un estudio de ritmo. En cualquier caso, la línea es un elemento dinámico que resulta esencial para dar vida a las ideas.

En el diseño tipográfico hay dos tipos de una línea: la línea concreta y la línea imaginaria. La línea concreta se caracteriza por tener longitud, peso y dirección.

La línea visual imaginaria aparece entre dos o más elementos. Este tipo de línea constituye un aspecto extraordinariamente importante en el ámbito del diseño tipográfico.

3.1.4 El párrafo

El comienzo de párrafo suele estar señalado mediante un sangrado de la primera línea. Según el tamaño del texto y el interlineado, dicho sangrado será mayor o menor.

Para indicar un nuevo párrafo, a menudo no basta con que la señal recaiga sobre el espacio dejado al final de la última línea del párrafo anterior, ya que en algunos casos no queda espacio alguno. Éste es el caso del texto justificado y del alineado a la derecha. Por supuesto, es fácil que el tipógrafo realice los ajustes necesarios en el texto alineado a la izquierda para fabricar dichos espacios, pero incluso así, si un párrafo no sangrado empieza al principio de una nueva página, pueden surgir dudas sobre si se trata de un nuevo párrafo, con lo que lector se verá obligado a volver atrás y comprobar la última línea de la página anterior. La probabilidad de que esto constituya un problema regular disminuye a medida que aumenta el número medio de palabras por línea.

Existen alternativas. Si se prefiere un texto sin grietas, puede utilizarse la marca de párrafo (hoy en día se utiliza el calderón [¶]), con lo que se permite que el texto fluya de manera continua. Sin embargo, una página sin grietas obvias, en concreto una zona de texto amplia, puede presentar un aspecto nada atractivo para el lector. Como alternativa, los párrafos pueden separarse mediante una línea blanca de espacio. Esto debería reservarse para situaciones en las que la longitud de la línea es más corta. (Los sangrados con textos alineados a la izquierda pueden comunicar al texto un aspecto descuidado, ya que pueden parecer dentados a ambos extremos). Los espacios de una línea sugieren una pausa más larga y separan el texto en unas series de "pedazos" más cortos, de forma que deberían reservarse, quizás, para textos de naturaleza más técnica.

De nuevo, esta disposición puede crear dudas sobre si el inicio de una nueva frase al principio de una nueva columna es también el lugar donde comienza un nuevo párrafo. En este libro, cualquier párrafo que no cabe en una columna, es

transferido a la siguiente. Sin embargo, separar los párrafos de esta forma crea problemas de otro tipo, ya que las columnas de texto quedan desiguales.

La excepción a esta regla afecta a los textos de apoyo, como leyendas y material de referencia, que suelen aparecer en un tipo de menor tamaño que el texto principal y, en consecuencia, las longitudes de línea son, en general, más cortas. En tal material, puede surgir la necesidad de diferenciar entre leyendas y párrafos con leyendas. Con tamaños de tipo pequeños y longitudes de línea cortas, los sangrados pueden no ser visibles para marcar un nuevo párrafo y, tal como se ha mencionado, pueden parecer descuidados en líneas cortas y alineados a la izquierda. Como opción, los espacios de una línea pueden reservarse para distinguir entre leyendas. En tales Circunstancias, una pequeña cantidad de espacio es suficiente para señalar un nuevo párrafo sin perder la forma general del texto.

Si un párrafo sangrado empieza con unas comillas, el ancho del sangrado deberá reducirse un poco para que el sangrado aparezca, en el aspecto visual, poseer el mismo valor que los demás sangrados. Por supuesto, no es necesario sangrar la primera línea del primer párrafo después de un título o subtítulo.

3.1.5 La columna

Una columna es un bloque de texto, es decir, un conjunto de líneas tipográficas colocadas una tras otra en una página de una publicación editorial. Pueden existir tantas columnas como el diseñador decida, El número de ellas, así como su longitud se determina en la retícula tipográfica, según las necesidades y exigencias de la publicación, considerando las medidas del papel, el tamaño, el tipo de letra, puesto que el puntaje debe estar en proporción al ancho de la columna para que no queden líneas muy largas o cortas y evitar que la lectura sea difícil y cansada.

Las columnas pueden ser, justificadas a la derecha, a la izquierda, justificadas a ambos lados y centrado en bloque.

La anchura de columna no es sólo cuestión de diseño de formato, también es importante planear el problema de legibilidad. El material impreso en forma normal se lee habitualmente a una distancia de 30 a 35 cm. El tamaño de los tipos debe calcularse para esta distancia, letras muy pequeñas o muy grandes se leen con dificultad y cansan al lector.

Cualquier dificultad en la lectura significa pérdida de comunicación y capacidad de retener lo leído al igual que las líneas demasiado largas las cortas también fatigan. El ojo siente las líneas largas pesadas, porque hay que emplear demasiada energía en mantener la línea horizontal a gran distancia de ojo en línea corta, el

ojo es obligado con demasiada rapidez a cambiar de línea y esto produce un desgaste visual.

3.1.6 La retícula

Una estructura fundamental es inherente a toda tipografía. Incluso una simple palabra o línea tipográfica, cuando aparece en una hoja de papel en blanco, subdivide el espacio y crea una estructura visual simple. El que una estructura siempre esté presente en algún grado actúa como un poderoso elemento de diseño.

El diseño tipográfico puede proceder de dos tipos de estructura: una estructura visual ópticamente improvisada o bien una estructura predeterminada: el sistema de retículas.

Una estructura visual ópticamente improvisada resulta de disponer los elementos tipográficos de acuerdo con criterios estéticos. El cuerpo y la forma de las letras, las palabras y las líneas de tipografía determinan la subdivisión del espacio. Como los bloques empleados en la construcción, los elementos individuales dependen mucho unos de los otros: si se cambia un elemento, es necesario ajustar ya sea la ubicación, ya el tamaño de otros elementos, a fin de equilibrar la composición.

Puesto que prácticamente no existen limitaciones para la disposición de un conjunto dado de elementos tipográficos, la estructura visual es en esencia un sistema abierto. El diseño tipográfico basado en criterios empíricos constituye una expresión personal del diseñador, y exige creatividad, sensibilidad, intuición y discernimiento.

Para mantener la integridad del diseño el diseñador debe implicarse de manera constante, a lo largo de todo el proceso de trabajo de diseño y producción. Este enfoque visual improvisado puede reportar soluciones interesantes e insólitas. Para encargos complejos y muy amplios es necesaria una estructura predeterminada: el sistema de retículas. En contraste con la estructura ópticamente improvisada, la retícula es un sistema cerrado que se aplica de manera consistente una vez se ha desarrollado la estructura.

Las retículas modulares consisten en una serie de módulos separados por un espacio consistente y organizado en columnas y filas. Los módulos determinan las dimensiones y la ubicación de los elementos gráficos y tipográficos, entre los que pueden contarse imágenes, titulares, texto, pies de foto y números de página. De esta forma la retícula actúa como un importante dispositivo para la organización, proporcionando unidad entre los elementos de cada página y entre las páginas mismas, a la vez que permite una enorme cantidad de variaciones.

La retícula funciona estrictamente como un dispositivo de organización que proporciona orden, pero que al mismo tiempo es, en sí misma, invisible. Los elementos gráficos y tipográficos se guían por ella, pero nunca se le subordinan.

Aunque facilita el orden, el uso de una retícula no da lugar necesariamente a soluciones rígidas y carentes de imaginación. Como cualquier otro enfoque sistemático, puede llevar a resultados muy ágiles si se utiliza con imaginación y se aplica a las tareas adecuadas.

Los sistemas de retículas también facilitan el que varias personas colaboren en un proyecto de gran envergadura. El diseño de una publicación, por ejemplo, suele ser un esfuerzo de equipo, y se beneficia de la estructura organizada que ofrece un sistema de retículas.

Trabajar con una retícula implica dos fases: el desarrollo de una estructura que pueda acoger todos los elementos, y la organización de tales elementos de acuerdo con dicha estructura. Ambas fases son igualmente importantes.

Cuando desarrolla una retícula, el diseñador no sólo debe tener en cuenta las idiosincrasias del material tipográfico, sino también prever todos los posibles problemas que aparecerán al trabajar con este material, como por ejemplo el recorte de las fotografías.

Por esta razón, el desarrollo de una retícula siempre debe resultar de un análisis de todo el material visual que será incluido en el diseño: cuanto más se relacione la estructura con el material determinado para el que se va a utilizar, más rigurosa será la solución visual resultante.

Durante las fases iniciales de un proyecto suele resultar más productivo fiarse sólo de la intuición y del criterio visual. Una vez se ha establecido el diseño básico podrá desarrollarse una estructura calculada, racional, para acomodar todos los elementos que originalmente se han emplazado de forma visual.

Una estructura visual improvisada ópticamente se deriva de los elementos de la información: no puede crearse a priori. Desarrollar una estructura visual suele ser más dificultoso de lo que hacen pensar los resultados. Incluso un número reducido de elementos permite tal cantidad de posibilidades en su disposición que a menudo resulta difícil decidir cuál es la mejor solución.

Para llegar a una solución significativa, el diseñador debe centrar su atención en los aspectos visuales y al mismo tiempo comunicativo del diseño. La disposición de elementos basada en meros principios visuales puede terminar en resultados que sean estéticamente agradables, pero que no comuniquen con claridad.

La estructuración visual de la información constituye una forma excelente de generar ideas en las fases iniciales del diseño. Este método de trabajo espontáneo conduce hasta conceptos que más tarde quizás puedan convertirse en una estructura modular.

3.1.7 La página

Las partes básicas de una página son las siguientes:

- **Las columnas**
Son alineaciones verticales de tipografía que crean divisiones horizontales entre los márgenes. Puede haber un número cualquiera de columnas, a veces, todas tienen la misma anchura y a veces tienen anchuras diferentes en función de su información específica.
- **Los módulos**
Son unidades individuales de espacio que están separados por intervalos regulares que, cuando se repiten en el formato de la página, crean columnas y líneas.
- **Los márgenes**
Son los espacios negativos entre el borde del formato y el contenido que rodean y definen la zona “viva” en la que pueden disponerse las tipografías y las imágenes. Las proporciones de los márgenes requieren una consideración profunda, ya que contribuyen a establecer la tensión general dentro de la composición. Los márgenes pueden utilizarse para dirigir la atención, pueden servir como espacio de descanso para el ojo, o bien pueden contener a determinada información secundaria.
- **Las líneas de flujo**
Son alineaciones que rompen el espacio dividiéndolo en bandas horizontales. Estas líneas guían al ojo a través del formato y pueden utilizarse para imponer paradas adicionales y crear puntos de inicio para el texto de las imágenes.
- **Las zonas espaciales**
Son grupos de módulos que, en su conjunto, forman campos claramente identificables. Puede asignarse un papel específico a cada campo para mostrar información; por ejemplo, un campo alargado horizontal puede reservarse para las imágenes y el campo situado debajo de este puede reservarse para una serie de columnas de texto.

➤ Los marcadores

Son indicaciones de posición para texto subordinado o repetido a lo largo del documento, como folios explicativos, los títulos de sección, los números de página o cualquier otro elemento que ocupe una única posición en una maqueta.

3.2 Los parámetros / contrastes

El diseño tipográfico depende del contraste entre distintos elementos. El contraste más elemental es el que da entre el tipo y el fondo. Cada letra es una composición de trazos verticales, horizontales, diagonales y curvos en contraste. Su contraforma se define mediante el contraste entre la letra y el espacio que lo rodea. El diseñador tipográfico trabaja con todos estos contrastes.

Los contrastes más significativos en el diseño tipográfico son los contrastes de forma, peso, cuerpo, textura y dirección. Los contrastes de forma, peso y cuerpo pueden establecerse con la unidad tipográfica más pequeña: la letra. El contraste de textura y dirección engloba varios elementos: las palabras, las líneas de tipografía, las líneas o los elementos geométricos. Las cualidades formales de un elemento se acentúan más cuando dicho elemento se yuxtapone a una forma con la que contrasta, con lo cual se vuelven más intensos los rasgos visuales de ambos elementos.

En un contexto más amplio, los contrastes dependen de la condición visual básica de la presencia de luz. La luz solamente es efectiva en contraste con la oscuridad, que sustrae la forma visual de la luz. Imprimir negro sobre blanco, por ejemplo, implica una sustracción: el negro que se impone sobre la superficie le sustrae el blanco. Una letra en negrita sustrae más luz de una superficie que una letra fina.

La tipografía sin contraste carece de vida y es monótona. El contraste es expresivo: puede atraer, estimular o desafiar al lector, o bien intensificar y articular una relación visual. Los elementos contrastantes son como puntos de referencia: ayudan a establecer una jerarquía visual y a clarificar la comunicación.

Para ser efectivos, los contrastes deben ser siempre claros y decisivos; dependen de la omisión de elementos extraños que distraigan lo esencial.

