Revista de diseño
número 48
año xv
junio
julio
agosto
de 2001
Buenos Aires
Argentina

1 Contexto 2 Legalmente 3 Atypi 6 Cátedra 9 Editorial **Agenda**
41 Bibliográfica **42** Archivo **44** Novagráfica **46** Informa **48** Hecho a mano

tipoGráfica COMUNICACIÓN PARA DISEÑADORES

tpG

SUMNER STONE **Basalt** 10

PEPA FONCEA **La letra chilena** 18

PABLO COSGAYA Y JORGE DE BUEN UNNA **Repensar el oficio** 24

SILVIA PESCIO Y MARÍA L. F. DE MATTIELLO **Signos aparentes y reales** 30

Diez reflexiones acerca del cartel 36





19871988198919901991199219931994199519961997199819992000 2001

tipoGráfica cumple quince años y festeja la edición de su número cincuenta invitándolos a *tipoGráfica buenosAires*, el mayor Encuentro Internacional de Tipografía y Diseño, que se realizará en noviembre.

Para más información (5411) 4314 0920
tpgbuenosaires@tipografica.com



Dog

La publicación indispensable para todo aquel que necesita estar actualizado e informado acerca del ámbito del diseño.

MAYO DE 1996

tpG28



Confusión y caos PAUL RAND
Language is alive *(N. DE LA R.)*
Maestría en Teoría del Diseño GUI BONSIEPE
Type Directors Club 41 MÓNICA DAVERIO
Una de piratas DIEGO VAINESMAN
Mi visión sobre la enseñanza MARTIN SOLOMON
La comunicación. Un factor secundario SILVIA FERNÁNDEZ

AGOSTO DE 1996

tpG29



El diseño y la situación mundial VICTOR MARGOLIN
De un cambio de imagen ALFREDO SAAVEDRA
El anotador MARTIN SOLOMON
Contra la profesión NORBERTO CHAVES
La ilusión visual en la tipografía ALEXA NOSAL
El diseño regional RICARDO BLANCO

NOVIEMBRE DE 1996

tpG30



El futuro del diseño tipográfico SUMNER STONE
El diseño nuestro de cada día RONALD SHAKESPEAR, CON NOTAS DE JORGE FRASCARA
Siga la flecha (si la encuentra...) MARTIN SOLOMON
Metamorfosis tecno-cognitivas ALEJANDRO PISCITELLI
La idea en diseño gráfico ANNA CALVERA
Ecología y entropía sígnica del objeto ORIOL PIBERNAT

ABRIL DE 1997

tpG31



Josef Müller Brockmann COMENTARIOS DE ALAN FLETCHER, RONALD SHAKESPEAR E IVES ZIMMERMANN
Hoy los diseñadores de la prensa escrita MIGUEL DE LORENZI
De oficio, calígrafo: Rudolf Koch LILI WRONKER CON COMENTARIOS DE FRITZ KREDEL Y TOM GREENSFELDER
La identidad reconsiderada SILVIA FERNÁNDEZ
El diseño neoyorquino MARTIN SOLOMON

JUNIO DE 1997

tpG32



Más allá del modelo de la Bauhaus DIETMAR WINKLER
Type Directors Club DIEGO VAINESMAN
El conocimiento del pasado histórico VICTOR MARGOLIN
Retratos tipográficos MARTIN SOLOMON
Primer Bienal de Arte del Mercosur *(N. DE LA R.)*
Una interfase de computadora capaz ALEJANDRO PISCITELLI
La letra transmite FELIX BELTRÁN

SEPTIEMBRE DE 1997 / 10 AÑOS

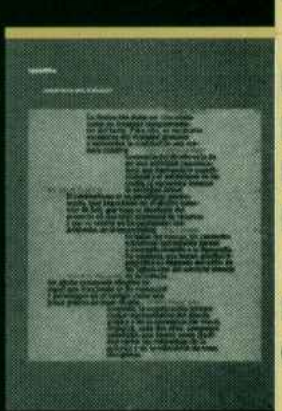
tpG33



Amo o esclavo MARTIN SOLOMON
El diseño social GÉRARD PARIS CLAVEL
El diseño y su función YVES ZIMMERMANN
Diseñar para cada cual SILVIA FERNÁNDEZ
Una postura crítica NORBERTO CHAVES

NOVIEMBRE DE 1997

tpG34



Un lenguaje complementario JIMENA TELLO
La esencia del diseño YVES ZIMMERMANN
Un paradigma permanente RICARDO BLANCO
Paul Rand. Estilo no es sustancia MATERIAL PROPORCIONADO POR FÉLIX BELTRAN
Niklaus Troxler *(N. DE LA R.)*
Congreso de Icograda JORGE FRASCARA

ABRIL DE 1998

tpG35



Entrevista a Alan Fletcher RICK POYNOR CONVERSA CON ALAN FLETCHER
País e identidad FRANK MEMELSDORFF
Muertes y castigos (primera parte) CARLOS NINE
Anatomía tipográfica MARTIN SOLOMON

JUNIO DE 1998

tpG36



Nueva identidad para Telecom *(N. DE LA R.)*
Cómo hablar con el cliente MICHAEL HARDT
Muertes y castigos (segunda parte) CARLOS NINE
Recuperando la memoria cultural RICARDO BLANCO

SEPTIEMBRE DE 1998

tpG37



Type Directors Club 43 DIEGO VAINESMAN
Estrategia y diseño YVES ZIMMERMANN
Muertes y castigos (tercera parte) CARLOS NINE
El atractivo visual de los glíficos MARTIN SOLOMON

NOVIEMBRE DE 1998

tpG38



Industria y diseño (N. DE LA R.)
Un nuevo lenguaje estético ALEJANDRO PISCITELLI
Muertes y castigos (última parte) CARLOS NINE
Diseño para la sociedad VICTOR MARGOLIN

MARZO DE 1999

tpG39



Lógica visual (N. DE LA R.)
Mundos propios MARCOS ZIMMERMANN
Las versales. Una nueva definición STAN KNIGHT
Hombre al habla ROMÁN LEJTMAN

JUNIO DE 1999

tpG40



De oficio, infógrafo ALEJANDRO TUMAS, ALEJANDRO LO CELSO
Hijos por dos años ADRIANA LESTIDO
Carácter LUCAS LÓPEZ
Diseñando la red CAROLINA SHORT, TOMÁS GARCÍA FERRARI
Razón de ser ESTELA DE CARLOTTO
Levas, engranajes, poleas y tipografía MARTIN SOLOMON

SEPTIEMBRE DE 1999

tpG41

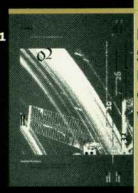


Imagen de tv MRAD, PICCO, VALLEJOS
Still life ALEXA NOSAL
Estampas del alma porteña FACUNDO DE ZUVIRÍA
Qué lo p...! ROBERTO FONTANARROSA
Verdad y medios HORACIO GONZÁLEZ

NOVIEMBRE DE 1999

tpG42



Argencard en sistema (N. DE LA R.)
Patologías gráficas RAÚL BELLUCCIA
Pop latino MARCOS LÓPEZ
Pizza... ENTREVISTA A BRUNO STAGNARO
Imagen de tv MRAD, PICCO, VALLEJOS

ABRIL DE 2000

tpG43



La eficacia editorial MARTA ALMEIDA
Enseñar a diseñar o aprender a comunicar NORBERTO CHAVES
Alemania, la marca TEXTO EXTRAÍDO DE LA REVISTA FORM
Fabricante de museos ALBERTO DITTBORN BAEZA
La tipografía en la historia LUISA MARTÍNEZ

JUNIO DE 2000

tpG44



La Fabrica MIRELLA MUSRI
Consideraciones en torno al diseño conceptual YVES ZIMMERMANN
Del exilio voluntario en una universidad británica ALEJANDRO LO CELSO
Atelier National de Recherche Typographique PETER KELLER
Paul Renner, maestro tipógrafo CHRISTOPHER BURKE

SEPTIEMBRE DE 2000

tpG45



Packs para coleccionar DIEGO GIACCONE
El diseño gráfico, su interacción con la cultura urbana MARCELA GÓNZALEZ
La revolución de la luz SILVINA RODRÍGUEZ
Mtv ALEJANDRO ABRAMOVICH
Almas de piedra BRENDA BERMAN, ANNET STIRLING

NOVIEMBRE DE 2000

tpG46



David Carson, surfer JORGE DE BUEN UNNA
Jan Tschichold, contradicciones de lo universal GRISELDA FLESLER
Reflexiones en torno al hipercódigo RODRIGO FERNÁNDEZ
Efecto Bacon CECILIA KRÖPFL
Política y absurdo ENTREVISTA A LANDRÚ
«Cabezas bien hechas» LA ENSEÑANZA EN LA ENSCI, ESCUELA NACIONAL SUPERIOR DE CREACIÓN INDUSTRIAL, FRANCIA

ABRIL DE 2001

tpG47



El patrimonio gráfico y su recuperación NORBERTO CHÁVES
Escrito en el cuerpo SILVIA CORDERO VEGA
La familia serial ALEJANDRO LO CELSO
Aprendizaje de un diseño inteligente ELENA GONZÁLEZ MIRANDA
Diseño & cognición GUI BONSIEPE

SUSCRIBITE

Suscribite en forma anual
y recibí 4 ejemplares + 1 de regalo

4+1

5 ejemplares al precio de 4
En vez de $ 70 pagá $56

Publicada en abril, junio, septiembre y noviembre

CUPÓN DE SUSCRIPCIÓN

☐ SUSCRIPCIÓN NÚMERO A NÚMERO (SÓLO CON TARJETA)
Argentina $ 14, limítrofes u$s 22, resto de América u$s 25, Europa u$s 26.
(GASTOS DE ENVÍO INCLUIDOS)

☐ SUSCRIPCIÓN ANUAL
Argentina $ 56,
limítrofes u$s 88,
resto de América u$s 100,
Europa u$s 104.
(GASTOS DE ENVÍO INCLUIDOS)

☐ RENOVACIÓN ANUAL
Argentina $ 50,
limítrofes u$s 82,
resto de América u$s 94,
Europa u$s 98.
(GASTOS DE ENVÍO INCLUIDOS)

☐ SUSCRIPCIÓN BIANUAL
Argentina $ 112,
limítrofes u$s 176,
resto de América u$s 200,
Europa u$s 208.
(GASTOS DE ENVÍO INCLUIDOS)

☐ RENOVACIÓN BIANUAL
Argentina $ 100,
limítrofes u$s 164,
resto de América u$s 188,
Europa u$s 196.
(GASTOS DE ENVÍO INCLUIDOS)

ME SUSCRIBO A tpG DESDE EL N° ☐

DATOS DEL SUSCRIPTOR

NOMBRES

APELLIDO

EDAD EMPRESA

CALLE

N° PISO DTO. CP.

LOCALIDAD PROVINCIA

PAÍS

TELÉFONO FAX

E-MAIL

☐ PAGO EN EFECTIVO

☐ PAGO CON CHEQUE

☐ PAGO CON TARJETA
Sólo en el caso de pagar con tarjeta de crédito, completar el formulario que se encuentra a continuación.

☐ MASTERCARD
☐ VISA
☐ CARTA FRANCA
☐ CABAL
☐ AMERICAN EXPRESS

NOMBRES

APELLIDO

N° DE DOCUMENTO TIPO

DOMICILIO QUE FIGURA EN EL RESUMEN

CALLE

N° PISO DTO. CP.