El Contraste de la forma

Las formas de las letras varían en su estructura, su anchura, su inclinación y su estilo. Todas estas variaciones resultan esenciales para el diseño tipográfico.

Estructura. Cada palabra consta de una serie de letras, cada una de ellas con una estructura diferente. Los contrastes entre las estructuras vuelven única cada palabra. Por ejemplo los contrastes entre la estructura de las letras en la palabra coco son débiles, y en buey son marcados.

La diferencia de contrastes entre las letras en caja alta y caja baja son importantes para la legibilidad de un texto. El contraste de los trazos ascendentes y descendentes hace que los textos compuestos en caja baja sean visualmente más activos que los textos en caja alta. El contraste entre una y otra proporciona también importantes pistas sintácticas, como la indicación del principio de una nueva frase.

Anchura. La limitación de anchura hace que sea difícil lograr un contraste efectivo. La Univers, con sus diversos anchos, es una de las pocas tipografías que permiten lograr un contraste de anchura efectivo.

Inclinación. La diferencia entre los trazos verticales de un tipo redondo y los trazos verticales en ángulo de un tipo cursivo proporcionan un contraste efectivo. Este contraste suele utilizarse con frecuencia para conseguir diferencias semánticas en un texto o para dar énfasis.

Estilo. Las características de un tipo se subrayan cuando se les yuxtapone a otro tipo con el que contrasta. Cuando se utilizan dos tipos para conseguir contraste, sus formas deben ser claramente distintas.

Debido a la similitud visual entre la Univers y la Helvetica, no tendría sentido combinar ambas fuentes.

3.2.1 Forma / contraforma

El aspecto más fundamental del diseño tipográfico es el juego entre la forma de la letra y el fondo sobre el que aparece.

En relación con su fondo, todas las letras definen una contraforma determinada.

La forma y la contraforma son valores interdependientes recíprocos y ambos son parte integral del diseño de la letra. La contraforma no es simplemente la inversión de la forma: es una entidad nueva, la parte del fondo que emerge de la interacción con la forma.

Cuando se combinan, las letras crean nuevas contraformas entre sí. Si el espacio entre letras es pequeño, ello intensifica las contraformas que aparecen entre las letras, en tanto que un espacio grande enfatiza la contraforma individual de cada una de las letras.

Las contraformas que se crean mediante las variaciones en la longitud de las líneas hacen que el texto compuesto en bandera resulte más ligero y ágil que el texto justificado.

El diseño tipográfico depende de la sinergia entre la forma y la contraforma. Los elementos deben disponerse de tal manera que las contraformas queden claramente definidas.

Las cualidades del fondo – su tamaño y su forma- son vitales para la expresión de cualquier diseño. Al hora de valorar un diseño, las valoraciones deben tener en cuenta no solamente la forma, sino también la contraforma.

3.2.2 Proporción / desproporción

Proporción. Cuando la relación de tamaños entre los elementos o el equilibrio entre los mismos es armónico.

Desproporción. No existe una relación entre las escalas o el equilibrio de los elementos que intervienen en una composición.

3.2.3 Unidad / fragmentación

Unidad. Equilibrio adecuado de elementos diversos en una totalidad que es perceptible visualmente, forma un objeto único formado por diversas unidades.

Fragmentación. Descomposición de los elementos y unidades de un diseño en piezas separables relacionadas entre sí pero sin perder su carácter individual.

3.2.4 Regularidad / irregularidad

Regularidad. Favorecer la uniformidad de elementos, desarrollo de un orden basado en algún principio, o método respecto al cual no se permiten desviaciones.

Irregularidad. Realza lo inesperado y lo insólito.

3.2.5 Continuidad / discontinuidad

Continuidad. Serie de conexiones visuales ininterrumpidas, que resultan particularmente importantes. Mantienen unida a la composición.

Discontinuidad. Expresa una desconexión o conexiones muy débiles. Refuerza el carácter individual de las partes de un todo son abandonar el significado global.

3.2.6 Simetría / asimetría

Simetría. Equilibrio axial.

Asimetría. Falta de simetría

3.2.7 Opacidad / transparencia

Opacidad. Bloqueo y ocultación de elementos visuales.

Transparencia. Detalle visual a través del cual es posible ver.

3.3 Lo textual y lo “visual”. El ver y el leer

Entendiendo la tipografía para texto como representación visual de la oralidad, muchas veces se desatiende el escenario de su función primordial: la dimensión del lenguaje.

Una observación lingüística de la tipografía nos enfrenta a una rica serie de interrogantes: la problemática entre lo oral y lo escrito, la cuestión de los procesos de lectura, nuestro uso del lenguaje en función de mecanismos ligados a la ley del menor esfuerzo, la distinción visual de los diferentes idiomas a partir de sus diversas ortografías, la tipografía como heredera histórica de la evolución de la letra manual.

Todas estas problemáticas encuentran un nervio común en la noción de ritmo, un factor que, de aparente origen biológico, se evidencia esencial en nuestra interacción perceptiva y constructiva con la realidad.

Tanto como en la música, la danza, el teatro, la poesía, la caligrafía y diversas manifestaciones expresivas, la recuperación de la idea de ritmo en tipografía puede aportar una herramienta de alto valor para la creación y apreciación cualitativa de un alfabeto.

La reconsideración del diseño de tipografías desde la perspectiva de esta doble dimensión, la del lenguaje y la del ritmo, inaugura nuevas miradas sobre la inextricable visualidad de la palabra, de la que todo diseñador de tipos es un singular hacedor.

Conclusión

Es importante tener en cuenta que la tipografía se ocupa tanto de la creación de caracteres como de su composición para transmitir un mensaje. Por lo que es indispensable que todo diseñador conozca, lo referente a la gramática de la tipografía para poder expresar efectiva y coherentemente la idea que se requiere transmitir y que logre brindar los efectos para los cuales fue creado.

Esto se lograra con una perfecta relación entre intención y manejo de los elementos que forman parte de la composición.

Tema 4. Las alternativas contemporáneas de tipografía expresiva y los efectos producidos

Subtemas

- 4.1 La tipografía como signo
 - 4.1.1 Algo más sobre Percepción
- 4.2 La tipografía como texto
- 4.3 La tipografía como imagen

Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante clasificará las alternativas contemporáneas de tipografía expresiva en relación con la cantidad de texto, imagen, color, impacto y economía de recursos

Introducción

El reconocimiento de caracteres tipográficos incluye la comprensión de las formas, la memoria y el aprendizaje, factores que son dependientes del sujeto que percibe y que resultan, tanto como la legibilidad, aspectos indispensables del proceso perceptivo.

La sencilla tarea de observar y comprender una escena involucra el procesamiento de una innumerable cantidad de información sensorial, como bordes que separan figuras fondos, colores, texturas, distancias, tamaños, todo llevado a cabo en tiempo real. También reducir un mundo tridimensional a otro bidimensional. Pero además, un constante proceso selectivo de almacenaje en la memoria.

Un poco de historia: Desde tiempos remotos, descifrar este complejo proceso ha sido motivo de interés para el hombre. Haciendo un poco de historia reciente, recordemos que hasta la década del 60 los trabajos psicofísicos se dedicaron al análisis de variables simples del estímulo, como el brillo, el color o el tamaño, proponiendo modelos de transformación lineal entre el estímulo físico y la respuesta sensorial: para determinados estímulos, determinadas respuestas. En realidad no se tardó mucho en comprobar que un mismo estímulo físico era percibido de manera diferente según el sujeto que lo percibía y su circunstancia. Es decir que existen factores que determinan la percepción inmersos en el sujeto, ajenos a aquellos propios del objeto.

El giro producido en las líneas de investigación, que pasaron de considerar la sensación a interesarse por los procesos perceptivos que incluyen reconocimiento e identificación, permitió, en los últimos 20 años, elaborar modelos no lineales con multivariantes sobre el funcionamiento del sistema visual y su respuesta. También explicar algunos fenómenos considerados curiosidades fenomenológicas o ilusiones. Recientes investigaciones en el campo de la neurofisiología y la neurociencia computacional han permitido además hipotetizar sobre cómo las señales electrofisiológicas se combinan para reproducir el mundo visible.

Esta renovada aproximación a los procesos perceptivos aporta nuevos datos al abundante material de investigación desarrollado en el terreno del diseño tipográfico, en relación con el problema de la legibilidad. Un diseñador de la talla de Adrián Frutiger, por ejemplo, no sólo adscribe a estos principios, sino que considera que la «investigación óptica» constituye un aspecto inseparable del diseño tipográfico. A la luz de estas últimas ideas, el campo sugerido por la palabra «óptica» parecería resultar limitado y requeriría ser ampliado a todo el proceso perceptivo.

También, las palabras de Tinker sobresalen de entre el legado de precursores que desde fines del siglo XVIII se dedicaron a la investigación sobre tipografía. Este autor, considerado por algunos como el más prolífico investigador de la legibilidad, nos dice: «En alguna medida, percibimos lo que queremos percibir», revelando ya desde entonces el incuestionable poder, no sólo del sistema visual sino también de los mecanismos de memoria que ayudan a fijar los mensajes. La coincidencia de su pensamiento con la idea más reciente de valorizar los factores dependientes del sujeto en los procesos perceptivos resulta clara.

4.1 La tipografía como signo

La convención es resultado de un proceso continuo y tedioso. "El lenguaje se compone de signos percibidos por los sentidos, que siempre hay que considerar y entender bajo tres aspectos: manifiestan la situación o la intención del emisor (expresión, síntoma). influyen en el receptor (apelación, señal) y transmiten información sobre objetos y hechos (representación, símbolo)."

Signo: "una referencia intuitiva a un objeto (lo de-signado)..." "pueden ser oídos (lenguaje hablado, música) o vistos (escritura, gestos, señales marítimas), tactados (golpes, braille) u olidos (señales olfatorias con las que marca un animal su terreno)".

En este contexto, el problema del reconocimiento de caracteres tipográficos incluye entonces el de la percepción de la forma, la memoria y el aprendizaje, y postula la diferencia entre ver y reconocer, subrayando la necesidad de establecer

jerarquías dentro de las representaciones visuales con el fin de resolver satisfactoriamente el cúmulo de señales que llegan al sistema visual y perceptivo.

El tema aquí referido ha estado dirigido preferentemente a la comprensión y verificación de procesos de representación perceptiva como los mecanismos que permiten la comparación, decisión y generación de las respuestas.

Como se sabe, frente a la semántica propia de cada signo alfabético existen rasgos característicos que, si se mantienen inalterados frente a distorsiones y/o desplazamientos de su caja, garantizan el reconocimiento. Un caso particular de esto es el de la escritura manuscrita.

Resulta evidente que la precisión en la definición de los rasgos, en lo que respecta a la legibilidad, va más allá de la idea de combinación de formas contrastantes, redondo y recto, ancho y angosto, fino y grueso, etc.' En consecuencia, de no ajustarse los rasgos en cada carácter, su reconocimiento puede derivar en situaciones ambiguas. Frente a algunas «manchas» que ofrecen una imagen muy alejada de signo alguno, pero que presentan indicios de estos rasgos estructurantes, el observador «detona» su respuesta identificando la letra, casi como siguiendo un plano de ruta previamente construido. Un ejemplo especial para comentar es el de signos fácilmente confundibles, como la S y el 5. Algo similar puede suceder entre la E y la F.

Esta facilidad de alternar la figura y su fondo, que nosotros consideramos preatentiva, habla del grado de independencia que puede alcanzar el sistema visual al realizar una tarea de reconocimiento. En efecto, los diseñadores preconizan el reconocimiento de los signos más desde la contraforma que por la forma. Si bien este aserto no es convalidado estrictamente por el experimento, se presenta coherente con él.

4.1.1 Algo más sobre percepción

El tema del reconocimiento alfabético siempre ha estado fuertemente ligado al reconocimiento automático llevado a cabo por redes neurales artificiales que explican la percepción. Como se sabe, éstas se han inspirado en las redes neurales biológicas que podemos definir como conjunto de neuronas que procesan y transmiten señales bioeléctricas. Hoy está perfectamente establecido que las sinapsis o conexiones entre células pueden variar las fuerzas de conexión de la red directamente relacionada con la importancia de la estimulación y de la atención del sujeto. En nuestro caso, la fuerza de conexión se correlacionaría con la importancia asignada a los rasgos y a su posterior aprendizaje. Estos rasgos se constituyen en el «encendido» o entrada a una determinada red neural o al «mapa» al que nos referimos al inicio. Esta tarea es la que lleva justamente a la

identificación de uno u otro carácter. Permitiría también, por ejemplo, aprender alfabetos, reconocer isotipos y, en general, fijar imágenes gráficas. En este sentido, las señales de entrada a la matriz serán «pesadas» según la importancia asignada a ellas, y por ende, su estudio diferencial aportará nuevos datos al diseño tipográfico.