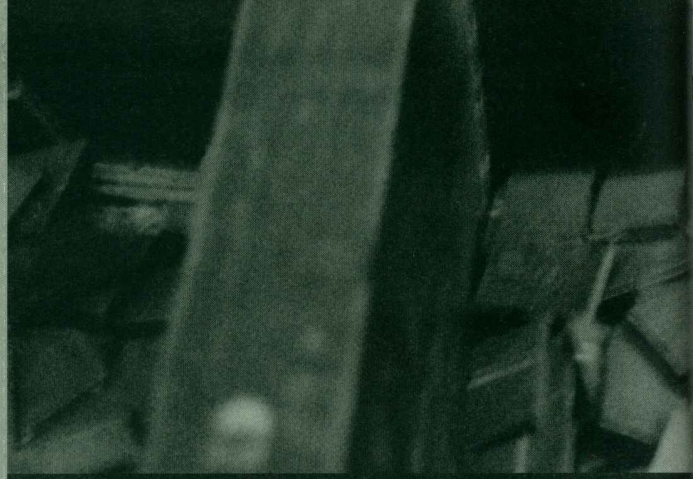
LOCALIDAD PROVINCIA

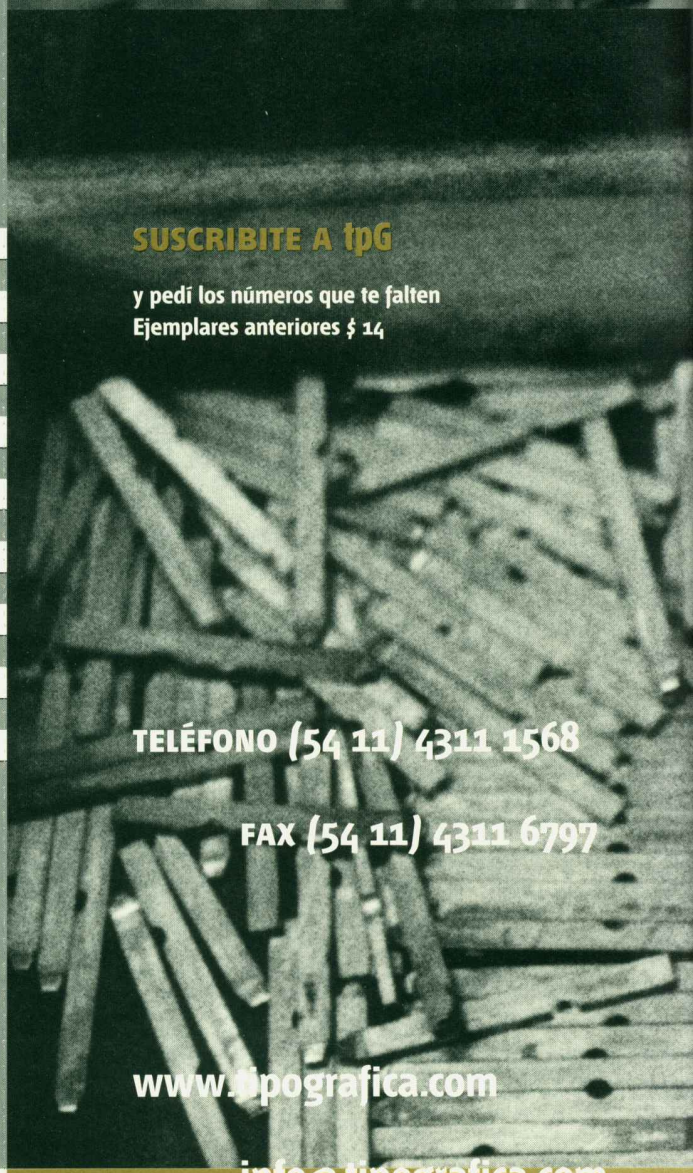
PAÍS

N° DE LA TARJETA

CÓD. DE SEGURIDAD VENCIMIENTO

FIRMA





SUSCRIBITE A tpG

y pedí los números que te falten
Ejemplares anteriores $ 14

TELÉFONO (54 11) 4311 1568

FAX (54 11) 4311 6797

www.tipografica.com

info@tipografica.com



COMPLETÁ ESTE CUPÓN Y ENVIALO POR CORREO A
Viamonte 454 6° 12
C1053ABJ Buenos Aires
Argentina
O POR FAX AL (54 11) 4311 6797



Encuentro Internacional

Se abre un nuevo capítulo para pensar y analizar los aspectos relativos a la función de la tipografía y el diseño en América latina. Como ya adelantamos, los días 14, 15 y 16 de noviembre próximo se realizará en el Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center la primera edición de *tipoGráfica buenosAires*, una oportunidad ofrecida a profesionales, docentes y estudiantes del diseño, la comunicación y la publicidad interesados en su desarrollo y crecimiento profesional.

Esta iniciativa revive la impronta del festejo realizado por los diez años de la revista. Recordemos que ese festejo contó con la presencia y el compromiso de destacados profesionales del diseño y consolidó nuestra posición en el ámbito internacional como sede latinoamericana para la discusión del diseño. En definitiva, lo que en estos quince años hemos proyectado es un espacio para la comunicación, legitimado por la comunidad del diseño y la gráfica.

Si pudiéramos hacer una síntesis de este acontecimiento, diríamos que fue una de las actividades más sobresalientes dentro del ámbito del diseño realizadas en la Argentina. El consenso creado a partir de este primer encuentro generó la necesidad de proyectar nuevas y mejores iniciativas para destacar el rol de la tipografía.

La contribución de *tipoGráfica buenosAires* a la comprensión de nuestra disciplina se realiza a partir de la convocatoria para reflexionar sobre aspectos donde la tipografía adquiere un carácter socialmente necesario. Algunos de los debates internacionales girarán en torno a la tipografía en el espacio público y privado, el diseño tipográfico en diarios y revistas, el diseño de información, la tipografía para empresas, la tipografía y la educación, entre otros temas, lo que generará una revitalización de la tipografía, evidenciando tendencias, tradiciones y estilos surgidos de nuestras diferentes culturas.

La práctica tipográfica nos obliga a participar de la cultura visual de un país y contribuir a su desarrollo, y no sólo nos interesará mostrar la producción tipográfica mundial sino, sobre todo, destacar que la tipografía es un medio insustituible y necesario en la vida cotidiana.

Este encuentro contará con la presencia de destacados profesionales internacionales: Mathew Carter (Inglaterra), Lucas de Groot (Holanda), André Gürtler (Suiza), Rosemary Sasoon (Inglaterra) y Erik Spiekermann (Alemania). Asimismo, se harán presentes reconocidos referentes locales: Rubén Fontana, Pablo Cosgaya, Diego Giaccone, Zalma Jalluf, Alejandro Lo Celso, Ernesto Rinaldi y Guillermo Stein, quienes abordarán aspectos tipográficos como el idioma de las letras, la tipografía para los productos de consumo masivo, la enseñanza y el aprendizaje tipográfico, el diseño experimental y la tipografía *on line*.

Para finalizar el ciclo de conferencias, Jorge Frascara coordinará una mesa redonda que permitirá el intercambio entre los invitados y el público; de esta manera se abrirá la posibilidad de participar de un ambiente de diálogo directo. La instalación de *workshops* temáticos nos permitirá abordar diversas inquietudes tecnológicas: la legibilidad y comprensión de la tipografía en la Web y la digitalización de fuentes; asimismo, la introducción a los estilos tipográficos a partir de la caligrafía.

Durante las semanas previas al encuentro, tendrán lugar en el Centro Cultural Borges exposiciones públicas y gratuitas, nacionales e internacionales, cuyas temáticas serán retrospectivas y de actualidad.

tipoGráfica buenosAires busca provocar interacciones, brindar información específica, promover propuestas de producción, hacer del espectador un receptor activo e informado que se verá enriquecido en su práctica profesional. En su dirección de Internet, *www.tpgbuenosaires.com*, se publica y actualiza toda la información referida al Encuentro Internacional de Tipografía y Diseño, con un amplio detalle de sus conferencias y actividades.

tipoGráfica invita a todos a seguir colaborando con este espacio abierto a la tipografía, esperando que el programa de actividades que se desarrollará en noviembre próximo sea un campo propicio para la reflexión y comprensión del hecho racional y comunitario de la tipografía.

Nunca en la historia

Latinoamérica no tuvo aún un evento de diseño gráfico con la riqueza de personalidades que traerá en noviembre *tipoGráfica buenosAires*. La presencia de uno de los invitados extranjeros ya sería un acontecimiento. La presencia de dos, sería algo extraordinario. Pero pensar que Matthew Carter, Lucas de Groot, André Gürtler, Rosemary Sassoon y Erik Spiekermann estarán aquí, es sencillamente increíble.

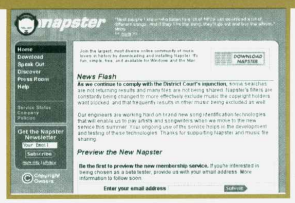
Nuestro medio necesita desarrollar la sensibilidad y el conocimiento necesarios para alcanzar la presentación visual de textos en el nivel de los países que tienen una tradición milenaria de obsesiva búsqueda de calidad. Desde la *Biblia* de Gutenberg hasta la señalización del aeropuerto Charles de Gaulle en París, Europa ha sido la cuna y el laboratorio del desarrollo del arte de presentación del lenguaje visual.

Matthew Carter ha diseñado fuentes tipográficas que vemos diariamente en la revista *Wired* o el diario *La Nación*. Lucas de Groot, autor de la tipografía usada por Volkswagen, es líder en la programación e implementación de fuentes tipográficas. André Gürtler, compañero de proyectos de Frutiger, es un referente fundamental en la enseñanza de la tipografía. Rosemary Sassoon nos trae una experiencia especializada en el desarrollo y uso de tipografía para la enseñanza primaria. Erik Spiekermann, autor de la familia Meta y directivo del estudio del mismo nombre, es un reconocido profesional en varios frentes de la gráfica y un orador excepcional.

Todos estos personajes manifiestan, además, vocación, tesón e inteligencia. Como decía mi amiga Marijke Singer, secretaria general de Icograda: *Lo más importante es trabajar con gente de calidad, sean diseñadores gráficos o cirujanos veterinarios. Con gente de calidad siempre se goza y siempre se aprende.* En este caso, son diseñadores gráficos, como también lo son los destacados profesionales argentinos que completarán el programa de conferencias y *workshops*.

Como un chico frente a la vidriera de una confitería, espero con impaciencia que llegue noviembre. Será una fiesta.





Páginas del sitio Napster.

Abajo, página del sitio www.metallicavsnnapster.com que ilustra la contienda judicial entre Napster y Metallica.

Internet: Episodio II, NAPSTER

MARCELO GARCÍA SELLART

Tiempo atrás, en 1999, tuve la oportunidad de comentar cuáles eran las cuestiones legales que aparecían frente a la explosión del uso de Internet.

Así, citaba como ejemplo los conflictos entre marcas y nombres de dominio, donde frente al derecho de elegir y utilizar libremente cualquier signo como nombre de dominio, se alza el derecho del titular de una marca previamente protegida en los términos que la ley establece, a utilizarla como dominio y poder anunciar y comercializar bienes y servicios en la Web.

En ocasión de aquella nota *(véase nota en tipoGráfica* número 41, p. 8*)*, hacíamos referencia a un primer precedente judicial en la Argentina. Hoy, ya contamos con más de veinte, donde la sana tendencia ha sido, mediante la aplicación de la legislación marcaria, privilegiar los derechos del titular de la marca frente a los del detentador del dominio; se debe señalar que en los casos referidos, la tenencia de esos dominios idénticos en marcas reconocidas por un tercero aparece en principio como un caso claro de infracciones a la ley de marcas. Y con algunas variantes, ésta es la tendencia que también exhiben los tribunales europeos y americanos, y el tribunal arbitral de la OMPI. Sin embargo, el objetivo de esta nota no es hablar del tema de dominios, sino rescatarlo al solo efecto de señalar un aspecto de las relaciones jurídicas que se establecen a través de Internet: si bien es cierto que aún se están desarrollando los criterios que deben regir en estas relaciones, hay un concepto que aparece como punto de partida y que queda claro a partir del ejemplo de los dominios, y es que la legislación del «mundo-no-digital» también tiene aplicación en el «mundo Internet». Y esto se confirma claramente con el caso NAPSTER.

Para decirlo brevemente, NAPSTER era un software que se distribuía en forma gratuita y que permitía a los usuarios del sistema compartir archivos de sonido en formato MP3. En conclusión, los usuarios de NAPSTER se conectaban e intercambiaban canciones libremente en este formato, sin pagar ningún derecho por el uso de las obras musicales que compartían. Esto motivó una acción judicial por parte de la industria discográfica, que se llevó a cabo frente a los tribunales norteamericanos, a la que adhirieron algunos artistas, como el grupo de rock *Metallica*.

La resolución final fue, como no podía ser de otra manera, que NAPSTER infringía los derechos de los autores de las obras comprometidas en el intercambio. Obviamente, esto suena muy antipático, puesto que no faltan quienes pretenden que Internet sea una utopía de alegre anarquía, sin reglas ni normas que acatar. Pues bien: no es así.

Olvídense de lo lindo que era bajar álbumes completos de NAPSTER sin pagarlos. Dejen a un lado la escasa adhesión que suscitan las grandes empresas discográficas y el volumen de sus ganancias. Piensen en ellas como lo que son: diseñadores gráficos e industriales, fotógrafos, arquitectos. En definitiva, autores de obras protegidas por la ley.

Pensemos qué molesto puede resultar diseñar un folleto y que después ese mismo diseño sea utilizado en afiches, avisos para la vía pública y medios gráficos, y que además se transforme en papelería comercial. En esos casos, ustedes piensan: a*)* qué horror, cómo han ido transformando el trabajo para adecuarlo a cada nueva aplicación no prevista originalmente; b*)* qué horror, de haber sabido que lo iban a aplicar tan intensivamente, lo hubieran cotizado de otra manera.

Bien. Eso, multiplicado al infinito, es lo que acarrea la presunta «amable solidaridad» de la comunidad de usuarios de NAPSTER. Siguiendo el ejemplo del párrafo anterior, ustedes no enfrentarían a un cliente infiel, sino a una legión de usuarios no autorizados de su esfuerzo.

Metallica fue muy criticado por algunos sectores por adherir a las acciones contra NAPSTER. Pero no puede menos que reconocerse que todo autor y/o intérprete vive de lo que recauda vía regalías por la venta de los compactos y por la reproducción en los medios de sus obras y ejecuciones. Si todos nos dedicamos a apropiar gratuitamente el esfuerzo ajeno, no hay retribución para el creador, y en consecuencia directa, no habrá creación.



El caso NAPSTER traza una línea: antes se dudaba de la efectiva posibilidad de aplicar las normas de propiedad intelectual frente a reproducciones no autorizadas de obras en Internet. Hoy ya no hay duda posible, y esto debe ser una tranquilidad para cualquier creador. Fotografías, diseños, tipografías indebidamente reproducidas en la red encontrarán su adecuada protección bajo las normas de propiedad intelectual. Seguramente, no será sencillo perseguir a los infractores, tal como ocurre en el «mundo-no-digital», pero al menos, ya hoy queda claro que la justicia puede y debe prestar su amparo al titular de derechos sobre obras protegibles.

No obstante, NAPSTER también deja abierta una puerta para el debate: frente a las nuevas tecnologías, que permiten un contacto directo entre autores e intérpretes y su público: ¿Qué futuro tienen las editoriales musicales y gráficas? ¿Cuánto tiempo podrá sostenerse el actual sistema de gestión colectiva de derechos de autor, como SADAIC y ARGENTORES? Si bien la distribución directa de música por Internet y el e-book parecen posibilidades bien concretas hoy, entiendo que aún tendremos que convivir con la industria discográfica y gráfica tal como la conocemos hasta ahora; también es posible que las sociedades autorales y la industria se adapten y preparen sistemas de gestión colectiva y de administración de derechos de autor adecuadas a estas nuevas tecnologías.

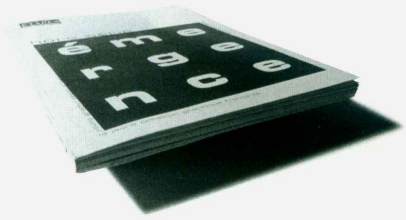
Aún estamos viendo la punta del iceberg. Pasada la fiebre de las «dot.com» y la absurda especulación bursátil que motivaron, ahora viene una segunda ola de actividades en Internet que, en definitiva, será la que muestre la real y concreta orientación de la aplicación de Internet y la inserción de nuestras profesiones en el mundo virtual.

AaBbCcDdEe

ITALIA BOOK

AaBbCcDdEe

REVUE REGULAR



Distinción a Colin Brignall

Brignall nació en Warwickshire, Inglaterra. Al finalizar sus estudios, trabajó en Fleet Street, Londres, donde como aprendiz de fotógrafo obtuvo sus primeras experiencias en el proceso de diseño desde la perspectiva de la publicidad. En 1963 se incorporó al estudio tipográfico Letraset Limited, pionero en productos para la gráfica, en particular para la composición mediante letras transferibles en seco. Allí aprendió las habilidades del diseño en las que sustentó su carrera.

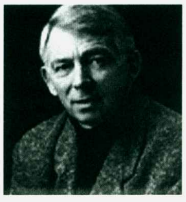
Su primer trabajo consistió en asistir a Fred Lamert, y contratado por Letraset produjo las primeras tipografías originales de la variedad Instant Lettering, además de trabajar en tipografías display, para ser utilizadas en cuerpos mayores de 18 puntos, condensadas para la serie Compacta.

El estudio Letraset albergó diseñadores sumamente capaces. Así realizó diseños propios basados en su línea de tipografías display de Letragraphics. Muchos de sus alfabetos fueron posteriormente otorgados, en forma de licencia, para ampliar su utilización en la fotocomposición. Los diseños de Brignall tenían gran éxito, y se destacaban las tipografías Aachen Bold (1969) y Revue (1969). Para Letragraphics realizó también las tipografías Countdown, Premier Shaded y Premier Lightline, utilizada en el logotipo de Letragraphics.

Durante su breve alejamiento de Letraset, Brignall diseñó tipografías corporativas, entre ellas la tipografía publicitaria para la recientemente formada British Airways. En 1974, regresó a Letraset como diseñador y realizó varias familias tipográficas para ser utilizadas en ambos campos, texto y display. Así resultaron las tipografías Romic, Corinthian y Edwardian.

En 1975 Brignall diseñó la tipografía Italia, conocida también como ITC Italia, adquirida por la International Typeface Corporation como tipografía para texto y display. En 1979, Letraset estableció TSI (Typographic Systems International) para la comercialización de sus propios diseños iniciados con la edición de la tipografía Romic de Brignall.

Durante 1980 Brignall fue designado director tipográfico de Letraset y asumió la responsabilidad general del contenido creativo de todos los productos de transferencia en seco. Su intervención fue decisiva para la recuperación de la alicaída serie Fashion de transferencia en seco, rebautizada como Premier. Brignall supervisó una nueva corriente de diseños con su equipo de trabajos. Muchos de ellos aparecieron más tarde como fuentes digitales para la serie Fontanek de Letraset.



Colin Brignall es un veterano miembro de ATypI que recibió la preciada Medalla TDC entregada por el Type Directors Club de Nueva York.

La importante variedad de tipografías Letraset existente merecía una mayor difusión. La adquisición de International Typeface Corporation (ITC) por Esselte Letraset en 1985 les aseguró a los diseños tipográficos de Letraset un público más amplio. En 1995 Brignall se trasladó a la sede de ITC para impulsar el desarrollo de tipografías comerciales display junto a la importante colección de tipografías para texto. De esta manera se realizaron significativos proyectos de diseño tipográfico, cuyos aspectos artísticos estuvieron a cargo de Brignall. Se desarrollaron dos nuevas tipografías basadas en los alfabetos del diseñador Charles Rennie Macintosh, de Glasgow, y la tipografía Golden Cockerel de Eric Gill, que fue regrabada y presentada en formato digital. Ambos proyectos fueron terminados en 1997.

La Medalla del Type Directors Club es un reconocimiento a las sobresalientes contribuciones destinadas a la excelencia tipográfica. La primera medalla fue para Hermann Zapf, en 1968. Diversas personalidades en el ámbito del diseño y la tipografía, como Herb Lubalin, Paul Rand, Aaron Burns, Adrian Frutiger, Ed Benguiat, Lou Dorfsman, Matthew Carter y la revista *Rolling Stone*, ya fueron reconocidas.

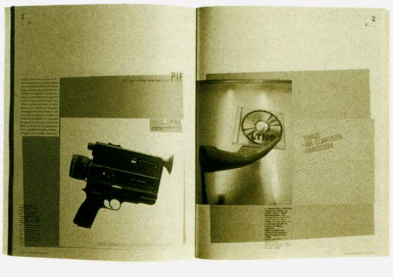
Émergence

Qué piensan y cómo ejercen el diseño gráfico los jóvenes profesionales de Francia es el tópico de *Émergence-French Young Graphic Design*, una edición especial de la revista *Étapes Graphiques*. Con una visión internacional, permite que el lector comprenda los temas dedicados íntegramente a plantear un panorama de las tendencias y procesos, los métodos de intervención, las especializaciones y los estilos de los jóvenes diseñadores gráficos franceses.

A través del análisis de los resultados de una investigación realizada entre un grupo de estudios y diseñadores independientes, se abordan temas de gran interés para quienes transitan los primeros años de la profesión: la independencia, las nuevas formas de trabajo, la relación con los clientes, el estilo, las tendencias, las problemáticas de los nuevos medios, el manejo del dinero, la educación, la importancia de la presentación en concursos. El informe se cierra con algunas consideraciones sobre la necesidad de que en Francia se establezca una definición académica de qué es el diseño gráfico y su relación con el arte.

Se pueden apreciar, entre otros, los trabajos del estudio Beef y su packaging para L'Oreal, de Étienne Mineur, pionero del «diseño gráfico aplicado a la pantalla», y de Sylvia Tournerie, quien trabajó para la marca de ropa japonesa And.A y ejerce gran influencia en la edición gráfica de los discos de música electrónica.

Émergence es una revista-libro para coleccionar, que se convierte en una excelente oportunidad de conocer la situación actual en el ámbito del diseño gráfico francés y reflexionar acerca de ella.



Para más información:
http://www.pyramyd.fr / http://www.artdesign.fr



¿Quieres ser Jamie Reid?

LUCAS LÓPEZ

Jamie Reid es el reconocido diseñador que les puso el alfiler de gancho a los labios de la reina Isabel II durante los actos del Jubileo de 1977. Su influencia en el diseño británico fue profunda e intensa, ya que logró adaptar el espíritu de la ideología punk a las posibilidades técnicas de la gráfica, democratizando el proceso de autogestión y sorteando las divisiones que separan la destreza expresiva de lo cotidiano. En ese momento, todo lo que un joven necesitaba para exponer sus ideales eran diarios viejos, tijeras y deseos subversivos. Según el propio Jamie Reid, «el rol del diseño es el de liberar el espíritu y la imaginación para crear una nueva contra-cultura».

LA PRENSA EFECTIVA. Nació en 1940 en el seno de una familia de ideales socialistas. Su padre fue editor de un diario de izquierda llamado *The Daily Sketch*. En la escuela de arte del barrio londinense de Croydon, Jamie Reid conoció a Malcolm McLaren, con quien organizó sentadas y eventos de protesta, influidos por el movimiento situacionista francés, que contaba con figuras europeas de vanguardia, arquitectos, poetas y políticos que proponían una doctrina de participación e interacción. La Internacional Situacionista (IS), organizada en 1957 por Guy Debord, fue un grupo que obtuvo notoriedad durante la revuelta del Mayo Francés, cuando las consignas y eslóganes alcanzaron su máxima difusión. Los referentes de la IS eran los surrealistas de la década del 20 y algunos dadaístas como Hugo Ball y Tristan Tzara. La estrategia de la IS incluía el uso de gran cantidad de material gráfico en forma de avisos, cómics, mapas de ciudades, *graffiti* y recortes del tipo anárquico.

En 1973, Jamie Reid combinó en sus mensajes arte, política y diseño en un diario comunitario anarquista llamado *The Suburban Press*, donde realizaba una fuerte crítica a la planificación urbana de Croydon. Como parte de su protesta, uno de los números del diario entregaba un *sticker* rojo con la siguiente leyenda: «Oferta especial, sólo esta semana, el local recibe rateros», que era pegado en supermercados y negocios barriales. De espíritu combativo, *The Suburban Press* fue el antecedente más inmediato de los fanzines, surgidos años más tarde en el Londres del 77.

REBELIONES ESTABLECIDAS. Diversas ideas situacionistas experimentadas por Jamie Reid en sus días de estudiante fueron reelaboradas para el grupo de música Sex Pistols –cuyo máximo ideólogo fue el propio Malcolm McLaren, junto con la diseñadora de moda Vivienne Westwood–, convirtiendo el nombre del grupo en la palabra clave del incipiente vocabulario punk. Para el escritor Greil Marcus, en su imprescindible libro *Rastros de carmín. Una historia secreta del siglo XX*, «la lógica dadaísta de absorber todo lo trivial, los desperdicios y los residuos del mundo y luego estampar un nuevo significado sobre el ensamblaje –según una típica glosa acerca de la receta de Tzara para hacer poesía dadá (recortar palabras de un periódico, agitarlas en una bolsa y pegarlas al azar sobre una página)–, se encontraba tanto en la música punk como en sus atuendos. Era cierto que había canciones acerca de las colillas de cigarrillos y en 1977 una chaqueta punk podía parecer un *collage* dadá del Berlín de 1918 [...]».



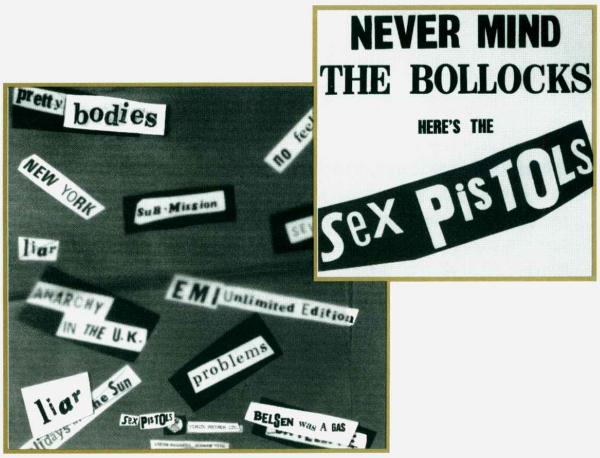
Como parte de una actitud radical, o de una *táctica de shock*, Jamie Reid empujaba constantemente la estética de Sex Pistols al límite. Sus ideas –dice Catherine McDermott en el libro



«Sex Pistols Mural», *collage* realizado en 1984 que exalta la temática punk por medio de la sumatoria de motivos de lectura social.



La tapa del *single* «Dios Salve a la Reina», de los Sex Pistols, fue elegida recientemente como la mejor portada de discos de todos los tiempos.



Street Style|British Design in the '80–, como cualquiera de las cosas que el grupo decía o hacía, comenzaban a ser demasiado notorias. El primer disco del grupo, llamado *Never Mind the Bollocks, Here's the Sex Pistols (1977)*, cuya portada era una imitación deliberada de los avisos comerciales de jabón en polvo, fue varias veces rechazado y enjuiciado por la corte de Nottingham debido a la utilización de la palabra «pelotas» en su título. A pesar de tales prohibiciones, se lo consideró legal y sus ventas nunca cayeron de los listados.