Un modelo interesante sobre percepción visual ha sido desarrollado últimamente por Grossberg y sus colaboradores, sobre la base de los trabajos electrofisiológicos de De Yoe y Van Essen de 1988. Este autor señalaba tempranamente, al avanzar en consideraciones neuronales, que diferentes procesos básicos trabajando en paralelo se ponen en acción frente a un hecho perceptivo. Éstos serían: el condicionamiento clásico, la atención, la espera y la igualación de lo esperado con la imagen perceptiva. Estos procesos que son realizados por un sistema celular no específico, posteriormente se organizan para cumplir dos tareas básicas: focalizar la atención sobre un evento y captado como una forma nueva o esperada. La mayoría de los investigadores de la percepción visual reconocen hoy estos principios (Treisman, Gove y Mingolla, 1995).

El trabajo demuestra la atención que indudablemente los observadores tenían que mantener, la espera o tiempo que tardaban en responder y la igualación de lo esperado con la imagen perceptiva previamente inserta en ellos. Todo este hacer se puso de manifiesto cuando las manchas se convirtieron en letras: la matriz fue corrida para poder probar los distintos «llenados» de la imagen y así poder reconocer el rasgo.

Entonces, los procesos que tienen que ver con la percepción son ejecutados por las áreas corticales correspondientes al sistema visual y por otras posteriores, relacionadas con sistemas de memoria, que en definitiva son las que permiten que los alfabetos adquieran pregnancia, duración en el tiempo, y puedan ser reconocidos en condiciones variables de posición, iluminación, entorno y/o tiempo de presentación, es decir que se constituyan en representaciones invariantes.

Al respecto, de los múltiples problemas con los que se enfrenta hoy el diseño de multimedios, páginas Web y aquellas formas de comunicación visual producidas en pantalla, el de la optimización del reconocimiento de caracteres ti

Resumiendo, cada uno ve lo que sus archivos le permiten. Entonces, los múltiples giros en la evolución del hombre que abren, cierran o entornan puertas, nunca lo hacen en forma definitiva, y aquella frase que Munari expresó en 1975, «[...] cada uno ve lo que sabe [...]» encuentra su convalidación en este trabajo.

4.2 La tipografía como texto

Así como hay diferentes vestidos para cada ocasión -un traje para el trabajo de oficina, unos jeans para el fin de semana, una minifalda para atraer la atención hay tipos de letra para usos específicos. Hay letras "de etiqueta" para ocasiones elegantes. Hay letras para trabajo pesado. Hay letras cómodas y confortables, como unos buenos jeans. Hay letras estrafalarias, vulgares o despampanantes, rebeldes y conservadoras. Pero así como a nadie se le ocurriría ir a la oficina con una escafandra de buzo, o al polo norte en hot pants, lo más probable es que a nadie se le ocurriría componer un soneto de Sor Juana en una letra como la Via Face Don o la Constitución Mexicana en gótica alemana Fraktur. Porque hay ocasiones – y están ocasiones son la mayoría – en que las letras vienen contenidas en líneas, y estas líneas en párrafos, y estos párrafos en libros, periódicos o revistas.

Así pues, letra de texto es aquella que sirve para componer líneas, párrafos y libros enteros. No cualquier letra sirve para esto. Una letra para texto debe poseer un mínimo de "ruido" y un máximo de claridad, estabilidad y comprensibilidad (algunos dirían: legibilidad), para poder comunicar el contenido. Una letra de texto, por decirlo así, es una letra "de trabajo".

El diseñar una letra para texto presenta ciertos puntos específicos que deben tomarse en cuenta:

- Se debe considerar tanto el "negro" (las letras en si) como el "blanco" (los espacios entre letras y entre renglones: leading y kerning) en el diseño, con el fin de obtener un "gris" (la mancha tipográfica, el texto en sí) uniforme, aunque no monótono.
- Se deben diseñar todos los caracteres internacionales (ver tabla adjunta), incluyendo ligaduras y todos los signos de puntuación, así como las regias para usarlos.
- Hay quien dice que una letra de texto debe tener patines. Aunque esto no tiene que ser siempre así, es cierto que las letras de texto tradicionales (Garamond, Cas/on. Bodoni, Times) normalmente los tienen.
- Es importante dominar el vocabulario tipográfico que nos viene desde los romanos hasta nuestros días. Las formas de las letras pueden variar, pero deben ser siempre reconocibles por el lector.

Alguien podría pensar que todo esto es muy aburrido y además ¿para qué necesitamos más letras de texto? Pues bien, el rigor en el diseño no mata el juego sino que lo incrementa y lo hace más apasionante. Es algo así como subir el nivel de dificultad en el Tetris. El reto es hacer una letra que comunique, que interese y que sea lo más clara posible, pero sin que sea aburrida o un simple fusil de los

tipógrafos de la "Antigüedad". Se puede usar un buen traje "de trabajo" sin verse como burócrata.

4.3 La tipografía como imagen

Hablar y escuchar son actos que se desarrollan en el dominio acústico. Luego, "la pluma puso fin a la conversación" (McLuhan): el hombre utilizó el ojo en vez del oído; y el ojo se convirtió en órgano dominante. "El hombre racional de nuestra cultura occidental es un hombre visual."

La tipografía y la estética están muy relacionadas. Transmitir su propia imagen a través de la comunicación empresarial es un gran reto para cada uno. En los tiempos de medios digitales y del Internet, la escritura sigue siendo el transmisor de información más importante y por lo tanto también el medio más importante para la creación de imagen.

En el campo del diseño corporativo, la elección de los tipos se basa fundamentalmente

en la Individualidad, exclusividad y en la notoriedad. En la comunicación empresarial se debería tratar sobre todo la legibilidad de los tipos. El tipógrafo hade cumplir ambas exigencias contrapuestas, para ello se necesita una gran sensibilidad en los detalles y una gran

Conclusión

Es importante que en todo momento el diseñador gráfico tenga claro que es y cual va a ser el mensaje que se quiere transmitir ya que de esta idea a priori se desprende entre muchas otras cosas el reconocimiento de caracteres tipográficos que se utilizará el cual incluye la comprensión de las formas, memoria y el aprendizaje, los cuales dependen de la percepción del sujeto a quien va dirigido, el conocimiento adquirido por dicho individuo y el contexto en el que se emite el mensaje. De ahí que se debe tener en claro, el efecto que se quiere lograr por medio de un signo, de un texto o de una imagen.

Tema 5. Creación del alfabeto y / o aplicaciones de la tipografía

Subtemas

- 5.1 Alfabeto
 - 5.1.1 Determinación del concepto
 - 5.1.2 Función
 - 5.1.3 Características
 - 5.1.4 Estilo
- 5.2 Tipografía expresiva
 - 5.2.1 Logotipo o imagería de identificación
 - 5.2.2 Páginas de revistas
 - 5.2.3 Anuncio de publicidad
 - 5.2.4 Portada e interiores de discos compactos
 - 5.2.5 Página web

Objetivo de Aprendizaje

Al termino del tema el estudiante aplicará y adecuará la tipografía y la tipografía expresiva en la realización de una producción de diseño gráfico.

Introducción

La tipografía comprende un conjunto limitado de elementos básicos: letras, números y signos de puntuación. A pesar de los continuos cambios en las preferencias estéticas, la teoría del diseño y los métodos de reproducción, las formas básicas de estos elementos se han mantenido durante los últimos dos mil años.

5.1 Alfabeto

Los alfabetos que derivan del alfabeto latino original son indispensables para la vida en el mundo occidental. Es virtualmente imposible concebir nuestra cultura y nuestro entorno sin ellos. Ningún otro sistema de comunicación visual ha demostrado ser tan poderoso ni tan versátil, y a la vez tan preciso y conciso en su transcripción de hechos ideas y sentimientos.

5.1.1 Determinación del concepto

La palabra «**alfabeto**» deriva etimológicamente de la primera y segunda letras del alfabeto griego, «alfa» y «beta». Esto en sí mismo puede indicar cuál es el origen de los modernos alfabetos.

Las formas escritas del lenguaje evolucionaron progresivamente durante siglos, de pinturas a símbolos, hasta llegar a un complejo sistema en el que los signos abstractos representan sonidos articulados. El primer pictograma del que tenemos constancia data del año 3.500 a.C. y es una tablilla en pieza caliza de la ciudad de Kish. Más adelante los sumerios desarrollaron ideogramas (símbolos que representan ideas asociadas menos concretas) en un número cercano a los 2.000. Comenzaron no sólo a asociar representación e idea, sino a equiparar el mismo símbolo a sonidos iguales.

Tras estos pequeños balbuceos, nace la esencia de un alfabeto: la escritura cuneiforme del año 2.800 a.C. Como se verá más adelante, la historia de la tipografía comienza en el mismo momento en que se desarrolló el primer alfabeto; y la suya es la historia de las herramientas (cincel, papiro, tablillas enceradas, piel, madera, vitela, pergamino, papel, película...).

5.1.2 Función

En la medida que consideremos a cada letra como una forma, como una gestalt, y a los conjuntos de letras y números - sílabas, palabras, frases, oraciones, textos, versos, cifras, signos de puntuación - como grupos organizados de formas, podemos considerar a la tipografía como una serie de signos tipográficos conmutables y combinables. El alfabeto se erige así en una totalidad gestáltica constituida por una serie de módulos de estructura similar, no idéntica. Cada letra o número, es un módulo de la serie. Cada signo es igualo distinto al otro, pero todos están unidos por afinidades estructurales que los asocian.

La forma de cada signo depende de factores históricos, morfológicos, lingüísticos, comunicativos y estilísticos. El alfabeto occidental romano tiene 27 mayúsculas, 27 minúsculas y 10 números; y su estudio puede encararse desde dos puntos de vista: el histórico y el estructural. Por el carácter proyectual de esta obra y por nuestra interpretación orgánica del acto de Diseño, auspiciamos una óptica sintetizadora de ambos. El conocimiento de la estructura formal de la tipografía en los contextos histórico y socio-cultural, proporciona al diseñador la osatura imprescindible para abordar el procesamiento creativo de los signos alfabéticos y una comprensión de la influencia de la tipografía en el proceso evolutivo de la comunicación escrita e impresa

5.1.3 Características

Hablar de tipografía y específicamente del alfabeto significa hablar de tres aspectos que lo determinan: a. El diseño de los caracteres. b. La disposición de ellos en el espacio gráfico bidimensional. c. Las técnicas manuales, mecánicas y electrónicas que intervienen.

Estos tres niveles están interrelacionados. La estructura del signo tipográfico es, como para cualquier forma, la ley organizativa de sus partes constitutivas, y esta, en lo esencial, no ha variado a través del tiempo: las mayúsculas desde el Imperio Romano, las minúsculas desde el Imperio Carolingio y los números desde el Renacimiento, preservan sus rasgos básicos originales.

Desde el punto de vista formal, los signos del alfabeto pueden clasificarse en conjuntos que se agrupan según los rasgos de la estructura lineal de las letras y los números:

- Las mayúsculas y los números constituidos por líneas rectas verticales y horizontales: E, F, H, 1, L, Ty 1.
- Las mayúsculas y los números en los cuales predominan las líneas rectas verticales, horizontales y oblicuas: A, K, M, N, v, w, x, Y, Z; y 4 Y 7.
- Las mayúsculas y los números constituidos por rectas y curvas: BDGJPQRUy 2y 5.
- Las mayúsculas y los números conformados por líneas curvas:
 - C, O, S Y 3, 6, 8, 9, y O. El alumno puede completar esta clasificación alfabética según la estructura de los signos, siguiendo un criterio similar para agrupar las minúsculas.

5.1.4 Estilo

Sabemos que los estilos de tipos utilizados en diseño son casi infinitos. En el curso de los siglos, los tipos se han desarrollado desde letras formadas a mano, partiendo de las letras romanas, hasta las fundiciones manufacturadas de tipos de impresión, que son colecciones de alfabetos y números en un mismo estilo. Éstas, a su vez, han evolucionado desde formas de letras -en madera, talladas a mano, pasando por tipos metálicos, hasta el presente, en que los tipos figuran en archivos computarizados.

En el momento de elegir los tipos adecuados para un diseño hay que establecer cuidadosamente la imagen que deseamos transmitir a través de los tipos. Para comprender esto, comparemos un diseño que presente un producto o una idea nostálgica o anticuada, en el que el tipo utilizado debe crear un vínculo con el

pasado y proyectar una imagen confortable y clásica, con otro diseño que presente un enfoque moderno, posiblemente de alta tecnología; en este caso, el tipo utilizado está desprovisto de fantasías y proyecta una imagen profesional y controlada.