El primer *single* del grupo, *Anarquía en el Reino Unido*, se promocionó a través de un póster de formato A3 que mostraba la bandera británica totalmente despedazada. Un acto vandálico de contenido e imagen que le valió otra prohibición por parte de las radios y las cadenas de disquerías. El diseñador Teal Triggs reflexiona, en un número de *Emigre* dedicado por completo al movimiento punk en Inglaterra y en los Estados Unidos, «el punk como lenguaje es una manifestación de rebelión contra las convenciones establecidas de autoridad».

El acto de intervenir fotos de la reina (como lo hiciera Marcel Duchamp cuando le agregó bigotes a la Mona Lisa) fue producto de la relectura de un viejo volante situacionista de Mayo del 68 que mostraba el dibujo de una momia con un alfiler de gancho. Otras intervenciones sobre la misma imagen, un célebre retrato de la fotógrafa Cecil Beaton, incluían esvásticas y recortes de letras. En la edición del segundo *single* del grupo, *Dios salve a la Reina*, estas imágenes fueron reproducidas en pósteres, avisos y volantes, generando problemas de censura.

ESLÓGANES. Los recursos utilizados por Jamie Reid como director de la imagen para Sex Pistols incluían gráfica cortada a mano similar a mensajes de rescate, elementos reciclados, papeles rasgados y el constante uso del color. Pero su verdadero talento residía en su capacidad para lanzar consignas y eslóganes inquietantes que calzaban a la perfección en la ética punk: «anarquía es la clave, hazlo tú mismo es la melodía», «dinero del caos», «nadie es inocente», «nunca confíes en un hippie», «cree en las ruinas» o «la gran estafa del rock and roll necesita de carne joven». Este último se convirtió en el título de otro disco del grupo, cuando ya se habían separado. El eslogan de un afiche diseñado en el marco de una muestra situacionista en 1989 decía: «La enfermedad de los medios es más contagiosa que el HIV».

La influencia de Reid en la gráfica fue fundamental para la generación post-punk del diseño, aquel combo británico formado por Neville Brody, Terry Jones –creador de la revista de moda *ID*–, Peter Saville, Barney Bubbles y Vaughan Oliver, definiendo un estilo efectivo al alcance de todos, sin necesidad de costosa tecnología. En los agitados días londinenses, el diseño emergía del *atelier* y salía a la calle bajo el lema que forma parte de la cultura británica: *Do it by yourself*[1] (hazlo tú mismo...).

LA DÉCADA DEL 90. En un ensayo acerca de la situación actual de los lenguajes visuales, Jamie Reid afirma que a partir de los años 90, éstos se encuentran en un completo estado de paradoja. «*[...]* Nunca existió tal profusión de información visual, y nunca ese contenido ha sido tan superficial y orientado al consumismo. Como si todo fuese un constante aviso de TV. El matrimonio entre avaricia y estilo. De alguna manera, la sociedad del espectáculo[2] ha llegado a su mayoría de edad. Los medios y la TV han reducido la política, la religión y la cultura al nivel de una telenovela, compartiendo la misma cama mediática *[...]*.» Palabras visionarias de un personaje incorregible.

CITAS

[1] También conocido por la sigla DIY.

[2] Título del emblemático libro de Guy Debord, *La sociedad del espectáculo*.



Stickers como parte de la campaña social que llevó adelante el diario *Suburban Press* en 1973.

El ojo avizor

ENRIQUE LONGINOTTI

¿Morfología? La forma es una dimensión arquetípica de la percepción humana que está en el origen mismo de nuestras sensaciones. Esto quiere decir que es improbable encontrar una definición de forma previa a su experiencia. Dicho de otro modo, que toda definición será precaria y casi inútil. La morfología es una disciplina que no pretende definir sino comprender si hay una lógica en la forma, entonces es posible una morfología. Pero, ¿cuál es esa lógica?

Nuestra realidad visual/sonora/psicológica es un continuo; lo que nos permite vivir y entender determinadas cosas es poder seccionar ese continuo, esa persistencia psíquica y convertirla en comunicación. Una cultura distingue ciertos elementos de ese continuo, los clasifica, los jerarquiza y elabora una escala de correspondencias. Un orden.

Lo que llamamos azar, en términos visuales, es sólo una inspección descuidada. En efecto, toda conformación visible ofrece una lógica inexorable, inherente a la manera en que fue producida y a los mecanismos de nuestra percepción. Si sólo hay forma cuando hay percepción, debemos aprender a percibir.

El estudio morfológico de lo visual es una de las bases del diseño, como lo pusieron de manifiesto todas las iniciativas didácticas de las vanguardias.

Sólo un acercamiento que dé cuenta de la dimensión propia de las formas permite evolucionar en el hallazgo de nuevas situaciones y experiencias.

El diseño es una operación, es decir, una acción que produce un objeto. Aprender a diseñar es aprender a lidiar con la forma, a hacerla y procesarla; entender cómo y de qué maneras se origina. Es la base del lenguaje visual. Un diseñador debe ser un buen «locutor visual», como diría America Sanchez. Para poder desarrollar lenguajes visuales es indispensable aprender a crearlos, generar sus componentes, seleccionar elementos y proponer articulaciones. No hay un único idioma gráfico, sino dialectos específicos, centrales y marginales, que hoy día abarcan desde los gestos tribales hasta los efectos especiales de lo digital.

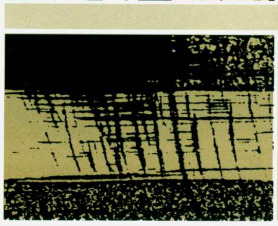
EN EL PRINCIPIO ERA LA GRAFÍA. La enseñanza de la forma suele tener características dogmáticas: el profesor define los elementos y componentes y determina *a priori* qué y cómo es lo que debemos mirar. Esta enseñanza está revestida de ejercicios que sólo comprueban lo que ya se sabía y que no estimulan la investigación.

En cambio, manejándonos con categorías precisas en el mundo de lo impreciso podremos ver lo inesperado. Si no se está dispuesto a ver, no se verá. Es indispensable la atención minuciosa al comportamiento más íntimo de lo gráfico, una verdadera microbiología de la forma.

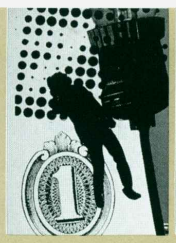
El lenguaje verbal es siempre metafórico con respecto a la experiencia visual. Describir la forma es traducirla a palabras y conceptos. Cuanto más sugerentes sean estas palabras, más sutil será nuestra comprensión. La forma gráfica, para ser definida y analizada, no puede prescindir de su modo de producción, ya que es consecuencia de un instrumento, un medio y un movimiento.

Un grupo grande, alrededor de doscientos alumnos, suele ser nuestro taller de Morfología I. Nuestras primeras prácticas apuntan a crear un acceso sinestésico (una sensación común a más de un sentido) de la forma visual; operar como si fuera también, por ejemplo, un problema del tacto o del oído. Las categorías de rígido, sinuoso, textural, compacto, filoso, blando, activan un haz de sensaciones, una metáfora más rica y plena de lo que vemos. Es necesario, entonces, un viaje al interior de lo visible, inspecciones cada vez más afinadas para detectar sus moléculas gráficas. El destino de esta búsqueda es la grafía, el sonido visual en su versión más pura. Es conectar el instrumento gráfico con los movimientos, el efecto con la causa: la forma se propone así como un proceso dinámico, del cual se «editan» sólo los momentos más interesantes.















Diversos ejemplos de los resultados gráficos realizados durante los cinco años del primer nivel de Morfología.

1 Sonido visual.
2 Caja de trasparencias.
3 Naipes.
4 Cifras.
5 Relato visual.
6 Señales.

papel CREATOR SILK 135 g/m² | TORRASPAPEL

PROFESOR TITULAR **Enrique Longinotti**

La materia Morfología es anual y forma parte del primer y segundo año de la carrera de Diseño Gráfico de la FADU-UBA. La cátedra Longinotti nace en 1996 y continúa trabajando en la actualidad. El equipo docente está integrado por: Elisa Strada, María Delia Lozupone, Romina Urfeig, Matías Vigliano, Mariel Pujol, Rocío Gonzáles, Ana Wingeyer, Leticia Churba, Mariano Rodríguez, Jimena Guida, Paula Petroni, Valeria Maculan, Gabriela Spinetto, Mauro Pizzolato, Yanina Szarkowicz y Yamila Kliczkowsky.

Los procesamientos mecánicos de estas huellas a través de *zooms* progresivos, fragmentaciones, reencuadres, permiten el ingreso de lo no intencional, lo no previsto; es contar con el azar, aprovechar su sorpresa, como una lógica oculta que espera ser descubierta. Entendemos a la forma como un saber hacer y un saber decidir. En ese sentido, lo gráfico no preexiste sino que es a medida que se hace.



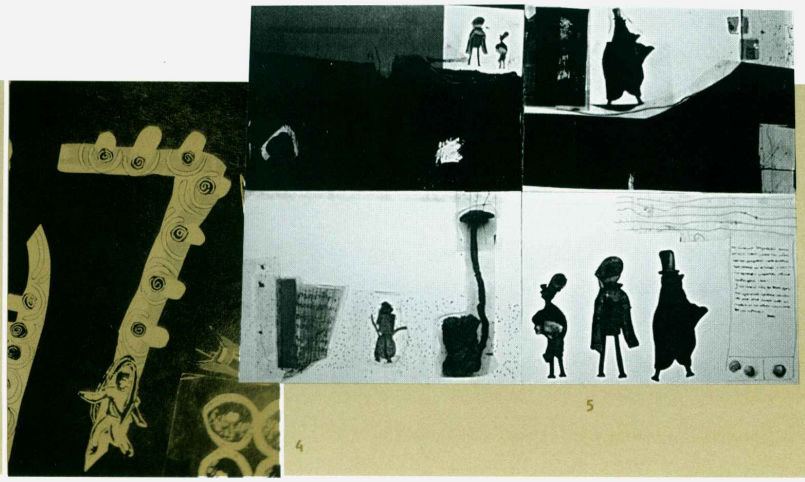
Concebimos nuestra materia como un *workshop* constante. Cada clase –cada encuentro– es una puesta en marcha de un proceso de ideación y concreción lo más intenso posible. Una condición natural de lo dinámico es precisamente que debe permanecer en movimiento hasta encontrar su manifestación adecuada. Así, no parece haber ninguna diferencia entre procesos y resultados, siendo ambos cortes de una totalidad.

DEL RUIDO AL ICONO. La experiencia del taller abarca temáticas progresivas que culminan con la manipulación y producción de imágenes. En todas las experiencias, los significados quedan en suspenso. Nos interesa sobre todo la dimensión sintáctica de los procesos, porque el objetivo es aprender a proponer y desarrollar un lenguaje gráfico. La precisión de las decisiones vuelve interesante un material incierto pero rico. Los medios mecánicos y digitales permiten la profusión, la prueba constante, la existencia de estadios intermedios. La nueva práctica proyectual consiste en editar, es decir, elegir y volver a proponer unidades de sentido. A veces este sentido conduce a la imagen. Desde nuestro punto de vista, la creación de imágenes es un campo fértil para la elaboración final y compleja de un lenguaje gráfico que se «pone a prueba» en el icono. La carga semántica que parece inevitable en las imágenes es destruida para potenciar los juegos de lenguaje. No nos interesa el mensaje sino, en todo caso, comprobar que el juego sintáctico produce un excedente semántico, y ésta es la verdadera esencia de la retórica visual. Además, sabemos que las imágenes envejecen por lo que significan, pero perduran por la energía y la sutileza de sus juegos formales.

La producción de imágenes es una oportunidad para proponer una didáctica de la mirada. El hincapié en el mirar desplaza a la representación como retrato. No se trata de «dibujar» sino de construir una superficie visual que funcione como icono, un ensamblado de estímulos que figuran un posible (y probablemente desconocido) significado. El re-uso de fragmentos de otras imágenes y las tomas fotográficas experimentales nos aportan el material necesario para operar a una distancia suficiente del ilustrador, entendiendo que el diseñador hace uso de las imágenes, las hace formar parte de una estrategia comunicativa sin por eso ser su «autor», una noción más allegada al mundo del arte que al del diseño.

Un aspecto clave es la concreción de programas de piezas, en los que se ponen en escena y en cuestión los alcances de éstos. Un programa es de alguna manera una estructura de parentescos, una decisión global que rige no sólo la pertenencia de cada elemento a la totalidad sino también, y esto es más interesante, la generación misma de esos elementos. Un programa es, desde el punto de vista del estudio de la forma, la proyectación progresiva de un conjunto. Diseñar estados de la forma bajo la idea de programa permite ver cómo operan las decisiones parciales entre sí y a nivel del sentido visual que las unifica.

Finalmente, una nota sobre la tremenda energía de los alumnos de la carrera, la capacidad de actuar como parte de un taller masivo que ofrece la inusual oportunidad de pensar, hacer y evaluar en un contexto estimulante y competente, en el que hay decenas de ideas en flujo y cientos de posibilidades de acierto y gratificación. En estas condiciones se desarrolla nuestra experiencia docente, de la cual, por supuesto, somos los primeros en aprender.



4





5

6

Ser periodista

«Me gustan la política y las montañas; la economía y el jazz; la historia y la Fórmula 1; los viajes en tren y la mitología griega. Y, además, escribir sobre todo eso. No tenía más remedio que ser periodista. Mi nombre es Germán Sopeña y cargo con la responsabilidad de muchos textos escritos sobre esos y otros temas en más de 30 años de trabajo ininterrumpido como periodista.»

CARLOS FRESCO

Así se definió a sí mismo como profesional. Con esa claridad y precisión, como cuando escribía o disertaba. Pero, ¿qué temas no le gustaban a Germán? Creo que ninguno dejaba de gustarle o, por lo menos, no le pasaban inadvertidos.

Lo conocí en la revista *Corsa*; él tenía 19 años. Había escrito una carta para ofrecerse como redactor. En ella supo Raúl Burzaco, director y fundador de la publicación, descubrir la valía del postulante a pesar de su temprana edad. Fue el líder natural de ese grupo juvenil, por momentos irreverente, de redactores que imprimió definitivamente ese «tono despeinado» a esa revista de automovilismo que marcó todo un estilo.

Ya en ese tiempo Germán traía bajo el brazo sus gustos bien definidos por distintas especialidades. Desde chico saboreaba de manera especial los viajes en tren. «Cierren las persianas y pongan una toalla encima para que no entre tierra. La orden de mi madre en un camarote del vagón dormitorio del tren Sierras Grandes, rumbo a Villa Dolores, Córdoba, en una noche de verano de los años cincuenta, era una expresión repetida en aquellos inolvidables viajes en tren por el país... y el colmo del placer ferroviario de la época era ver y escuchar las máquinas de vapor cuando se hacían los tradicionales recambios en puntos clave como Junín, Rufino o Villa Mercedes.» Así contó el inicio de su inclinación por los ferrocarriles.

En aquella vieja redacción de *Corsa* compartimos muchas inquietudes, y no dejábamos de mantener permanentemente el debate político-económico sobre nuestro país en las épocas turbulentas. En ese tiempo, comenzó sus estudios de ciencias políticas en la Universidad de El Salvador. Su agudeza en el raciocinio, su fenomenal velocidad de lectura y comprensión de textos se pusieron de manifiesto, y en poco tiempo obtuvo la licenciatura.

Su espíritu independiente y pionero nos empujó a sacar fotos en las carreras. Decía, con acierto, que nadie mejor que el redactor para fotografiar el detalle, la acción o el momento justo de la definición, ya que creía que el redactor ve con otros ojos y obtiene el material necesario para ilustrar su texto.

No conocía el cansancio, y ni el hambre ni el frío fueron impedimentos para que terminara rápidamente su tarea. Cuando se corrían las 24 horas de Le Mans, Sopeña viajaba desde París en tren, sacaba fotos de la largada y de las primeras vueltas. Una vez que tenía la imagen de todos los participantes, volvía en tren a París y llegaba al aeropuerto para buscar un pasajero que viajara a Buenos Aires dispuesto a traer un sobre con los rollos fotográficos. Desde allí me llamaba por teléfono y me daba la descripción del pasajero para esperarlo en Ezeiza. Germán volvía en tren a Le Mans y llegaba para ver la última parte de la carrera. Finalizada ésta, escribía la nota en el télex, que recibíamos en la editorial. De esta manera *Corsa* salía el lunes con la nota y las fotos de la carrera, adelantándose a todos los medios que utilizaban telefotos de agencias. No conocí a ningún otro periodista que hiciera semejante esfuerzo para orgullo de una publicación.

Sus padres le transmitieron la pasión por la música y por los animales, la naturaleza. Su madre era profesora de música y pianista, su padre, jefe de veterinarios del Jardín Zoológico. Cuando nacían algunos animales que requerían un cuidado especial los llevaba a su casa para criarlos. Por eso no era extraño cuando íbamos a su casa que al abrir la puerta apareciera un cachorrito de león y atrás un monito que hacía piruetas. Su padre, sentado al piano, supo reunir a los amigos de Germán en improvisadas orquestas de jazz junto a él, que tocaba la guitarra y cuya ejecución perfeccionó bajo la tutela de Oscar Alemán.

La estética y el diseño no escaparon a su aguda mirada. De gusto refinado, era un crítico permanente de la diagramación de diarios y revistas, siempre buscando la limpieza y claridad en el diseño para facilitar la lectura. Teníamos largas tertulias acerca de la pureza en las líneas de los autos, sobre todo deportivos, de época, y en especial de los aviones y las locomotoras de vapor.

Era secretario de redacción de *Corsa* cuando pasó a trabajar como jefe de redacción de la revista *Panorama Mensual*. De allí fue a Europa, donde estuvo como corresponsal de Editorial Abril hasta 1984. Fue director de *Siete Días* y luego jefe de redacción del diario *Tiempo Argentino*.

En 1986 ingresó en *La Nación*, donde comenzó redactando notas de investigación; poco después ocupaba la jefatura de la sección economía. Cumpliendo largas jornadas, supo tener el tiempo necesario para continuar con sus grandes pasiones: los viajes, la trayectoria del Perito Moreno, competir en las Mille Miglia con autos de época, dar conferencias, escribir sus libros *La libertad es un tren* y *La patagonia blanca*, y la serie de notas que atrapaban a los lectores de *La Nación*.

Es éste un mínimo y desordenado recuerdo que permanentemente me asalta de este querido amigo, compañero y jefe con el que compartí tantas cosas. Un hombre muy especial, con profundos sentimientos, aunque tratara de ocultarlos. Que ya no tendremos más a nuestro lado. Al tomar conciencia de esto se anuda la garganta, se siente esa pérdida irreparable y las lágrimas traicioneras lo delatan.

tpG es una publicación producida por Fontana diseño
Viamonte 454, 6° 12,
C1053ABJ Buenos Aires, Argentina
TEL. (54 11) 4311 1568
FAX (54 11) 4311 6797
info@tipografica.com
http://www.tipografica.com

DIRECTOR
Rubén Fontana
Miembro de la Asociación Tipográfica Internacional (ATypI)

DISEÑADOR ASOCIADO
Pablo Fontana

SECRETARIA DE REDACCIÓN
Marta Almeida

DISEÑO GRÁFICO
Lucas D'Amore

COMERCIALIZACIÓN
Fabiana Andreatta

PARTICIPACIÓN EDITORIAL
Soledad Fontana
Zalma Jalluf

ASISTENTE
Esteban Ramírez

PÁGINA WEB
(bi)gital»

COLABORADORES
Mariano del Aguila HECHO A MANO
Caligrafos de la Cruz del Sur AGENDA
Griselda Flesler ARCHIVO
María Eugenia Roballos CALIGRÁFICA
Silvina Rodríguez CONTEXTO
Alejandro Ros NOVAGRÁFICA

COLABORAN EN ESTE NÚMERO
Fernando Carballo
Carlos Fresco
Marcelo García Sellart
Enrique Longinotti
Lucas López
Nadine Youssefian

CORRECCIÓN DE TEXTOS
Marta Castro

TRADUCCIÓN AL INGLÉS
Peggy Jones / Betty Schmoller

FOTO DE TAPA
Nicolás de la Fuente

FOTOGRAFÍA
Celeste Arroquy
Laura Escobar

CORRESPONSALES
Silvia Fernández
La Plata (Argentina)
Pablo Cosgaya
Rosario (Argentina)
Hugo Kovadloff
San Pablo (Brasil)
Félix Beltrán
México DF (México)
Diego Vainesman
Nueva York (Estados Unidos)
Norberto Chaves / Oriol Pibernat
Barcelona (España)

ASESOR COMERCIAL
Juan Carrère

PUBLICIDAD
Noemí Herzovich
TEL. (011) 4311 1568

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de *tpG* y los editores no asumen responsabilidad alguna por su contenido y/o autoría.

MOVICOM
BELLSOUTH

Distribución en la Argentina *tpG*
Viamonte 454, 6° 12
C1053ABJ Buenos Aires
TEL. (54 11) 4311 1568
FAX (54 11) 4311 6797
Librería Técnica
CP67 BUENOS AIRES
TEL. (011) 4314 6303
Librería Documenta BUENOS AIRES
TEL. (011) 4325 8218
Tower Records BUENOS AIRES
Av. Cabildo 2082
Av. Santa Fe 1883
Florida 770
Vicente López 2050
Av. Panamericana Km 50, Ramal 4 (Pilar)
Ediciones Universo / La U de Palermo BUENOS AIRES
TEL. (011) 4961 7298/7308
4963 2458
Fundación Universidad de Belgrano BUENOS AIRES
Zabala 1851, piso 12
Clásica y Moderna BUENOS AIRES
Callao 892
Asunto Impreso / Editorial La Marca BUENOS AIRES
TEL. (011) 4383 6262
Pastorino, Steirensis y Cabrera BUENOS AIRES
Chile 1165
Speed Graf BUENOS AIRES
TEL. (011) 4963 8405
FAUDE Luis Raimundi LA PLATA
TEL. (0221) 427 0996
Oben LA PLATA
TEL. (0221) 482 4016
Atelier Libros LA PLATA
Diagonal 78 680
Facultad de Bellas Artes
Esc. Superior de Artes Visuales BAHÍA BLANCA
Zapiola 247
Ricardo Landa MAR DEL PLATA
TEL. (0223) 494 7903
Instituto Aguas de la Cañada CÓRDOBA
TEL. (0351) 424 5407
El Emporio Libros CÓRDOBA
TEL. (0351) 424 5591
Color Jet CHACO
TEL. (03722) 436898
Color Jet CORRIENTES
TEL. (03783) 425329
Cecilia Iuvaro MENDOZA
TEL. (0261) 425 9245
Ana Garabito SAN LUIS
TEL. (02657) 422316
La Librería SAN LUIS
TEL. (02657) 427100

Se permite la reproducción total o parcial del material de esta publicación que no lleve el signo © (copyright), siempre que se cite el nombre de la fuente (revista *tpG*), el número del que ha sido tomado y el nombre del autor. Se ruega enviar 3 ejemplares de la publicación de dicho material.

La tipografía utilizada para la composición de esta revista es **Fontana tpG** en sus variables: clara o, media o, media 4, oscura 4, oscura 6, oscura 8, y versiones itálicas y versalitas.

La tapa se imprime sobre CREATOR SILK 225 g/m², los avisos publicitarios sobre CREATOR GLOSS 115 g/m² y el cupón de suscripción sobre CREATOR IVORY 170 g/m². Distribuidor: TORRASPAPEL

Películas: Centro Gráfica
Impresión: AGI
Impreso en la Argentina

Registro de propiedad intelectual
N° 82.915
ISSN 0328-7777

COMITÉ ASESOR

Félix Beltrán México
Gui Bonsiepe Florianópolis
Victor Margolin Chicago
Norberto Chaves Barcelona
Alexa Nosal Nueva York
Lou Dorfsman Nueva York
Jérôme Peignot París
Jorge Frascara Edmonton
Martin Solomon Nueva York

tipoGráfica
Revista de diseño
número 48
AÑO XV
julio
agosto
septiembre
de 2001
Buenos Aires
Argentina

editorial

RUBÉN FONTANA

«... Como el aire, como el agua, como el conocimiento mismo, como las ideas, la tipografía es un bien social que iguala posibilidades entre la gente. Un verdadero patrimonio de la humanidad.»

Así planteado, como un valor máximo, es bueno tener en cuenta que la única protección que tiene este bien recae en la responsabilidad individual del que asume diariamente la tarea de optimizar los detalles estructurales de la letra: el diseñador de tipografías.

En esa cotidiana tarea trabaja sobre la intimidad de los signos, sobre aspectos que antes que él transitaron quizá miles de otros tipógrafos en el mundo, hallar la alquimia, el secreto de la forma, que permita contar a través del vehículo de la letra, el discurso del hombre.

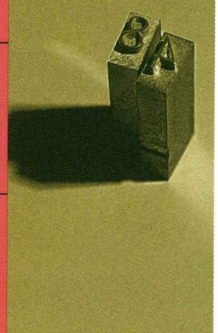
Porque en última instancia la tipografía vale por su forma, pero antes vale por cómo y para qué fue concebida, cuáles fueron los motivos que contribuyeron a su generación, qué es lo que la distingue en relación con otras propuestas y otros muchos motivos que anteceden al resultado.

Pero también vale por cómo se la utiliza.

Y en esta cadena de responsabilidades de los que trabajamos para intentar la máxima calidad de un texto es donde comienza a tener incidencia la participación de los otros actores, los que ponen a prueba los signos tipográficos en la tarea cotidiana, los que realizan la selección y aplicación de la letra en su subordinación al mensaje.