Es importante recordar que los tipos del pasado son tan accesibles como los de hoy. Los tipos no se descartan nunca, al tiempo que aparecen regularmente tipos nuevos. Hay, con todo, fases y modas distintas, especialmente en publicidad, y los tipos viejos reviven y se convierten en imágenes cotidianas y populares. De modo alternativo, un tipo recién diseñado puede lograr enseguida una gran popularidad. Hay que cobrar conciencia de las corrientes actuales y buscar los tipos que parecen utilizarse más en la publicidad y en las imágenes populares.

Hay que tener presentes numerosos factores si se estudia la posibilidad de mezclar diferentes estilo de tipos en un mismo diseño. Como antes hemos dicho, el estilo del tipo debe armonizar con la naturaleza del tema. El lector aprenderá a descubrir, mediante la experimentación y las comparaciones visuales, qué tipos funcionan bien juntos y son apropiados para una imagen. Con objeto de hallar una fuente de referencia para los tipos, conviene hacerse de un archivo propio de tipos.

Hay que prestar atención especial al espaciado de las letras de las palabras, porque ello influirá en la imagen global.

5.2 Caligrafía

La caligrafía ha sido, desde el origen de los tiempos, un medio muy importante de comunicación. Las caligrafías latina, griega, islámica, hebrea, china, japonesa, tibetana, sánscrita y cirílica fueron las que transmitieron las bases de nuestra cultura. Durante siglos, todos los documentos oficiales fueron hechos a mano por escribas. Para estudiar la caligrafía uno debe familiarizarse con una serie de materiales e instrumentos como plumas metálicas, cañas cortadas (cálamo), plumas de aves (ganso, pavo y otros), brocha, papel, pergamino (piel de cabra), tintas, pan de oro y otros instrumentos. para hacer la tinta y el papel. Se debe dominar varias técnicas y conocer varios estilos de escritura para poder practicar esta artesanía.

Cuando estas condiciones están reunidas, uno supuestamente ha alcanzado un nivel profesional. Sin embargo, una pregunta queda siempre por resolver: ¿qué es la caligrafía? El diccionario nos dice que Cali= bello, Grafos= escritura, bella escritura podría ser la definición. Aunque se podría ir más allá de esta definición y no tomarla al pie de la letra.

Las artesanías tradicionales han sido siempre portadoras de algo más, de otra verdad. de algo que no se ve a primera vista. Titus Burckard en su libro El arte sagrado en el este y oeste nos dice que "la más noble de las artes visuales en el mundo del Islam es la caligrafía y escribir el Corán es el arte sagrado por excelencia... este arte juega un papel más o menos análogo al de los iconos en el arte cristiano, porque representa el cuerpo visible de la palabra divina". En el medioevo. las artesanías tradicionales no estaban ligadas sino fuertemente influenciadas por la alquimia que tenía por meta la transformación del ser, la transformación de energías pesadas en energías más ligeras. es decir, de la materia en espíritu.

El artesano, al igual que el alquimista, sabe que su tarea principal es la creación de sí mismo. Y es que sobre todo para alcanzar esta meta es preciso luchar con paciencia infinita. Como está dicho en las tabletas de esmeralda de Trimegisto. separando "lo sutil de lo grueso, suavemente con mucho cuidado para hacer oro de todo lo que su mano toca", según refiere D. M. Dooling en la revista Parábola.

Al leer los escritos de diferentes culturas orientales o del medioevo occidental, llegamos a la conclusión de que hay algo más que bella escritura en la palabra caligrafía. Como otras artesanías, tiene otra dimensión, una dimensión espiritual. Al escribir, como al hacer cualquier otro objeto, este objeto está cambiando algo en el artesano (el calígrafo). Es este proceso, cualquiera que sea el resultado, lo que es importante. Hacemos el objeto y éste nos hace a su vez: es un doble camino. Una cierta calidad de atención es necesaria durante este proceso.

Ananda K. Coomaraswamy nos dice: "Las obras de arte son reminiscentes, en otras palabras, soportes de la contemplación, y la comprensión de estas obras ha de servir a las necesidades del alma, es decir, en las palabras de Platón, de afinar nuestros modos distorsionados conforme a las armonías cósmicas." Por último, el calígrafo, si cumple con su función, es el hacedor, el usador y el instrumento. Realiza la obra, contempla la belleza útil de ésta, y a la vez es el instrumento a través del cual, (si este instrumento está bien afinado) las fuerzas se manifiestan. Como la flauta, a través de la cual el aire pasa para crear un sonido.

En esta humilde posición y haciendo buen uso de todas las técnicas, materiales e instrumentos, el calígrafo logra a través del objeto creado, la última creación, la de sí mismo como unidad. Las artesanías tradicionales son escuelas esotéricas, Y como tal, la caligrafía es parte de esta larga tradición de trabajo interior.

5.3 Tipografía expresiva

5.3.1 Logotipo o Marca

"Los productos se hacen en las fábricas, las marcas sólo en la mente de los consumidores" (King, 1973).

En los últimos 30 años, los bienes mas valiosos de las empresas son sus marcas.

El packaging es la cara visible de la marca, por lo tanto un diseño adecuado puede dejar una impresión imborrable, impulsar a una primera compra y fomentar el vínculo emocional con el consumidor. En el diseño de productos, la tipografía deja de ser una herramienta técnica para convertirse en un elemento fundamental que ayuda a reforzar visualmente los "equities" de una marca y a ganar una posición relevante en la mente del consumidor.

Durante la exposición, se desarrollará la función de la tipografía como eje diferenciador y transmisor de nuevos pensamientos conceptuales, a través del análisis de objetivos de marketing, estrategias, oportunidades, ejes de comunicación y procesos creativos de casos reales de diseño de packaging de grandes marcas locales. También casos en que la creación y desarrollo de nuevas fuentes tipográficas surge como una necesidad de comunicación o como elemento de diferenciación de un producto.

Gracias a la creatividad y una comprensión de la problemática y la estética diferenciadora, el diseñador le aporta valor a las marcas, ya que el valor de una buena estrategia se representa con buenas ideas.

5.3.2 Páginas de revistas

Las tipografías contemporáneas para diarios estuvieron precedidas por el Legibility Group de Linotype, una sucesión de tipografías (Ionic, Excelsior, Corona, y otras) desarrolladas en respuesta a los progresos realizados en materia de técnicas de producción de diarios durante la primera mitad del siglo veinte. Las tipografías para revistas fueron una categoría menos definida, que incluyó, empero, Century, una de las obras maestras del diseño tipográfico norteamericano.

Actualmente, los diarios y las revistas son una importante fuente de trabajo para los diseñadores tipográficos. En esta presentación se analiza una serie de ejemplos de diseño tipográfico de revistas, a saber: la adaptación de Caledonia para la revista Time, el diseño de Fenway en reemplazo de Times Roman en Sports Illustrated, y el desarrollo de Vincent para Newsweek. Se describen las

características del ajuste al texto, y de las proporciones visuales de las tipografías para su adaptación a los distintos cuerpos tipográficos.

Las tipografías para diarios diseñadas recientemente son de estilo menos conservador que sus antecesoras de Legibility Group. Se muestra la serie Poynter, y se hace una descripción detallada de la Miller, una tipografía escocesa romana utilizada actualmente por distintos diarios.

En contraposición a las tipografías diseñadas principalmente para ser utilizadas en medios gráficos, la Verdana y la Georgia, dos familias tipográficas encargadas por Microsoft, fueron desarrolladas especialmente para su empleo en la pantalla. Se demuestra el diferente método de trabajo utilizado, consecuencia de las dificultades que presenta el medio.

5.3.3 Anuncio de publicidad

La publicidad puede ser una forma de comunicación cara y peligrosa porque, en un brevísimo período de tiempo y utilizando una cantidad de espacio limitada, hay que transmitir y comunicar un mensaje positivo. La publicidad se contrata según el tamaño y el número de los colores en que se imprime y según la circulación de la publicación. Por ejemplo, un anuncio en un gran diario nacional es muy caro, mientras que los anuncios en una publicación regional, con un número limitado de lectores, son más baratos. El texto y el título, a menudo, son los factores más importantes en la preparación de los anuncios.

Con todo, el diseñador desempeña un papel crucial en la presentación, dentro de un espacio predeterminado por el costo, de los elementos que se utilizan en el anuncio.

La esencia de un buen diseño de anuncio es una presentación clara e impecable. La utilización de tipos bien estudiados es extremadamente importante y, si hay que incluir fotografías e ilustraciones, deben ser relevantes y claras, y estar en armonía con el tema o el producto anunciados. Una advertencia: el anuncio quizá deba aparecer en diversas publicaciones y amoldarse a formas y tamaños variados, de modo que hay que asegurarse de que sea flexible y de que sus elementos puedan adaptarse a tamaños diferentes.

Por último, si diseñamos anuncios pequeños situados junto a material de lectura, quizá sea juicio incorporar al diseño algún recurso, por ejemplo, un margen, que separe nuestro valioso espacio del texto que lo rodea. Algunos anuncios se publicarán en blanco y negro o a dos o tres tintas, y eso proporciona al diseñador una oportunidad para experimentar.

5.3.4 Portada e interiores de discos compactos

Las tiendas de discos son como dice Milton Glaser; Grandes Galerías, una portada de disco es un gran lienzo en el que no hay restricciones y existe gran libertad para trabajar. Una de estas opciones puede ser el recurrir a trabajar únicamente con tipografía, muchos son los exponentes de esta variante y la mayor parte de los ejemplos los podemos encontrar en las portadas de discos de jazz.

En cuanto a los interiores debemos de tener cuidado con los textos ya que suelen ser extensos y esto nos puede traer problemas con el tamaño de la tipografía.

5.3.5 Página web

Es probable que en la actualidad no sólo se le pida al diseñador gráfico que elabore, para la imagen corporativa de una empresa, el logotipo y su aplicación – afiches, folletos, membretes, cabezales de fax– sino que también se le encargue una «página web».

«Queremos estar en Internet», es una de las frases más comunes y que de forma bienintencionada muestra un interés por sondear las posibilidades que ofrece este nuevo medio. Es probable que la mayoría hable de «páginas web» y no de sitio (que sería más adecuado), a pesar de sus diferencias que poco importan a la hora de pensar que Uruguay ha absorbido con rapidez explosiva las bondades de Internet y su cosmos de protocolos, algo que lo pone a la cabecera de los países latinoamericanos y muchos europeos.

El comienzo de la demanda es sencillo y se puede catalogar como la necesidad de no quedar afuera y hacer un acto de presencia. Las empresas quieren estar en Internet, aunque sea para hacer figurar un *email* en sus tarjetas personales y así dar una sensación de contemporaneidad. Si bien Internet permite hacer mucho más que un mero acto de presencia, no es de despreciar la iniciativa de entrar por lo que suena como lógico: establecer un acto de pertenencia y adhesión a un nuevo espacio.

Las especulaciones sobre un dudoso futuro para la imprenta y para el libro en concreto no son nuevas. Al igual que la imprenta en el siglo XV el ordenador es hoy en día una tecnología que parece poner en peligro la definición tradicional del libro. Las esperanzas iniciales de que la imprenta liberaría la comunicación humana se han cumplido con creces, y muchos consideran que el hipertexto es capaz de llevar un paso más allá todas esas posibilidades democráticas.

Sin embargo, algunos analistas dudan que dichas expectativas sean muy realistas, en gran medida porque el hipertexto es muy diferente del aspecto físico de una impresión. Gutenberg diseñó e imprimió su Biblia de 42 líneas para

funcionar como un artefacto en una sociedad que valoraba los artefactos. En comparación, el ordenador suele ser acusado de aliar de forma inherente la escritura de sus tradiciones, que han sido, y siguen siendo, destacadas por la propia actividad impresora.

Aunque no hay duda de que la naturaleza del ordenador proporciona una “escritura electrónica” con una interactividad y flexibilidades únicas, lo que no puede hacer es imitar a la imprenta. No existe ninguna sensación de permanencia o inmovilidad en los sistemas electrónicos de escritura. Pero, dentro de dichas “limitaciones” existe una gama muy amplia de posibilidades.

El mayor problema es que mientras los sistemas electrónicos y de impresión existen uno junto a otro, siguen realizándose comparaciones. La comparación más común concierne a la visibilidad.

De forma constante, se efectúan asunciones sobre el tamaño físico y la claridad de la pantalla del ordenador, aunque siga siendo imposible realizar predicciones sobre la influencia social o cultural de dicha tecnología. Por ejemplo, no podemos saber si los lectores en el año 2005 o 2025 preferirán la pantalla del ordenador o el libro impreso. Sin duda las elecciones culturales siguen manteniendo en uso los libros impresos y materiales parecidos.

Es un hecho que para muchos propósitos, la imprenta podría eliminarse ya pero los lectores no están preparados, por el momento, para reemplazar sus libros por ordenadores.

Pero en la historia de la escritura, algunas técnicas han sido substituidas por otras. El libro prácticamente reemplazó el rollo en la antigüedad. El pergamino reemplazó al papiro a principios de la Edad Media.