Es básicamente allí donde es necesario producir un salto cualitativo.

Cuando los saberes de la tipografía sean más conocidos y universales entre los consumidores, habrán avanzado significativamente el diseño y la calidad del mensaje.





SUMNER STONE

Es uno de los principales referentes de la actualidad en tipografía digital. Ha sido director de Tipografía de Adobe y miembro fundador de Stone Type Foundry Inc., con una amplia y reconocida experiencia en el diseño de familias tipográficas.

Las bases son el principio constructivo de todas las cosas. Esta familia tipográfica se funda en el origen escritural, utilizando referencias de un pasado remoto.



1



2



3

1. Ampliación del boceto en lápiz de la «S» de Basalt que aparece en la ilustración 5.
2. Ampliación del dibujo formal en lápiz que aparece en la ilustración 9.
3. Ampliación del dibujo en tinta para la «S» de Basalt.

En la escuela primaria nuestra iniciación en la escritura se hacía a través del dibujo de «círculos y palotes». Este aprendizaje comenzaba con la práctica de letras mayúsculas y continuaba después con las minúsculas. Mediante grandes caracteres de unos treinta centímetros de alto, pegados sobre el pizarrón a modo de ejemplo, aprendíamos la escritura. En esa época me agradaban esas letras porque me parecían directas y sin complicaciones.

Cuando mis hijos asistieron a la escuela, tuve la oportunidad de volver a ver letras en un aula, y estos caracteres con los que ellos aprendían se veían horribles. Mi actitud crítica se debe a que pasé mi vida adulta haciendo y estudiando caracteres, y supongo que debía comprender esta sensación sin sorprenderme. Sin embargo, comencé a pensar en qué habría sucedido si de niño hubiese visto, como modelo del alfabeto, letras hermosas sobre el pizarrón. Me pregunté, entonces, cómo serían estas letras y cuál sería su forma ideal.

Pensé en diseñar letras para que los niños pudieran aprender. Hice algunos bocetos (ilustraciones 5 y 6), pero sabía que esto era poco realista. Uno debe hacer algo más que diseñar un alfabeto. Es imprescindible pensar en un programa, un libro o un sistema. Aun así, ello es sólo el comienzo. Creo que resulta necesario reeducar y trabajar para quienes enseñan la escritura, pero éste nunca fue el sentido de mis propósitos.

Estaba al tanto de un sistema muy eficaz para la enseñanza de la escritura. Mucho después de mi formación inicial, estudié caligrafía con Lloyd Reynolds en mi paso por el Reed College. El sistema que él utilizaba para la enseñanza de la escritura itálica se basaba en el que Alfred Fairbank desarrolló para sus libros, un método cuyas raíces provenían del Renacimiento italiano. Las letras que proponía se basaban en una interpretación de la carolingia en el estilo cursivo de los eruditos humanistas italianos.[1]

El lápiz, según Fairbank, resulta un buen instrumento para los niños en la primera etapa del aprendizaje de la escritura, ya que es una herramienta de punta afilada que sirve en los comienzos. Más adelante estarán preparados para utilizar la punta cuadrada.

Cuando aprendí la escritura itálica con Reynolds, comenzábamos con la pluma de punta cuadrada, salteando por completo la etapa previa de escritura con lápiz. La explicación consistía en que nosotros éramos estudiantes universitarios y el lápiz estaba destinado a

Basalt

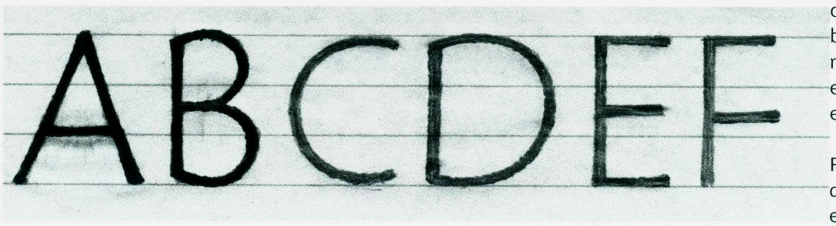
UNA SANSERIF PARA LA SEÑALIZACIÓN

ABCDEFGHIJKLM
ABCDEFGHIJKLM

4 Ejemplo de las tipografías ITC Stone Serif Medium e ITC Stone Sans Medium.

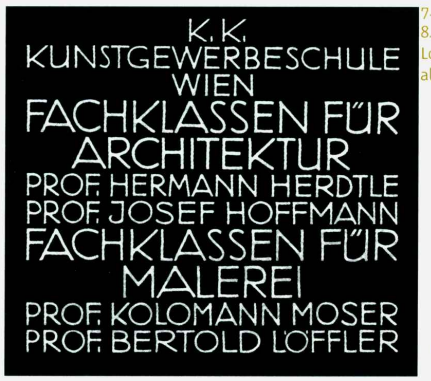


5



6

5 Primeros bocetos de Basalt realizados entre 1994 y 1996 con lápiz número 2 sobre papel rayado en azul.
6 Más bocetos iniciales de Basalt realizados durante el mismo período. Éstos son más formales y de mayor tamaño. Se utilizaron papel y lápiz similares. Tamaño real.



7



8

7. Diseño de letras realizado por Rudolf von Larisch.
8. Diseño de letras para el libro 3:16, de Donald Knuth. Los caracteres fueron dibujados en Adobe Illustrator alrededor de 1988.

los niños. Seguramente, Reynolds conocía bien a sus alumnos, ya que para entonces les habría enseñado a cientos, quizás a miles, de estudiantes universitarios. Es innegable que las formas sombreadas producidas por la pluma de punta cuadrada tienen un atractivo mayor, pero también supongo que Reynolds quería alejar la escritura del contexto del bolígrafo, porque era un instrumento que aborrecía. Él criticaba duramente el sistema de escritura que se enseñaba en las escuelas estadounidenses.

Pese a que mi formación se basó en el método de Reynolds, a medida que me introducía en el estudio de las letras, una y otra vez volvía a la idea de las formas simples, monolineales, como un aspecto fundamental del diseño de letras en sus diferentes niveles.

El austríaco Rudolf von Larisch, al igual que Edward Johnston, era maestro de caligrafía y creación de letras a principios del siglo XX.[2] Su sistema de enseñanza, con el que me familiaricé rápidamente, comenzaba a partir de las letras monolineales. En las primeras etapas del aprendizaje de la caligrafía, el énfasis estaba puesto en las formales capitales romanas. Según el programa desarrollado en su libro, consideraba necesario realizar diversos ejercicios con herramientas de puntas afiladas o redondas, antes de pasar a la pluma de punta cuadrada.

El sistema me gustó y lo adopté como método de enseñanza de la caligrafía. Tanto en la pedagogía de Fairbank como en la de Von Larisch, la forma monolineal constituye la primera etapa en el aprendizaje de letras cuyo objetivo final es el trazado de letras formales con una pluma de punta cuadrada. En el caso de Von Larisch, sin embargo, la capacitación en el trazo de formas monolineales es tan fuerte que se extiende a su trabajo más formal *(ilustración 7)*.

Mi fascinación por las formas monolineales es de larga data. A fines de la década del 70, después de adentrarme en el lenguaje de la computación, pasé algún tiempo trabajando en un programa que utilizaba esqueletos monolineales como punto de partida en la generación de formas más complejas, con las variaciones de finos y gruesos que se ven en los caracteres tipográficos.[3]

A mediados de la década del 80, diseñé la familia de tipografías Stone *(véase nota en tipoGráfica número 47, p. 22)* como parte de

un proyecto que consistió en hacer una tipografía sanserif con la misma estructura subyacente, el mismo esqueleto de la tipografía serif (ilustración 4).[4]

A fines de la década del 80, ya utilizaba formas sanserif para diseñar letras, y un ejemplo de ello es una cita de la Biblia que diseñé para un libro de Donald Knuth (ilustración 8).

Estaba realmente interesado en hacer una tipografía, sin pensar un sistema de enseñanza para la escritura o la creación de letras. Mi propósito era que las letras tuvieran formas prácticas y fueran sumamente legibles; por este motivo comencé con el diseño de Basalt (ilustraciones 1 a 3 y 9 a 14).

Pensé en Basalt como en una utopía, y su aspecto más importante fue concebir una tipografía sanserif en sí misma. Los orígenes de la sanserif están envueltos en el misterio. En la Grecia clásica, la letra monolineal formaba parte de la cultura general, pero ocupaba un lugar menor en la tradición romana. En el Medievo, sin embargo, se perdió en la historia, para reaparecer fugazmente durante el Renacimiento, y después permaneció inactiva. En los comienzos del siglo XIX reapareció como parte de una serie de experimentos realizados en el diseño de alfabetos impulsados por la industria de la publicidad.

Las circunstancias de su regreso a la historia son confusas. La sanserif, en su origen, podría haber sido un tipo egipcio al que se le eliminaron las serifas. En esa época se la conocía con distintos nombres, tales como *gótica* o *grotesca*. Sin embargo, el que más ha persistido fue el nombre francés *sans serif* (sin serifa). Se la conoce por lo que le falta, es una letra humilde.

Las obras de Homero, Platón y Esquilo fueron escritas originalmente en alfabetos griegos sanserif, aunque actualmente el palo seco no es la letra favorita de la literatura. Pero sí es, en su historia más reciente, un estilo importante en el ámbito del comercio y la administración.

La historia de la sanserif en los últimos doscientos años podría pensarse como la historia «de la pobreza a la riqueza», y creo que no sería errado llamar al siglo XX el siglo de la sanserif. La presencia de la serif y la sans en las computadoras en condiciones de igualdad puede ser un buen ejemplo.

Gracias a su éxito, no es sorprendente que el diseño de nuevas sanserif sea una actividad popular. Sin conocer el número exacto, parecería que en los últimos diez años se diseñaron más tipografías sans que en los primeros noventa.

Debido a su historia con altibajos, se produjo una cierta tensión entre las versiones sanserif del siglo XIX y las del pasado clásico lejano. Diseñadores de tipos sensibles a la historia de las letras deben haber sentido esta falta de continuidad a lo largo del siglo XX. El deseo

SUMNER STONE

Tiene una amplia trayectoria como diseñador de tipos. Es matemático, calígrafo, diseñador gráfico y docente. Su educación en las artes gráficas comenzó cuando estudió caligrafía con Lloyd Reynolds en el Reed College Portland, Oregon. Ha enseñado tipografía, creación de letras y diseño tipográfico en distintas instituciones. Ha escrito numerosas obras, como On Stone, the Art and Use of Typography on the Personal Computer (Sobre Stone, arte y uso de la tipografía en la computadora personal), *San Francisco, Bedford Arts, 1991, y ha ofrecido un sinnúmero de conferencias en el ámbito de la tipografía y el diseño.*

A él pertenece la firma Stone Type Foundry Inc., en Guinda, California. Es diseñador de las familias tipográficas ITC *Stone, Stone Print, Silica, Cycles, Arepo y Basalt. Fue director de arte y uno de los diseñadores de la premiada* ITC *Bodoni. Entre 1984 y 1989 fue director de Tipografía de Adobe Systems, Inc., en Mountain View, California, donde creó y desarrolló el programa tipográfico de Adobe, incluyendo los Adobe Originals.*



9 Algunos de los dibujos formales realizados en 1996 para Basalt. Se utilizó lápiz sobre material plástico de dibujo. Tamaño real.



10 Dibujos formales en lápiz realizados en 1996 para Basalt. Se utilizó lápiz sobre material plástico de dibujo.

de reinstaurarla en la cultura actual de tradición occidental se está concretando. Varios diseñadores han asumido el desafío de hacerlo. El alfabeto de Edward Johnston para el Underground Railway, el Futura de Paul Renner y el Kabel de Rudolf Koch son ejemplos de los intentos realizados a comienzos del siglo XX por integrar las formas clásicas al legado de la sanserif del siglo XIX. La Optima de Hermann Zapf, la Syntax de Hans E. Meier y la Frutiger de Adrian Frutiger son los ejemplos más recientes de tipografías sans en los que hay influencias clásicas importantes *(ilustración 15)*.

Es interesante observar la variedad de diferentes signos en los ejemplos mencionados. No existe un canon para las sanserif, a diferencia de las formas serif que siguieron el modelo de las inscripciones epigráficas de la Roma imperial durante el Renacimiento y la época moderna. El problema de crear uno se asemeja al que tuvo que enfrentar Virgilio al crear la historia mitológica de Roma.

Otro aspecto de mi sueño acerca de Basalt fue crear un tipo palo seco de estilo romano clásico. Por ello, como la *Eneida* de Virgilio, también sería una ficción. Me ilusionaba la idea de que Basalt fuera la compañera sanserif de la epigráfica romana formal, similar a la utilizada en la tumba de Caecilia Metalla *(ilustración 16)*. Si los romanos hubieran utilizado computadoras, la Metalla y la Basalt habrían estado en todas las pantallas.