Pero es más común que una tecnología más nueva reemplace una función principal, dejando que la tecnología anterior consolide otras funciones. La imprenta reemplazó a los libros escritos a mano, pero no acabó con la escritura a mano.

La tecnología electrónica no ha acaparado, de ninguna manera, la función de los libros impresos. Más bien parece que ha reemplazado muchas funciones de las máquinas de fax y algunas funciones del teléfono. El ordenador (y los mensajes de texto de los teléfonos móviles) se utilizan principalmente como un medio alternativo de la comunicación verbal. Esto queda destacado por la tendencia popular a escribir tal como suena: *¿damos a las 7?* Como la máquina de escribir, el procesador, la máquina de fax y el correo electrónico, cada medio proporciona el significado y aspecto de las palabras nuevas posibilidades que han influido, y siguen haciéndolo, a la literatura y a la tipografía.

Por el momento basta con destacar que los libros no están el peligro de desaparición porque imprimirlos y publicarlos sean más caros que utilizar otros medios, ni siquiera a largo plazo.

Sin embargo, no hay duda de que ha habido una revolución digital. Los ingredientes que se combinan para romper las limitaciones establecidas del libro están bien establecidos. Entre otros, se encuentran las inmensas posibilidades de archivar, escasear y actualizar en tiempo real, la conveniencia de conectar palabras clave con otras, el rápido acceso a través de Internet a las mejores fuentes de información, sin importar su localización en el mundo, y el rápido intercambio de comentarios en los fondos electrónicos.

Conviene destacar que todos ellos incluyen una extensa lectura, la comparación de diversos textos y puntos de vista e intercambio de ideas. La descripción más común es que este nuevo paisaje de material ofrece a los que viven en él la impresión de estar mucho más sumergido, colectivamente, en el espacio de un libro sin fin.

De todas formas, existen sustanciales implicaciones relativas al reposicionamiento de un medio de comunicación importante que suelen ser subestimadas. Las jactanciosas predicciones emparejadas con la utilidad limitada han disminuido ya el entusiasmo por el potencial de hipertexto y la tecnología multimedia.

También ha habido ramificaciones políticas. Las bibliotecas han visto recortados sus presupuestos para adquisiciones y la educación, durante un considerable periodo, han visto reducidos sus presupuestos en nombre de alternativas que siguen sin existir. La proclamación de que ahora existe la biblioteca sin límites parece un movimiento oportunista de los que recortan los presupuestos más que una predicción razonable, aunque equivocada.

Conclusión

El alfabeto es el origen de la tipografía, ya que ésta tiene como función la de comunicar un mensaje para que se transmita de forma efectiva, tanto en su significado intelectual como en su contenido emocional.

Lo anterior, es una tarea cognositiva, que utiliza letras y palabras, que el lector puede reconocer y comprender, el buen uso de la tipografía radica en una interpretación crítica y sígnica del contenido del mensaje, el cual se forma con dicho origen.

Tema 6. Los límites de la experimentación tipográfica por computadora

Subtemas

- 6.1 La computadora en la experimentación
- 6.2 Creatividad
- 6.3 Comercialización

Objetivo de Aprendizaje

Al término de este tema el estudiante valorará los efectos de la creatividad y la comercialización en la tipografía, en un mercado competitivo y en continua redefinición

Introducción

Si hay algo que las últimas décadas de arte y diseño nos han enseñado es que las fronteras entre arte y ciencia son mucho más borrosas de lo que parecía, y un formalismo lógico, matemático o informático también puede expresar belleza, buen gusto y arte. Recuperemos la definición del apartado anterior. Un diseñador actualmente es alguien que combina conocimiento y pasión por sistemas informáticos. Pasión implica emoción, y donde hay emociones la belleza y el arte acaban surgiendo, aunque el esteta romántico de turno se enfade y nos persiga con las obras completas de Nietzsche y Schelling para tirárnoslas a la cabeza.

Así pues, los diseñadores actuales tienen una estética, una estética que deriva directamente del mundo de la informática, la lógica y la programación. Se podrían llenar páginas y páginas acerca de esa estética, pero aunque por ejemplo el espacio en una web es muy grande, la paciencia del lector moderno seguramente no lo es tanto.

La sensación de creatividad, de haber conseguido algo perdurable, algo inteligente con muy pocos elementos que tiene el diseñador moderno, es similar a la del publicista de los setenta que después de una noche de insomnio finalmente había conseguido ese slogan de cuatro palabras que recoge a la perfección el briefing del cliente, o la diseñadora de los ochenta que retocando un poco una romana obtiene esa tipografía que combina a la perfección tradición y modernidad. Ciertas concepciones generales de simplicidad y elegancia son exportables de un mundo al otro, así que a fin de cuentas no es extraño que la estética de la informática haya contagiado al diseño y al arte electrónico, o que inclusive muchos hackers

disfruten con experimentos formales en diseño que el público en general no sabe apreciar y viceversa.

6.1 La computadora en la experimentación

Antes de la llegada de los hipermedios, la información requería la colaboración del autor, tipógrafo, impresor y editor quienes, entre ellos definían y formalizaban su presentación. Por otra parte, las palabras circulan a través de Internet de forma libre como nunca lo habían hecho. En principio, éste es el medio perfecto para encontrar, reproducir y redistribuir información.

Las cuestiones relativas a la libertad de expresión y el significado e implicaciones de la palabra “libertad” nunca se habían debatido con tanto ahínco desde finales del siglo XV, cuando la invención del tipo móvil proporcionó la remarcable oportunidad de que todos los hogares poseyeran un libro.

A no ser que observemos un diccionario, enciclopedia o libro de texto, en general empezamos a leer un documento por el principio y continuaremos en orden normal hasta el final. El hecho de que el ordenador no se limita a presentar información en serie fue uno de los reconocimientos que se le hicieron desde el principio. Por esa razón los tipógrafos que diseñan para hipermedios suelen entusiasmarse con que los sistemas de hipertexto pueden proporcionarles formas innovadoras de presentación de la información como si fuera imposible abrir cualquier libro por cualquier página que no fuere la primera.

Sin embargo, puede accederse a los sistemas de hipertexto, no solo “páginas” sino “documentos” por cualquier punto y pueden relacionarse no solo por el autor que los creó o por el lector quien, cabe resaltar, puede intervenir para convertirse en un autor asociado. La cuestión de la “originalidad” puede ser problemática (e interesante).

El hipertexto es básicamente un “sistema hipertextual”, que ofrece el potencial para redefinir la relación entre autor y el lector y la naturaleza de la escritura. La razón de ello es que el texto se presenta como una estructura en evolución. A diferencia de los textos impresos, que proporcionan permanencia y un contexto físico para el texto, la escritura electrónica es una forma inestable y perecedera, una forma inestable y perecedera, una forma en la que el texto existe sólo en un momento dado.

El lector se une al autor en la construcción del texto porque los vínculos, sin importar dónde, por qué y quien los realiza, afectan o crean nuevos significados alternativos.

Tradicionalmente, el autor es alguien que genera y reúne un paquete de ideas de forma que el lector es capaz de comprender un mensaje específico. Sin embargo, el hipertexto sitúa el énfasis en la escritura como proceso sin fin más que como objeto que puede proporcionar la “última palabra” en un determinado tema. Sin los medios para controlar el resultado, el papel del autor y del tipógrafo queda comprometido.

6.2 Creatividad

Lo que los estudiantes piensan cuando (inevitablemente) se describen a sí mismos como "creativos" es alguien que pone en tela de juicio el estado de las cosas. Esto tiene que ver, al menos en parte, con la noción de "estado". Exhibir cambios en diseño es anhelar atención. Por desgracia, las preocupaciones (humanas, políticas, sociales, estéticas, prácticas) que en un principio llevaron a muchos al diseño son, demasiado a menudo, reemplazadas por diseño en su forma intrusa (y prescindible). Asimismo, en comparación ha habido muy poco debate público persuasivo relativo al diseño (por no hablar de la tipografía) como actividad social o cultural. Sin dicho debate, ¿cómo puede el "mundo comercial" reconocer las posibles responsabilidades y el papel creativo del diseño? Pero los tiempos cambian. Durante los últimos veinte años, el diseño ha suscitado el interés del público, y aunque una alta proporción de dicho interés ha tendido a ser de naturaleza crítica, al menos se han formado y expresado opiniones. El diseño se está estableciendo lentamente como una disciplina intelectual equivalente a otras. Cuando se haya creado una paridad, el estado que algunos diseñadores anhelan estará próximo.

Para aplicar la creatividad con eficacia, existe el consenso de que hay que incorporarle un grado de experiencia. Las empresas de diseño son conscientes de la necesidad de adquirir la "combinación perfecta" de capacidades y actitudes, e incluso así los intentos por establecer lo que puede conseguir exactamente con la creatividad han demostrado ser esquivos. En estudios de científicos y artistas de primera fila se descubrió que la única característica común entre los individuos era la voluntad de trabajar duro y trabajar largas horas. Por supuesto, es probable que dicha característica contribuya al éxito en la mayoría de las áreas, pero al menos se cuestiona el tan repetido cliché de que la "creatividad" ofrece una alternativa fácil al trabajo duro.

Lo que caracteriza a la creatividad es una mezcla de procesos intuitivos y racionales que pueden conducir a la originalidad. Entonces, es necesario distinguir entre creatividad y originalidad. La originalidad puede limitarse a la redistribución de los elementos existentes. La originalidad, en sí, es vacua ya que una "solución", para ser original, sólo tiene que ser diferente. Una solución creativa puede presentar diversos grados de originalidad, pero debe ser siempre útil.

Para ser creativo, el diseñador debe disponer de tiempo para pensar. Pero, con demasiada frecuencia, "tiempo para pensar" se considera un lujo. E incluso así, sin tiempo suficiente, el resultado tiende a ser la novedad, y no la creatividad. Cuando la presión viene creada por el volumen de trabajo, el tipógrafo tiene tendencia a poner el piloto "automático", algo deplorable, pero inevitable. Durante su educación, se anima a los tipógrafos (como a todos los diseñadores) a pensar de forma creativa y, por supuesto, les ofrecen el tiempo y las circunstancias para hacerla. Pero, cuando el mundo comercial no puede permitirselo, la única alternativa es poner dicho piloto. Es entonces cuando el tipógrafo debe recurrir a las "normas" básicas, la tradición y la ortodoxia sobre el funcionamiento del tipo. Existen sustanciales pruebas anecdóticas que describen cómo el cajista consiguió el aspecto tradicional del tipo (puliendo en diferentes grados el acabado según el tiempo disponible). Por supuesto, todo ello viene dictado por el dinero que el cliente está dispuesto a abonar. Trabajar a contrarreloj durante períodos de tiempo prolongados establece unos parámetros claros de lo que es "automático" y lo que es retórico.

Los tipógrafos tienden a lo clásico, y solucionan sus problemas con los mismos y específicos ingredientes. A medida que se forman los hábitos, cada vez hay menos posibilidades de llegar a una solución creativa. No debe sorprender que, a menudo, es el recién llegado quien muestra la mayor creatividad, lo que sugiere que los tipógrafos deberían estar bien informados sobre el tema y, al mismo tiempo, ser capaces de ver lo familiar. A pesar de ello, cabe repetir que el acto de mirar una página de texto es muy diferente de leerla. No se puede efectuar una crítica sólo con mirar. Aunque las consideraciones estéticas suelen parecer de capital importancia, la opinión final (y definitiva) se lleva a cabo en el nivel íntimo de compromiso intelectual; y dicho juicio no suele hacerla el diseñador.

Sin embargo, la lectura y la legibilidad no son la única función ni criterio de la tipografía. Los elementos que distraen la atención también poseen un papel en la comunicación. En términos tipográficos, este requisito se identifica con más claridad en el uso de tipos para titulares, diseñados para conseguir que el observador deje lo que está haciendo y empiece a leer. Pero, de nuevo, en un nivel más sutil, no cabe duda de que la atracción visual, ya sea a través del sofisticado uso de señales o con una exótica disposición del texto, puede animar al posible lector a invertir tiempo (y quizás dinero) en querer leer más.

Cada pieza de material impreso debe comunicar con claridad la razón de su existencia, por qué aparece en ese momento y por qué presenta un aspecto determinado. Sin esta información, nadie le hará caso por superfluo. El requisito tradicional (que debería haber una conexión o coherencia entre intención, contenido y forma) sigue siendo el criterio básico. Al mismo tiempo, es posible mucho más: la impresión es más barata y más versátil, y la tecnología digital

ofrece posibilidades sin fin. Pero estas nuevas opciones también requieren unas normas, y desde luego no pueden utilizarse para tapar carencias.

El papel del tipógrafo suele describirse como “el que da forma”. Antes de determinar la forma, debe existir un acuerdo mutuo entre todos los que participan en los valores sociales del proyecto y haber determinado hacia quién va dirigido y por qué (de la manera más precisa posible). En las primeras etapas de cualquier proyecto, existen múltiples opciones. El proceso de eliminación, conseguido mediante la adhesión a las necesidades del mensaje y del lector, seguirá hasta que sólo queden los elementos esenciales. Si la forma pierde contacto con el mensaje, dicha forma degenerará en elemento decorativo. Se convertirá en una forma sobre una forma. Un ejercicio vacuo, cuyo único propósito puede ser impresionar a otros tipógrafos vacuos.

Mientras que la tipografía textual requiere un anonimato, la intención de generar un texto impreso es no permanecer en el anonimato. Si debe existir el material impreso, debe convertirse en algo, en un objeto que atraiga la atención de aquellos cuya atención interesa. En breve, debe tentar. Pero los medios de atención no deben sacrificar el mensaje. Una falta de relevancia (retórica vacía) se verá traicionada por un diseño superfluo.

Para el tipógrafo, la propia intención de registrar el pensamiento en papel afecta al proceso de pensamiento. La tipografía invita a un pensamiento racional y a una comunicación dirigida y controlada. De forma consciente o inconsciente, tiene el objetivo de crear y mantener los vínculos sociales que, por acumulación, acaban formando la estructura social completa. El formato, las proporciones y la planificación, no sólo de una página sino de todo el documento, afectan a la comprensibilidad que incluye el impacto psicológico así como el significado directo del texto.

6.3 Comercialización

En un entorno de publicaciones especializadas, donde lo que manda es la integridad de la palabra impresa, el tiempo para prestar atención al detalle tipográfico, revisiones y correcciones es reconocido e incluido en un sistema de trabajo común. Sin embargo, otras áreas de la actividad del diseño, por su propia naturaleza, se comportan de manera harto diferente.

La artesanía se asocia a la manipulación de materiales físicos: madera, metal, papel y tinta. Por desgracia, el proceso de mover manchitas de luz coloreada sobre la pantalla no posee el mismo caché y el futuro queda comprometido por la eficacia. Una sociedad moderna como la nuestra cree que las cosas sólo pueden mejorar, lo que, por supuesto, significa ser más eficientes. Desafortunadamente, el

tiempo ganado gracias a la velocidad de las nuevas tecnologías no se usa al servicio de la buena tipografía, vista por muchos como una pérdida de tiempo y, por tanto, considerada ineficiente (trabajo que nadie ve). La tipografía es, sin duda, la parte más vulnerable del arte del diseñador gráfico. Es raro dedicar tiempo a debatir los méritos de una idea, pero todavía es más raro replantearse los planes, cambiar de dirección o explorar ideas alternativas. Sólo en casos excepcionales, la inspiración surge de repente; es mucho más común que surja a partir del debate y del tiempo dedicado a pensar, tiempo utilizado para madurar una idea. El tiempo es un bien cada día más escaso y esta idea lleva a la pérdida de oportunidades.

No es raro escuchar a diseñadores, conscientes de la importancia de la tipografía, quejarse de que sus jefes les han prohibido realizar cambios de kerning en el estudio con el siguiente argumento: "...si quieres trabajar en detalles tipográficos, hazlo en tu tiempo libre". Mientras tanto, para los diseñadores que no conocen la diferencia, las minucias de la tipografía textual son un ejercicio innecesario del restrictivo conservacionismo: "Si estamos en una era tecnológica, por qué no puede hacerla la máquina... para eso han sido diseñadas, ¿no?"

La actual revolución digital ha proporcionado un control total e independiente de la tipografía a cada diseñador gráfico. Sin embargo, la misma tecnología también está en manos de cualquier negocio u organización comercial, de forma que cada vez se plantea más y más veces la siguiente pregunta: "¿Contrato a un diseñador gráfico o diseño yo mismo?". El anonimato impersonal de la buena tipografía textual ha llevado a la idea de que, en esta época de programas tipográficos, ¡todos somos diseñadores! Son tiempos peligrosos. Si no se cuidan los detalles más ínfimos de la tipografía, entonces ¿cuál sería la diferencia entre un diseñador gráfico y una secretaria, que cobra quizás diez veces menos por hacer el mismo trabajo igual de mal?

La tipografía es algo que hoy en día todo el mundo hace, aunque sólo los tipógrafos la denominan "tipografía". Para el resto de la gente se considera una práctica diaria muy común, un trabajo manual que no requiere ningún esfuerzo mental. Por supuesto, no la consideran ningún logro. Por tanto, el significado básico de "tipografía" como disciplina intelectual y como logro personal es casi un enigma. Quizás siempre lo haya sido, pero mientras la tipografía e imprenta antiguas eran algo misterioso (denominado "el arte negro") hoy en día, todo el mundo tiene acceso a los mismos programas y equipos. Incluso así, es difícil apreciar el impacto total, la importancia de su papel y su aplicación. Hasta los tipógrafos, cuando hablan de tipografía, tienden a pensar todos ellos sólo en términos de carteles, libros y revistas, y olvidan los millones de documentos legales, comerciales, religiosos y científicos que contribuyen a la estructura racional que forma nuestra sociedad.

La tipografía es tan familiar, que muchos ni siquiera reconocen su existencia. Un libro como éste, que manifiesta que la tipografía es un producto complejo (y sólo se ha rascado un poco la superficie) puede ser considerado absurdo por muchos. Por supuesto, en algunos aspectos, es el resultado exitoso de su aplicación "invisible" por parte de generaciones de impresores y tipógrafos. Pero la tipografía es mucho más que la consecución de una tecnología.

Aunque no existe razón por la que las tecnologías digitales signifiquen un desastre para la tipografía, no se puede culpar a la gente por hacer caso omiso de hasta el más mínimo detalle tipográfico. La buena tipografía nunca ha sido el objetivo básico de la escritura, y la buena impresión nunca ha sido el objetivo básico de la tipografía. La prueba de una buena tipografía no tiene nada que ver con la tecnología; puede juzgarse sólo con leer. La tipografía es una forma de pensar, una actitud racional y una disciplina mental. Sólo cuando se aplica el pensamiento de forma ordenada y racional, se pueden articular decisiones relativas a muchos y variados elementos físicos e intelectuales en los que la tipografía desempeña un papel. Es básico considerar la gramática, la jerarquía de información y la edición como herramientas imprescindibles.

El estudio de la tipografía no puede confinarse a ninguna rama especial de estudios. Se trata de una cooperación interdisciplinar entre especialistas en lingüística, comunicación, psicología, historia, sociología, informática, programación y estudios de medios. Dichas cooperaciones se convertirán en la evolución natural de la tipografía. No hay duda de que el tipógrafo tendrá un papel que desempeñar en todo ello.

Conclusión

La experimentación tipográfica en la computadora hace referencia a la rapidez, precisión y exactitud en cuanto a los contenidos de la información, la tecnología permite experimentar e intentar nuevas formas de comunicación para cualquier tipo de proyecto.

La creatividad debe de ser entendida como una mezcla de procesos de intuición y racionalidad que conducen a la originalidad; es sensibilidad. En la tipografía ésta es muy importante ya que de ella dependerá que el lector se enganche con el texto completo por lo que el diseño tipográfico debe ser agradable y comunicar con claridad el objetivo del mismo.

Glosario

Objetivo de Aprendizaje

Con el uso de este glosario el alumno se familiarizará con los términos usados en el campo de la tipografía.

Introducción

En el mundo de la tipografía existen ciertos términos específicos que son usados por los diseñadores gráficos, los cuales están obligados a conocer para tener una comunicación adecuada y eficaz con los actores que intervienen en la producción de productos gráficos, ya sea impresos o audiovisuales.

- **Ajuste**
Optimización de una fuente bajo el punto de vista tipográfico y estético.
- **Alineación**
1) Este término describe la forma de disponer el borde vertical de una columna de tipo; así: texto alineado por la izquierda, por la derecha, texto justificado, etc. 2) También puede referirse a la manera como se asientan los caracteres de una fuente sobre la línea de base.
- **Altura x**
Es la altura de las letras minúscula, excluyendo los ascendentes y descendentes.
- **Árbol del tipo**
Distancia que media entre la base y el hombro, donde empieza el talud que soporta el relieve del ojo.
- **Ascendente**
Parte de una letra de caja baja que sobresale por encima de la altura x.
- **Blanco**
Se entiende por blanco, en lenguaje gráfico, las zonas del papel no impresas. En un texto impreso existen varias clases de blanco: blanco de las letras; puede ser interno o externo; blanco entre letras; blanco entre palabra y palabra; blanco entre las líneas (o interlínea); blanco alrededor de la

composición (llamado blanco marginal o márgenes); y, finalmente, páginas blancas.

- **Bloque serif**
Pesado remate cuadrangular que puede ir unido al asta principal en forma de cartela (Clarendon), con una clara modulación de espesores, o como mera prolongación de ella (Egipcio), sin variar el espesor.
- **Caja**
Otro nombre para la longitud de línea (en el texto justificado), o longitud de línea máxima (en el texto no justificado), especificada por el diseñador para la composición de tipos. En los programas edición se corresponde con la anchura de la caja de texto.
- **Caja alta**
Véase mayúsculas.
- **Caja baja**
Véase minúsculas.
- **Capitales**
Letras de altura uniforme derivadas de las 'capitales cuadradas' romanas.
- **Capitales cuadradas**
Usadas en la escritura epigráfica de la antigua roma, empleaba solamente letras mayúsculas iguales en anchura y altura y formadas por trazos armónicos regulares. La estructura subyacente de esta escritura se basa en las formas del cuadrado y el círculo.
- **Capitales rústicas**
Capitales estrechas, con astas y filetes muy modulados, y fuertes rasgos horizontales a modo de remates, que aparecieron en el siglo i.
- **Carácter**
1) Signo de cualquier sistema de escritura. 2), Estilo o forma de los signos de la escritura. 3), Letra de imprenta.
- **Carácter de imprenta**
Elemento impresor, aislado o formando parte fija o movable de una forma de impresión, para la estampación de un signo alfabético o extraalfabético. En los caracteres hay que considerar el estilo, la familia y la serie a que pertenecen, que son los que determinan su figura y su utilización en el impreso.

- **Caracteres digitales**
Tipo formado a partir de fórmulas matemáticas en la edición digital. A finales de la década de 1960 reemplazó a las matrices fotográficas de fotocomposición.
- **Clarendon**
Véase bloque serif
- **Color**
En tipografía se suele usar este término para expresar la intensidad de trazo de los caracteres o de una masa impresa.
- **Componedora y fundidora monolínea**
Máquina de componer tipo de metal fundido en la que cada línea completa se funde en una sola pieza.
- **Composición centrada**
Alineación simétrica del texto respecto al eje de la página.
- **Composición en frío**
Cualquier método de composición que se imprima sobre papel fotográfico o película. También se entiende por composición en frío toda forma de composición tipográfica directa o mediante dispositivos de teclear tales como las máquinas de escribir.
- **Composición mecánica**
Cualquier forma de composición tipográfica que comprenda un teclado y una máquina de fundir caracteres de metal. Las dos variantes principales son el monotipo y el linotipo.
- **Consonante**
Fonema o sonido articulado resultante del cierre -completo o parcial- de la boca, seguido de una apertura que permite al aire escaparse produciendo cierto ruido.
- **Contrapunzón**
Paralelepípedo de acero que se usaba antiguamente en la fundición de tipos para probar la exactitud del punzón. Era de material más duro que el punzón y tenía grabado en hueco la letra o signo, a fin de poder trabajar los blancos internos del ojo.

- **Cuerpo**

1) En los tipos metálicos, rectángulo de metal en el cual estaba inserta la imagen o el carácter. 2) En los tipos de fotocomposición o digitales se refiere al rectángulo correspondiente al espacio ocupado por el carácter.
- **Cursiva**

Escritura de trazo rápido, libre y enlazado, con un aire como de caligrafía manual. Tratándose de tipos, es una letra de imprenta que imita en la forma (no en los enlaces) a la manual. También recibe el nombre de bastardilla. A menudo se asocia con la itálica.
- **Descendente**

Parte de una letra de caja baja que asoma por debajo de la línea de base.
- **Dialecto**

Modalidad de una lengua usada por un grupo de habitantes asociado a un territorio y que se identifica por vocabularios y pronunciaciones específicas.
- **Diseño**

Actividad de naturaleza principalmente mental y analítica, consistente en decidir el aspecto visual y físico de una obra.
- **Escritura**

Representación de una lengua, sonidos o ideas, con letras y otros signos trazados sobre papel u otro soporte, por diversos medios (pluma y tinta, mecanografía, etc.). El alfabeto latino es la escritura utilizada para representar la mayoría de las lenguas europeas.
- **Espaciar**

Colocar los espacios entre las palabras y las letras en las líneas de una composición, aumentando la distancia normal o acercamiento de las letras en función de las distintas combinaciones de éstas, por consideraciones estéticas y visuales. De lo que se trata no es de guardar distancias iguales, sino blancos o espacios iguales, lo que exige buen gusto y sentido de la proporción y el equilibrio.
- **Espacio**

Blanco que se coloca entre las palabras y, a veces, también entre las letras.
- **Espectrógrafo**

Aparato que produce una representación gráfica de las ondas acústicas de la cadena hablada.