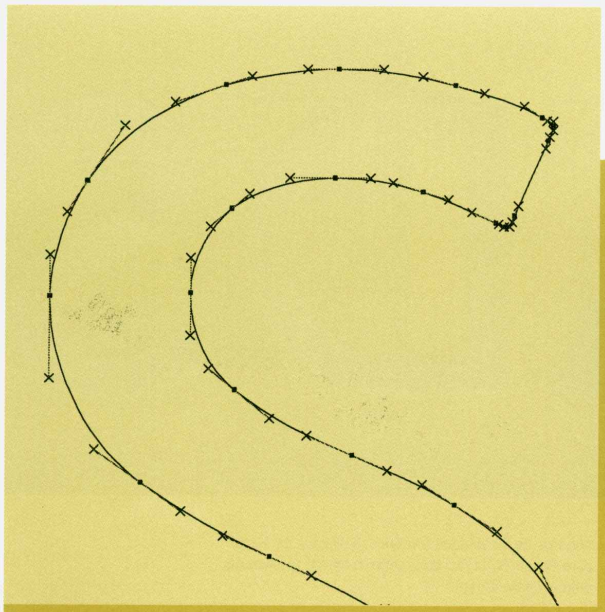
Lo cierto es que Basalt es una fuente dibujada en el siglo XX con lápiz y digitalizada para su utilización en las computadoras personales actuales. El propósito para el que fue creada es la señalización o, para utilizar una denominación más general empleada por Armando Petrucci, la vía pública.[5]

Hay muy pocas tipografías sanserif diseñadas especialmente para la señalización; ya he mencionado los casos de las tipografías Frutiger y Johnston. La más reciente es la de Jean-François Porchez, para el Métro de París. Basalt se aplicó y utilizó por primera vez en la señalización de las bibliotecas en la Universidad de Stanford *(ilustración 17)*.

Desde que Reynolds me llevara a la «obsesión por las letras», observé con detenimiento los caracteres utilizados para la señalización, pero el proyecto para las bibliotecas aguzó aun más mi percepción.

Por su forma, las tipografías pueden dividirse en dos grupos: con serifas y sin ellas *(si bien no abarcan a todos los caracteres, comprenden la mayoría)*. Los tipógrafos también las dividen, en relación con su función, en las categorías texto y display. En la primera categoría, el objetivo es transmitir el mensaje con la menor interferencia posible. Los caracteres deben resultar invisibles para el lector promedio. Lo más importante es la legibilidad.

En la variedad display el objetivo es diferente.



11 Puntos de digitalización de la «S» de Basalt.



12 Impresión láser de Basalt.

13

ABCDE



14

Lo que se intenta es atraer la atención. El impacto visual de los caracteres constituye una parte importante del mensaje. La mayoría de las nuevas tipografías pertenece a esta categoría. Son tipos cuya finalidad es atraer la atención. Con frecuencia se los utiliza para crear un clima o tono particular, es decir, cautivar al lector desde su atractivo visual.

Para mí, la señalización óptima es la que requiere tipos de texto, tal como la señalización de calles, señales de orientación o de información, recordatorios, inscripciones y dedicatorias. Éstos son ejemplos claros del diseño de letras para vía pública.

Los sistemas de señalización de espacios públicos, como edificios, ciudades universitarias, parques, autopistas, etc., se producen por una subserie distinta de la utilizada en la industria gráfica. La función es aquí fundamental y la claridad pasa a ser primordial; se trata de un asunto serio. Hay cuestiones reales en juego; sería muy distinto perderse que llegar a destino. Uno de mis sistemas preferidos de señalización es el utilizado en las montañas de Sierra Nevada, California, donde para un cartel, sobrevivir al invierno es un logro significativo. Este tipo de carteles consiste en una plancha de acero en la que las letras se cortan con soplete.

Quizás el serio mundo de la señalización no parece ser un lugar propicio para los sueños. Aunque Basalt se haya inspirado en letras imaginarias, desde el principio fue pensada como una herramienta útil para los diseñadores.

Al diseñar esta tipografía, tuve presentes diversas cuestiones funcionales. La primera fue el tema de la escala. Es preferible poder leer un cartel tanto de lejos como de cerca. La lectura que podemos hacer del material impreso no

13 Ejemplo de la tipografía Basalt compuesta en un cuerpo de 148 puntos.
14 Dibujos en tinta basados en los dibujos formales en lápiz realizados para la tipografía Basalt. 68 % del tamaño real.

ABCDEFGHIJKLM

ABCDEFGHIJKLM

ABCDEFGHIJKLM

ABCDEFGHIJKLM

ABCDEFGHIJKLM

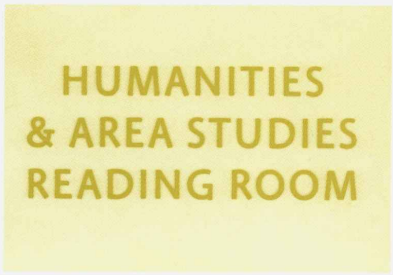
ABCDEFGHIJKLM

ABCDEFGHIJKLM

15 Muestras de las tipografías Johnston, Futura, Kabel, Optima, Syntax, Frutiger y Basalt.



16



17

16 Inscripción sobre la tumba de Caecilia Metalla en la Via Appia, a cinco kilómetros de Roma. Perteneciente al período del reino de Augusto a fines del siglo I a.C.
17 Un cartel en la nueva ala occidental de la Biblioteca Cecil H. Green, en la Universidad de Stanford. Esta ilustración representa la forma condensada de Basalt.

suele ocuparse de este aspecto. La longitud de distancia de lectura es estrecha en comparación con el cartel. La distancia de lectura es importante debido a su efecto sobre el tamaño relativo. Cuanto más lejos está el observador, tanto más pequeñas aparecen las letras. El lector percibe una letra de unos diez centímetros de alto como un carácter de cuerpo seis cuando la observa desde la distancia apropiada, de modo que en ciertos aspectos el problema es análogo al que enfrenta el diseño de una tipografía utilizada exclusivamente en cuerpos pequeños, por ejemplo, la empleada en la guía telefónica o en los avisos clasificados del diario.

No obstante, estas letras únicamente se observan en tamaño pequeño. No será fundamental que al ampliarse se vean feas o desproporcionadas. En el caso de la señalización, sin embargo, también serán observadas en tamaño grande y, en caso de que resulten feas o desproporcionadas, pueden causar una distracción similar a la que producen las que son demasiado hermosas o tienen formas caprichosas. Las letras utilizadas en señalización deben ser neutrales, legibles, y responder a un amplio rango de tamaños *(*ilustraciones 20 y 21*)*.

Digitalicé algunas letras, después de hacer unos dibujos con lápiz, y así comencé a diseñar carteles de prueba. Los distribuí por las calles de la ciudad, los colgué y los miré desde distintas distancias.

Me pareció que los pesos normales de las tipos sanserif diseñadas para impresión eran demasiado ligeros en función de la legibilidad máxima cuando el cuerpo relativo de las letras era pequeño. El color negro, o aun seminegro, suele ser excesivamente fuerte. Esto se corresponde con la idea convencional sobre el diseño de tipos para tamaños pequeños. Basalt es, entonces, un tanto más pesada que un color regular o normal.

También comprobé que el ancho de caja de las letras puede variar en cierto grado sin que ello perjudique la legibilidad. Comencé a pensar que una versión más angosta de Basalt podría resultar ventajosa y dibujé una variante ligeramente más condensada. No utilicé las normas convencionales de condensación, según las cuales cada forma es más angosta, manteniendo aproximadamente la misma proporción. No quería que el alfabeto modificado pareciera condensado, ya que podría utilizarse junto a las formas anchas sin que los signos parecieran apretados o conspicuos *(*ilustración 23*)*.

Otra característica de la tipografía Basalt es la terminación en ángulo recto a la dirección del trazo y no en ángulo recto a la línea de escritura. Esta perspectiva fue utilizada por Hans E. Meier en el diseño de la Syntax, y la adoptê para la tipografía Stone Sans *(*ilustración 22*)*. Este rasgo es, de alguna manera, estilístico, pero creo que también favorece la legibilidad de todas las mayúsculas en cuerpos relativamente pequeños.

Durante 1996 llevé a cabo la mayor parte de los dibujos de Basalt. El estudio exhaustivo de las inscripciones que realicé luego en la Tosca-



18

18. Signos latinos en una tableta de bronce del siglo I a.C. Museo Cívico de Gubbi, Umbria. Tabla de Iguvium V, lado B.
19. Inscripción en el patio del Museo Nazionale Romano. Su procedencia es desconocida, aunque probablemente pertenezca a la Roma antigua.



19

20

EARTH
IN A FEW PLACES
ONLY A MINIATURE WHITE MOUTAIN REMAINED
THE BEST STANDING WAS ON SUCH A MOUNTAIN
THE COOL WIND BLEW
AGGRESSIVE HIGH ENERGY
I STOOD IN THE WIND
BILL AND CORKY AND STRANGERS
WATCHED
SILENTLY

20 Basalt compuesta en un cuerpo de 6 puntos.
21 Basalt compuesta en un cuerpo de 60 puntos.

na y en Roma entre 1997 y 1998 fue una experiencia reveladora, ya que encontré ejemplos de letras romanas de palo seco que no conocía. Observé un notable parecido entre estas formas y la Basalt. Mi sueño estaba más cerca de la realidad de lo que había imaginado *(ilustraciones 18 y 19)*. ■

CITAS

[1] Fairbank, Alfred. *A Handwriting Manual*, Faber, Londres, 1978 *(primera edición, Dryad, 1932)*. Véase también Clayton, E. «A History of Learning to Write.» *Handwriting: Everyone's Art*, Museo Ditchling y The Edward Johnston Foundation, Ditchling, 1999.

[2] Von Larisch, Rudolf. *Unterricht in ornamentaler Schrift*, Elfte Veränderte Auflage aus der Österreich. Staatsdrukerei, Viena, 1905, 1934. Johnston, E. *Writing and Illuminating and Lettering*, Hogg, Londres, 1906.

[3] Stone, Sumner. «Hans Eduard Meier's Syntax-Antiqua.» *Fine Print on Type*, Bigelow, Charles, Hayden Duensing, Paul, y Gentry, Linnea *(eds.)*, Bedford Arts, San Francisco, 1989.

[4] Stone, Sumner. *On Stone, The Art and Use of Typography on the Personal Computer*, Bedford Arts, San Francisco, 1991. También publicado como *Typography on the Personal Computer*, Lund Humphries, Londres, 1991.

[5] Petrucci, Armando. *La Scrittura: Ideologia e rappresentazione*. Einaudi, Giulio s.p.a. *(ed.)*, Torino, 1980, 1986. Publicado en inglés como *Public Lettering: Script, Power and Culture*, University of Chicago Press, Chicago, 1993.

MAGMA
GRANITE
OBSIDIAN
BASALT

21

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

22 Muestras de las tipografías Basalt, Stone Sans y Syntax.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890

23 Muestra de Basalt. Las letras más condensadas aparecen en las posiciones del teclado correspondientes a las minúsculas. Hay una sola serie de números.

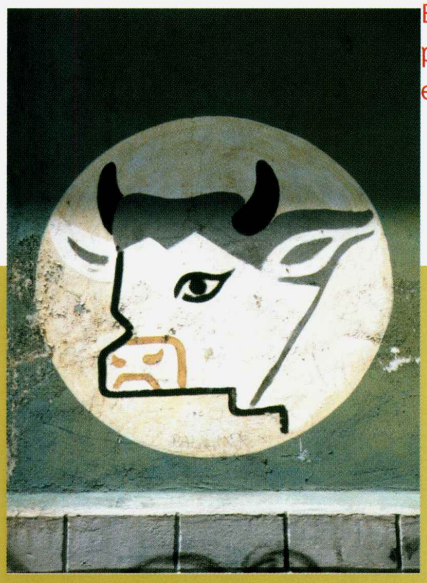


PEPA FONCEA

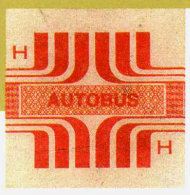
Diseñadora gráfica chilena especializada en el diseño de libros. Fue docente en varias universidades y actualmente es directora de la carrera en la Escuela de Diseño de la Universidad Diego Portales.

La letra chilena

UNA MANIFESTACIÓN POPULAR DE NUESTROS TIEMPOS



El otro diseño habita en los espacios urbanos de las zonas populares. Pese a su denostada posición en el *design profesional*, esta gráfica impone su identidad.



papel CREATOR SILK 135 g/m² / TORRASPAPEL

LARRAÍN, EL PULSO QUE ASOMBRÓ A EUROPA*

Desde Santiago de Chile, a propósito de un proyecto que rescata una expresión de la gráfica popular

Una de las vertientes de nuestra iconografía, si es posible hablar de «patrimonio gráfico», la constituye un mundo de formas y colores, signos y símbolos que circula, nace y muere en forma espontánea en las calles y barrios populares de nuestras ciudades. En oposición a lo culto, podemos hablar de una gráfica popular.