- **Estereotipia**
Procedimiento para obtener planchas de impresión de metal de aleación tipográfica mediante duplicación de formas tipográficas de tipos móviles, con o sin grabados. Para ello, se vacía una aleación tipográfica de una composición específica sobre una matriz o con la impronta de la forma que hay que duplicar. Las matrices se preparan con un cartón flexible y blando especial, suficientemente blando para recibir la impronta del molde.
- **Estilo**
Forma característica que adopta el carácter, basada en el diseño especial de las astas o elementos necesarios y los remates que son casi exclusivamente decorativos.
- **Etimología**
Origen de las palabras, razón de su existencia, de su significación y de su forma.
- **Facsimil**
En el campo concreto de la tipografía, imitación o reproducción perfecta de un tipo, teniendo en cuenta todas las imperfecciones (como emborronamientos de tinta, etc.) E idiosincrasias del modelo original, en lugar de regularizarlo para adaptarlo al gusto actual, como haría un revival del mismo.
- **Familia de caracteres**
Conjunto o colección de caracteres de los distintos cuerpos y series - redondo, cursiva, estrecha, ancha, negrita, etc.- que son del mismo estilo, han sido obtenidos a partir del mismo diseño básico y llevan el mismo nombre.
- **Fonema**
Elemento fónico de una lengua no susceptible de ser dissociado en unidades fonológicas inferiores.
- **Fonética**
Estudio de los sonidos que constituyen el habla del ser humano.
- **Formatear**
Acción de dar formato a un documento; es decir, aplicar el conjunto de instrucciones que le proporcionarán su estructura y apariencia. Véase también diseño.

- **Formato**
Forma o tamaño de un trabajo, o sea el conjunto de características del mismo; se aplica tanto al tamaño de un libro o cartel, por ejemplo, como al tamaño de la pantalla de un monitor.
- **Fotocomponedora de cuarta generación**
Aparato (o conjunto de aparatos) capaz de componer e imprimir tipos y gráficos a gran velocidad y alta resolución (más de 1.000 puntos por pulgada) por medio del rayo láser, en papel, película o directamente en una placa.
- **Fotocomposición**
Sistema de composición que proyecta sobre una película fotosensible los caracteres gráficos. Se utiliza con frecuencia para referirse a cualquier forma de composición tipográfica posterior a la de la era de los tipos metálicos móviles, tanto la fotográfica como la digital.
- **Fraktur**
Tipo de letra gótica.
- **Fuente**
Originalmente, una fuente era un conjunto o surtido completo de letras, signos y blancos tipográficos de una clase de tipo determinada, en un tamaño o estilo concretos. Hoy día, también se usa este término para referirse a un grueso o estilo de un tipo dado.
- **GIF**
Abreviatura de Graphic Interchange Format, un método empleado en internet para almacenar imágenes en mapa bits comprimidas.
- **Gótico**
Véase letra gótica. También, término norteamericano usado para designar los tipos sin remate.
- **Grabador de punzones**
Artesano que estampaba los punzones de los caracteres de imprenta.
- **Gramática**
Estudio de los elementos del lenguaje y de su uso y función.
- **Grotesque**
Véase sin remate.

- **Hinting**
El 'hinting' es la adecuación óptica de la forma de un carácter representado como un conjunto de puntos. Para evitar que una imagen se muestre distorsionada en todos los formatos de fuentes digitales se incluyen instrucciones de hinting en todos los glifos.
- **Hombro**
En tipografía, parte del tipo movable que rodea alojo y llega hasta 105 bordes del prisma. No aparece en la impresión, por estar más bajo, y su misión es establecer el acercamiento y el blanco conveniente para la buena legibilidad, además de posibilitar el desarrollo de las letras de asta larga, superior o inferior. 2) Actualmente, parte de un carácter que sobresale de su cuerpo.
- **HTML**
Abreviatura de Hyper Text Mark-up Language, un medio corriente de creación de páginas web que puede incluir sonido e imágenes, además de texto. El texto permanece "vivo" y se puede "copiar y pegar" a conveniencia.
- **Humanístico**
Subgrupo de los tipos romanos, también denominados venecianos, que se caracterizan por la inclinación del trazo horizontal de la "e" minúscula. 2) Subgrupo de los tipos sin remates que muestran la influencia de los tipos alditos romanos.
- **Ideograma**
Símbolo que representa un concepto o idea.
- **Ikarus**
Programa desarrollado por el Dr. Peter Karow en URW, en Hamburgo, y lanzado en 1974. Fue el primer programa de digitalización de tipos que incluía una utilidad de interpolación.
- **Imprenta**
Arte de reproducir por medio de presión, una plancha o unos caracteres en relieve impregnados de tinta, por lo general tipos de metal o madera y estereotipos.
- **Incunable**
Ediciones realizadas desde la invención de la imprenta hasta el año 1500.
- **Interletraje**
Espacio entre caracteres de un texto

- **Interlínea**

En la composición tipográfica en metal, era un lingote metálico que se insertaba entre las líneas para incrementar el espacio entre ellas. Actualmente se utiliza para describir el espacio entre la línea de base de una línea de texto y la línea de base de la siguiente (interlineado).
- **Interpolación**

Como los perfiles de las letras digitales se obtienen de fórmulas matemáticas, es fácil calcular y crear espesores intermedios de un tipo partiendo de dos extremos.
- **Itálica**

Escritura cursiva, inclinada hacia adelante y puntiaguda, derivada de la minúscula humanística (la letra impresa itálica fue creada en Venecia por Aldo Manuzio). Véase cursiva.
- **Jónico**

Véase bloque serif.
- **Justificación**

Variación de los espacios entre palabras de una línea de composición, por cualquier procedimiento, para darle la medida exacta establecida previamente. Como puede deducirse de lo anterior, en esta clase de composición los bordes derecho e izquierdo del texto quedan perfectamente alineados. El texto así compuesto se llama justificado. Véase alineación.
- **Kerned pairs**

Término inglés que indica el ajuste del espacio blanco entre determinados caracteres para mejorar su apariencia visual. Las instrucciones necesarias para ello están incorporadas en el diseño original de un tipo.
- **Kerning**

Término inglés utilizado en la mayoría de programas de tratamiento de textos, cuyo significado exacto es la modificación del blanco entre pares de caracteres de un tipo, aplicado sobre un tipo de letra ya diseñado, es decir la regulación manual o automática del espacio horizontal entre las letras de un texto - véase modificación del blanca.
- **Láser**

Método moderno de exposición de una imagen usado en las fotocomponedoras de cuarta generación y otras impresoras de oficina.

- **Latino**
Hablando de estilos de caracteres, es lo mismo que romano clásico. 2), carácter con remates triangulares.
- **Letra gótica**
Letras construidas con una pluma de punta ancha que acentuaba los puntos de transición entre los diferentes trazos.
- **Letra tortis**
Variante de letra gótica que se usó al tiempo de la introducción de la imprenta.
- **Letra veneciana**
Uno de los tipos de letra tortis usado en España hasta mediados del siglo XVI. Véase letra tortis.
- **Letras de caja alta**
Véase letras mayúsculos.
- **Letras de caja baja**
Véase letras minúsculos.
- **Letras mayúsculas**
Letra de mayor tamaño y distinta figura que la minúscula, que se emplea para empezar párrafos, para inicial de los nombres propios, y, en ciertos casos, para escribir textos completos. A diferencia de las minúsculas, todas las mayúsculas de un mismo tipo y cuerpo tienen la misma altura. Reciben también el nombre de letras de caja alto.
- **Letras minúsculas**
Letras pequeñas, desiguales en altura a diferencia de las capitales, y derivadas de las formas caligráficas manuales desarrolladas desde el siglo VIII hasta el XV. Pueden ocupar tres espacios: ojo medio superior (rasgos ascendentes), ojo medio (altura x) y ojo medio inferior (rasgos descendentes). En la imprenta, también se llaman letras de cojo baja.
- **Ligadura**
Dos o más caracteres unidos entre sí, formando una sola unidad.
- **Línea de base**
Línea imaginaria sobre la que se asientan las letras.
- **Lingote**
En argot, línea de composición que produce el linotipo.

- **Linotipia**
Véase linotipo.
- **Linotipo**
Nombre genérico de la máquina componedora y fundidora lineal. También llamadas linotipia. Véase composición mecánico.
- **Linotype**
Nombre de la primera máquina componedora y fundidora monolineal. Actualmente, compañía fabricante de fuentes digitales. Véase composición mecánico y linotipo.
- **Litografía**
Procedimiento de dibujar o grabar en piedra preparada al efecto, para su reproducción mediante impresión.
- **Mapa de bitmaps**
Imagen gráfica compuesta de píxeles- 2), representación pixelada de una fuente de impresora, para usar en pantalla.
- **Máquina componedora**
Véase composición mecánico.
- **Matriz**
Paralelepípedo o molde en hueco de cobre sobre el que se estampaba el punzón para la fundición de tipos. 2), Negativo fotográfico usado en fotocomposición. 3), Página de códigos usada en el diseño y fabricación de tipos digitales.
- **Metal fundido**
Con estos términos se designan los tipos y procesos de impresión (por ejemplo, la monotipia o la linotipia) que comportan el montaje de matrices de latón y la confección de un molde en metal fundido a partir de las mismas.
- **Modernos**
Tipos caracterizados por un énfasis vertical y un cambio brusco de los rasgos gruesos a los finos.
- **Modificación del blanco**
(en inglés, tracking). Alteración del blanco entre caracteres (ensanchamiento o estrechamiento) en toda una palabra, línea o un párrafo completo, para mejorar la composición general y facilitar la lectura.

- **Modificación del blanco entre pares de caracteres**
Alteración del blanco entre pares de caracteres por razones estéticas o de amenidad de estilo. En la tipografía digital, puede ser aplicada por el usuario final de la fuente (kerning); o venir definida por el creador del tipo para ciertos pares de caracteres (en inglés, kerned pairs).
- **Molde**
Véase matriz.
- **Molde**
En la linotipia, dispositivo mediante el cual se funden las líneas. Su cuerpo era fijo pero el ancho era ajustable.
- **Monotipo**
Sistema de composición mecánica que es, a la vez, componedora y fundidora de tipos movibles.
- **Monotype**
Firma británica fabricante del monotipo (Monotype Corporation Ltd.) y de diversos tipos.
- **Multiple MASTERS**
Software de sistema creado por Adobe en 1991 que permitía manipular el tipo hasta obtener el diseño deseado, alterando las características del mismo (como grosor o ancho, inclinación, estilo, etc.) a lo largo de unos ejes desplazables.
- **Números alineados**
Los que tienen la altura de los caracteres de ojo mediano. Véase también números no alineados.
- **Números arábigos**
véase números indoarábigos.
- **Números estilo antiguo**
Véase números no alineados.
- **Números indoarábigos**
Los usados en los sistemas de numeración decimal, binario, duodecimal, quinario. Son 1, 2, 3, 4, 5, etc.
- **Números no alineados**
A diferencia de los alineados, no mantienen la misma alineación de la base.

- **Números romanos**
Los usados en el sistema de numeración romano: I, II, III, IV, V, etc.
- **Offset**
Método de impresión mediante planchas planográficas inventado por Aloys Senefelder (1771-1834). Se basa en el principio litográfico de repulsión entre el agua y las sustancias grasas. La grasa (en las áreas donde hay imagen) capta la tinta, mientras que el agua (en las zonas donde no hay imagen) la repele.
- **Ojo**
Grueso o trazo ancho y entintado de un carácter, que puede ser distinto en los de un mismo cuerpo. 2, relieve de los tipos, que, impregnado en tinta, produce la impresión.
- **Old face/Old style**
Tipos caracterizados por un acentuado énfasis horizontal. También llamados tipos romanos alditos.
- **Opentype**
Tecnología para tipos anunciada en 1997 por Adobe y Microsoft para resolver las incompatibilidades de los formatos Postscript y TrueType entre plataformas operativas.
- **Pantógrafo**
Aparato para realizar dibujos o grabados de dimensiones ampliadas o reducidas respecto a las del original; permite reproducir a mayor escala detalles minúsculos.
- **Pelota de golf**
Pieza esférica, similar a una pelota de golf, que contenía los caracteres en relieve en algunas máquinas de escribir a partir de la década de 1960. También llamada esfera.
- **Pictograma**
Símbolo que representa una cosa o un objeto.
- **Pixel**
Abreviatura inglesa de picture element ("elemento de imagen"). Se refiere a los puntos de pantalla utilizados para representar una imagen.
- **PostScript**
Lenguaje de descripción de tipos desarrollado por Adobe Systems Inc. E introducido en el mercado en 1983. Permite al usuario combinar, tipos de

diferentes fabricantes con otros elementos gráficos e imágenes, e imprimirlos en cualquier impresora compatible con el lenguaje PostScript.

- **Punzón**
Paralelepípedo de acero templado, sobre el cual, después de haberlo pulido bien, se trazaba y tallaba a mano, en relieve, el ojo de la letra o signo, que se transportaba después, mediante una presión fortísima, sobre el bloque de cobre o bronce que constituía la motriz para la fundición de tipos móviles de imprenta.
- **Qwerty**
Disposición universal de los caracteres en el teclado.
- **Rasgos terminales**
Véase remates.
- **Reemisión**
Tipo histórico reeditado en su forma original y, a menudo, moldeado en las mismas matrices. Véanse también facsímil y revival.
- **Remates**
Trazos iniciales o finales en las letras de determinados tipos. Según algunos autores, los remates proceden de la escritura lapidaria.
- **Resolución**
Número de líneas por pulgada (o cm) que emplea un dispositivo de salida concreto para mostrar un tipo, o puntos por pulgada (o cm) al cual una imagen o tipo ha sido escaneado originalmente.
- **Revival**
Adaptación – a menudo regularizada – a las nuevas tecnologías o métodos de fabricación de un diseño existente. Véase también facsímil.
- **RIP**
Siglas formadas con las iniciales de Raster Image Processor (convertidor de imagen en puntos de trama). Aparato para convertir una imagen codificada en lenguaje PostScript, por ejemplo, en una serie de puntos producidos con una densidad determinada por el dispositivo de salida.
- **Romana**
1) Letra redonda, por oposición a cursivo. 2) Letra de espesor normal, por oposición a la negrita. 3) Letra con remate, por oposición a sin remate. La acepción correcta queda clara dependiendo del contexto

- **Rotunda**
Forma de letra gótica.
- **Rústicas**
Véase capitales rústicos.
- **Sangría**
En la composición corrida, la primera línea del párrafo ordinario comienza más adentro que las restantes: el blanco con que se hace esta entrada se denomina sangría.
- **Sans serif**
En inglés se utiliza para denominar los tipos de letra sin remates. Véase remates.
- **Schwabacher**
Forma de letra gótica.
- **Semántica**
Parte de la lingüística que estudia el significado de las palabras y sus cambios o transformaciones.
- **Serif**
Denominación anglosajona de los remates o trazos terminales de los caracteres. También se denomina así a los tipo de letra sin remates. Véase remates.
- **Set**
En el sistema de medida difundido por la compañía Monotype, espesor, expresado en puntos tipográficos angloamericanos, del carácter más ancho de un alfabeto concreto, denominado cuadratín de set y también em.
- **Set de caracteres**
Son todos los glifos que contiene una fuente. Cada fuente está compuesta por mayúsculas y minúsculas, números y signos de puntuación. Dependiendo del tamaño del set de caracteres se pueden añadir caracteres específicos de un país, símbolos de una moneda, ligaduras, etc. Fuentes de PostScript-Type-1 y de True-Type pueden contener hasta 256 glifos, mientras la fuente de Unicode contiene hasta 65.000 glifos.
- **Set experto**
El set experto contiene caracteres especiales para una aplicación más pretenciosa. El set experto ofrece signos adicionales, como versalitas,

ligaduras, números quebrados, superíndices é índices, tanto como otros caracteres adicionales.

- **Sílaba**
Sonido articulado simple o compuesto que constituye un solo grupo fónico entre dos depresiones sucesivas de la emisión de voz
- **Sintaxis**
Parte de la gramática que estudia la manera de enlazarse y ordenarse las palabras de la oración o las oraciones.
- **Slab serif**
Véase bloque serif.
- **Tamaño del tipo**
Medida para el tamaño del tipo en el momento de la impresión (Se acostumbra a expresar en puntos). Este sistema de medidas tipográficas no guarda relación con el sistema métrico decimal, es decir que no hay una relación estándar entre el tamaño de un tipo y el tamaño medible, como podría ser la altura de mayúsculas y minúsculas. Por eso, puede ser que tipos diferentes pero con el mismo tamaño sean distintos en la altura de sus letras. Por el contrario puede ser que para armonizar la altura de las letras de dos tipos, haya que indicar los tamaños de letras diferentes. Con y sin kerning Interletrajes diferentes Números vérsales, antiguos y minúsculas y sin hints.
- **Teclado universal**
Véase Qwerty.
- **Texto alineado por la derecha**
Véase alineación.
- **Texto alineado por la izquierda**
Véase alineación.
- **Texto justificado**
Véase justificación.
- **Texto no justificado**
Columna de texto en la que el espacio entre caracteres permanece constante de una línea a otra, lo que da como resultado un margen dentado. Puede ser alineado por la derecha o alineado por la izquierda.

- **Textura**
Forma de letra gótica.
- **TIFF**
Siglas formadas con las iniciales de Tagged Image File Format (formato para guardar imágenes trazadas), un método de almacenar imágenes como mapa de bits.
- **Tipo**
1) En su sentido físico, se refiere a un prisma de metal que tiene en su cara superior, en relieve y al revés, la imagen de una letra o signo para la impresión por el sistema tipográfico. 2), Carácter de imprenta, aunque el vocablo carácter es más genérico y abarca todas las letras o signos tanto antes como después de la impresión.
- **Tipo de fundición**
Tipo metálico para la composición manual repetitiva y, por lo tanto, moldeado en una aleación más dura que en el caso de la composición mecánica.
- **Tipo egipcio**
Véase bloque serif.
- **Tipo para anuncios**
Véase tipo para titulares.
- **Tipo para titulares**
1) El diseñado para que resalte: se usa sólo para encabezados o cantidades de texto pequeñas. 2), En los sistemas de composición mecánico, el de cuerpo mayor de 14 puntos.
- **Tipos antiguos**
Set de caracteres que contiene todos los caracteres básicos, pero en vez de versalitas (letras mayúsculas con tamaño de minúsculas), contiene tipos antiguos (letras del tamaño de minúsculas, con alturas ascendentes y descendentes)
- **Tracking**
Véase modificación del blanco.
- **Tradición insular**
Estilos de escritura (uncial insular) procedentes de los monasterios situados en los límites del imperio romano, en lugares como Kells, en Irlanda, y Lindisfarne, en Inglaterra.

- **Transición**
Aplicase a los tipos que tienen características que muestran la transición entre los romanos antiguos (Old Style o garaldes) y los romanos modernos (o didone).
- **TrueType**
Formato estándar de una fuente digital implantado en los sistemas operativos Mac OS y Windows. Las fuentes TrueType se componen de un único archivo, para la impresión y para la pantalla.
- **Type 1**
Formato de fuente digital en PostScript. Los caracteres de PostScript se componen de una fuente de impresión o de exposición y como mínimo de una fuente de pantalla para la visualización en diferentes tamaños. En muchos sistemas operativos las fuentes de PostScript solo pueden reproducirse en pantalla en los tamaños ya incluidos en el formato de la fuente de la pantalla.
- **Tubo de rayos catódicos**
(CRD Aparato electrónico usado en algunas máquinas fotocomponedoras para transmitir las imágenes de los dibujos, caracteres, etc., a película o papel.
- **Unciales**
Literalmente, "letras de una pulgada de alto". Letras mayúsculas redondeadas, con énfasis vertical y ascendentes y descendentes muy cortas, que aparecieron a partir del siglo IV.
- **Unicode**
Codificador de caracteres estándar Unicode diseñado en 1997 para soportar textos escritos en cualquier lengua.
- **Versalitas** (Small Caps o small capitals)
Son tipos del tamaño de las minúsculas, pero con la figura de las mayúsculas y tienen el mismo tamaño y el mismo grosor en el asta que las mayúsculas de la misma fuente.

Las versalitas muchas veces se ofrecen en fuentes exclusivas que suelen llevar las letras 'SC' (small caps) para identificarlas. Estas fuentes contienen las mayúsculas normales y en vez de minúsculas contienen versalitas. Las versalitas auténticas tienen sus propias formas y medidas y no son, como las versalitas 'falsas': mayúsculas reducidas al tamaño de las minúsculas. Las versalitas se destacan por su menor densidad – esta se reduce al minimizar la letra – y da un efecto muy 'ligero' en comparación con las minúsculas.

- **Vocales**
Letras que se pronuncian con una simple aspiración que hace vibrar la laringe. En español: a, e, i, o u.
- **Vox**
Sistema de clasificación de tipos ideado por el tipógrafo francés Maximilien Vox en 1954.
- **WYSIWYG**
Abreviatura de What You See Is What You Get ("Lo que ves es lo que obtienes"), lema con el que se designa a las computadoras que reproducen en pantalla una simulación de trabajo de la información gráfica que puede reproducirse por el sistema.

Fuentes de consulta

Revistas

- Revista tipoGráfica Ediciones de Diseño, Buenos Aires, Argentina. 1998-2004
- Emigre Magazine Emigre Graphics, Sacramento, USA. 1997-2004
- U&lc, Upper and lower case The international Journal of Graphic Design and Digital Media, International Typeface Corporation, Nueva York, USA
- Adobe Magazine Adobe Systems Inc. Seattle, USA. 2004
- I.D. Annetta Hanna, editor. New York, USA. 2004
- Revista Matiz Gráfico del Diseño Internacional, Print Link S.A. de C.V., Año I, Volumen I, México 1997.

Libros

- Type at Work Andreu Baluis, Index Book, Barcelona 2003
- Diseñar con y sin retícula Timothy Samara, Gustavo Gili S.A. de C.V., Barcelona 2004
- Tipografía: macro y microestética Willi Kunz, Gustavo Gili S.A. de C.V., Barcelona 2003
- Diseño de libros contemporáneo Roger Fawcett-Tang, Gustavo Gili SA de CV, Barcelona 2004
- Tipos de Fuentes David Jury, Index Book Singapur 2002
- Compendio para Alfabetos, Karl Gerstner, Gustavo Gili S.A. de C.V., Barcelona 2003
- Estudio de Diseño, Guillermo González Ruiz, Emecé Editores, Buenos Aires, 1998

- Tipografía función, forma y diseño, Phil Baines/Andrew Haslam, Gustavo Gili S.A. de C.V., Barcelona 2002
- Bases del Diseño Gráfico, Alan Swann, Gustavo Gili SA de CV, Barcelona 1990
- Typographic Communication Today Edward Gottschall, International Typeface Corporation, Cambridge, USA, 1989
- Guía completa de la tipografía Christopher Perfect, Hermann Blume, Barcelona, 1994
- El arte de la tipografía Martin Solomon, Editorial Tellus, Madrid, 1988
- El diseño gráfico desde su origen hasta nuestros días Enric Satué, Alianza Forma, Madrid, 1990
- Historia del diseño gráfico Philip Meggs, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991
- Signos, símbolos, marcas, señales Adrian Frutiger, Ediciones Gustavo Gili, S.A. de C.V., México, 1998
- Sistemas de retículas Josef Müller-Brockmann, Ediciones Gustavo Gili, SA de CV, México, 1992
- Manual de diseño tipográfico Emil Ruder, Ediciones Gustavo Gili SA de CV, México, 1992
- El diseño en el libro Douglas Martin, Ediciones Pirámide, Madrid, 1994
- Treinta siglos de tipos y letras María Luisa Leal, Tilde Editores, México, 1990
- La tipografía del siglo XX Lewis Blackwell, Editorial Gustavo Gili SA, Barcelona, 2003
- La imagen corporativa Norberto Chaves, Editorial Gustavo Gili SA, Barcelona, 1988
- Diseño y comunicación visual Jorge Frascara, Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1988
- El mundo como proyecto Otl Aicher, Editorial Gustavo Gili SA, Barcelona, 1994

- La mirada opulenta Román Gubern, Alianza Forma, Madrid, 1992
- Antropología de la escritura Giorgio R. Cardona, Gedisa, Barcelona, 1994
- Typography Now, the next wave Rick Poynor, Edward Booth-Clibborn and Why Not Associates Edward Booth-Clibborn, London, 1991
- Testimonios, cinco siglos del libro en Iberoamérica Autores varios, Sociedad Estatal Quinto Centenario, Barcelona, 1992
- Jan Tschichold, typographer Ruari McLean, Lund Humphries, London, 1978
- La letra Gerard Blanchard, Ediciones Ceac, Barcelona, 1988
- Símbolos de señalización AIGA, Ediciones Gustavo Gili SA de CV, México, 1984
- Typographics, Duncan Baird Publishers, London, 1995

Sitios Web

- www.tipografos.com
- www.unostiposduros.com
- www.tiypo.com
- www.tipografica.com
- www.visual.gi