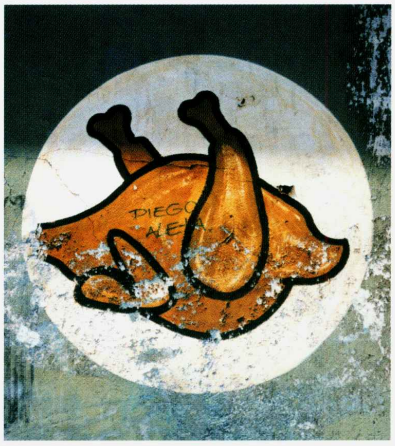
En nuestro campo del diseño recién estamos entendiendo que el *design profesional*, esta joven profesión de comienzos del siglo XX, que tuvo que inventar «todo de nada», es necesariamente reductiva y no abarca, más bien deja afuera, muchas de las manifestaciones de la amplia y diversa cultura gráfica de un pueblo.

Como muestra de «este otro diseño» podemos nombrar piezas como la gráfica ligada al circo, ferias o fiestas nacionales y religiosas, la graficación de valores, billetes, monedas y sellos, los símbolos patrios, los escudos y emblemas de ciudades y pueblos, los galvanos, timbres y condecoraciones, la pintura y colores de la arquitectura popular o de los carretones con caballo.

Tengamos en cuenta, en líneas generales, que no existe buena predisposición a considerar estas muestras como parte del diseño, las manifestaciones editoriales o los diseños de imagen, es decir, las llamadas marcas registradas, surgidas antes de que se instaurara el *design* en las universidades; al menos, esto sucede en Chile.

Entre esta gran diversidad de manifestaciones visuales nos ocuparemos de la gráfica que se recoge en la calle, la de los antiguos boletos de «micros», las coloridas pinturas de números de calles, los letreros de *garages* o carnicerías de pueblo que vinieron a reemplazar al producto en venta que desde siempre se desplegó en las veredas. Es el «otro diseño», bárbaro e incivilizado, relegado a la periferia y al consumo de grupos populares, expresión de «la otra cultura».

La gráfica popular desde nuestra condición de latinoamericanos nos enfrenta a la siempre actual controversia entre la cultura oficial y la cul-













A partir de la relación singular entre los recursos materiales y la riqueza formal de las fachadas, surgen códigos visuales de gran impacto que les permiten a los comercios una rápida identificación.



Pese al desconocimiento técnico de la letra, los «tipógrafos populares» experimentan e improvisan sin miedo al color, al espacio y a las reglas.

tura popular. Entre lo establecido, la norma, y las reales prácticas espontáneas que prevalecen.

También nos enfrenta a la pregunta, que nos hacen jóvenes diseñadores, de por qué el diseño en nuestros países sólo se ha desarrollado teniendo como norte el Norte, es decir, el *design* internacional con sus cánones y apóstoles, y que no tiene una impronta de identidad propia para nosotros.

El problema de dilucidar qué es «lo propio» ha sido desde siempre difícil para nosotros. Ya en 1817 lo decía Bolívar en el *Discurso de Angostura*: «Nosotros ni conservamos vestigios de lo que fue en otro tiempo: no somos europeos, ni somos indios, sino una especie media entre los aborígenes y los españoles. Americanos por nacimiento y europeos por derechos, nos hallamos en el conflicto de disputar a los naturales los títulos de posesión, y mantenernos en el país que nos vio nacer, contra la oposición de los invasores; así nuestro caso es el más extraordinario y complicado».

Lo que nos pasó, todos lo sabemos. Lo culto e ilustrado era y venía de Europa, donde se dictaban las normas. Sobre el tema circula en nuestro medio una anécdota muy ilustrativa: un chileno adinerado –una especie de millonario que aparece en nuestro país como producto del auge de la minería en la segunda mitad del siglo XIX– viaja a París durante la construcción de su *mansión* en Santiago; cuando ve las tendencias de lo que «se llevaba», manda urgente el siguiente telegrama a Santiago: «Detengan la obra. Stop. Boten todo. Stop. Ya no se usa... La moda cambió».

Con el tiempo fueron otros los centros, como los Estados Unidos, los que instauraron sus modelos y su cultura en nuestros países llamados periféricos.

Por el contrario, la gráfica popular no observa ninguna regla, no realiza ni le preocupa ninguna teoría ni pretende tener ningún discurso; es una gráfica que toma prestado y se apropia con desparpajo de cualquier manifestación «novedosa» que circule por ahí, desde las muy recurridas y ya establecidas geometrías del *art déco* (modernismo), los colores del *pop*, un efecto del arte cinético o computacional, los cómics estadounidenses o japoneses, o la gráfica de los ídolos o mascotas de turno. Quizá su persistencia y riqueza se deban a esa capacidad de estar continuamente reinventándose en esta argamasa.

La gráfica popular, expresión de la cultura no oficial, es esencialmente anónima y espontá-





nea, se realiza en la calle y de ahí recoge en forma ecléctica y natural el chiste, la chispa y la sabiduría popular.

En Chile, la que encontramos en las calles, en paredes, letreros, vidrieras y autobuses, se realiza con medios elementales, básicamente con pintura y pincel; es obra de creadores anónimos –letristas, pintores, ilustradores– cuyos logros y estilos pasan de mano en mano, depurados por el tiempo y la técnica. Son dibujos a veces bastante torpes, que cautivan por su ingenuidad y sus inusuales coloridos y que tienen el mérito de ser graficaciones directas y eficientes de una abstracción esencial. Así tenemos una gran variedad de representaciones de la cordillera de los Andes, de cóndores, huemules y copihues (símbolos patrios), así como diversas calidades en la típica ilustración de *completos* (salchichas con agregados), las cabezas de vacunos vistas de frente o de perfil o el característico colorido de las sandías.

Tampoco la tipografía reproduce fielmente el original. Son de uso habitual en pizarras comerciales de productos y precios las caligrafías de «buena mano» de calidades diferentes. En letreros comerciales y micros se instalaron rudas egipcianas con grandes serifas cuadradas y filetes variados, ornamentos y sombreados.

Son populares también las tipografías sanserif grotescas de fines del siglo XIX; dentro de ellas distinguimos Franklin Gothic –o algo semejante–, usada siempre en mayúsculas y en variados niveles de condensación.

En ámbitos más institucionales se destaca el uso masivo de manuscritas góticas; quizá podemos hablar de la gótica chilena, muy germana e ilegible, usada en la mayoría de los banderines deportivos de escuelas e instituciones, e infaltable en todo diploma.

Es así como podemos decir que tenemos nuestro propio *pop* circulando con total autonomía en nuestras ciudades. Será importante tener en cuenta que el *pop* ya ha sido legitimado por Warhol en Nueva York. Sin embargo, no ha sido una práctica frecuente en el diseño gráfico nacional el integrar estas manifestaciones. En cambio, es un tema para obras actuales de teatro y música, que al rescatar fuentes y expresiones populares autóctonas han logrado una fructífera fuente creativa, produciendo interesantes obras que amalgaman la vertiente popular también llamada «guachaca» en una estética propia. Descontando a la literatura que lo ha hecho desde siempre, donde autores como Nicanor Parra «instalan» su lenguaje en una aguda y ocurrente recreación de lo popular, por no nombrar a nuestros consagrados premios Nóbel: Mistral y Neruda.

Como imágenes infaltables en este tipo de comercios, en los talleres mecánicos de la ciudad de Santiago son comunes las ilustraciones de autos, amortiguadores, neumáticos y tuercas.











A diferencia de los comercios, existen otros medios que recurren al lenguaje popular. Estas ilustraciones pertenecen a la gráfica realizada para los boletos del transporte público.



Stgo. (Santiago)
Tipografía y Gráfica Popular Chilena

PROYECTO Tesis desarrollada en la Escuela de Diseño de la Universidad Diego Portales, Santiago de Chile.
AUTOR Sebastián Jara.
PROFESOR GUÍA Patricio Pozo.
PROGRAMAS EMPLEADOS Fotolook, Photoshop, Freehand y Fontographer.

En este proyecto se desarrollan las siguientes familias tipográficas y sistemas de imágenes clip art:

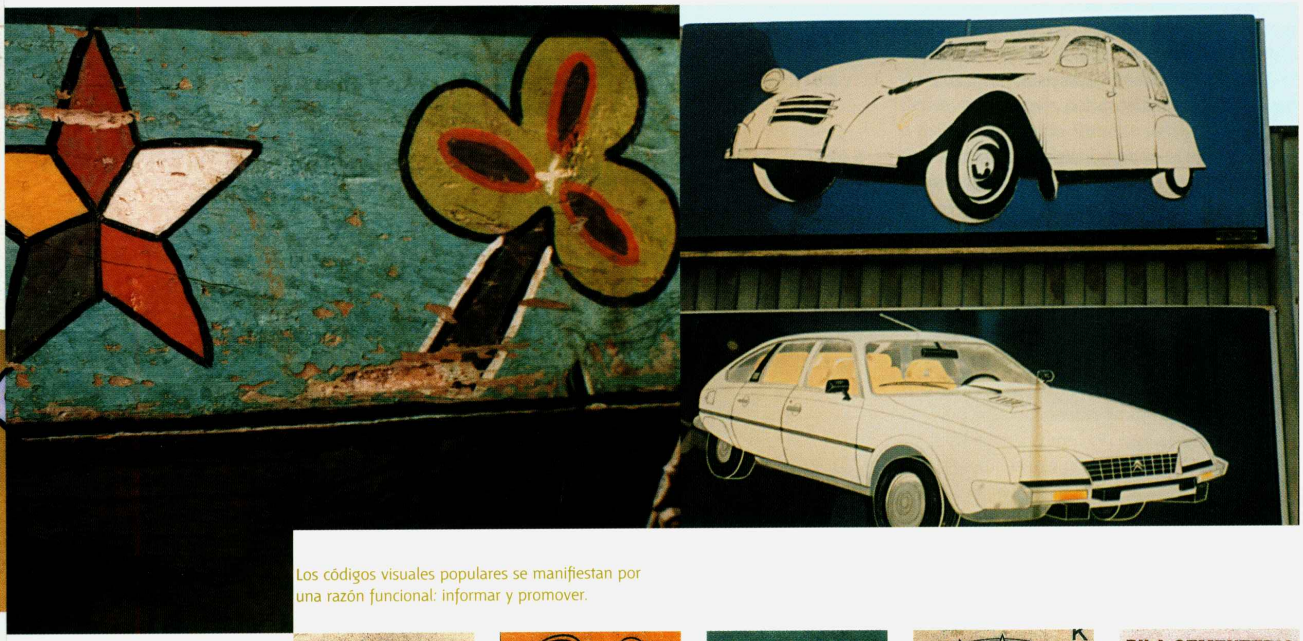
GARAGE Basada en imágenes rescatadas en la calle Diez de Julio, donde se ubican pequeños talleres mecánicos dedicados a la actividad comercial de venta de repuestos de automóviles.

MICRO Ilustraciones recreadas a partir de la gráfica existente en boletos de micros (autobuses urbanos).

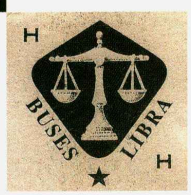
777 Su nombre y diseño provienen del bar 777, ubicado en la Avenida Alameda. A partir de la tipografía original utilizada para indicar los platos de comida, se diseñaron las mayúsculas y versalitas.

COMPLETO Se rescata de una «fuente de soda», comercio ubicado en la calle República de la ciudad de Santiago. A partir de las mayúsculas utilizadas en la lista de precios del local, se diseñan las minúsculas recreadas del original. Las ilustraciones que acompañan a esta familia fueron recogidas de carnicerías y restaurantes populares. Es una tipografía pensada para texto en versión regular y bold. Existe una versión extra con letras tachadas.





Los códigos visuales populares se manifiestan por una razón funcional: informar y promover.











papel CREATOR SILK 135 g/m² / TORRASPAPEL

GARAGE



MICRO



777

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

COMPLETO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Poder reconciliarnos con nuestra cultura es entender que la creación de lo nuevo –lo moderno– está inevitablemente ligada a lo que fue y a las múltiples expresiones que acompañan el progreso, y no es sólo una oposición que todo lo borra.

En palabras de un estudioso del tema, «el reconocimiento de nuestra identidad y el conocimiento de nuestro pasado pasa por reconocer que éste está constituido por una diversidad en la cual también se amalgaman todas las modernidades que han irrumpido, desde afuera, en nuestra sociedad, que han sido semiintegradas, deformadas y transformadas sumándose a esta identidad».[2]

Tomar conciencia de esta realidad genera vínculos de pertenencia y se materializa en un sentido de identidad que, frente a la avasalladora irrupción de lo ajeno, pareciera muchas veces hacernos falta.

En el campo del diseño gráfico hubo proyectos académicos de rescate tipográfico como el que se ilustra en este artículo, y otros de jóvenes profesionales formados en el rigor del *design* (véase www.tipografia.cl), los que sin prejuicios ni complejos redescubren su ciudad, y en ella lo popular. Son diseñadores que están creando a partir de lo propio, sin avergonzarse ni ensimismarse en la queja o en la búsqueda obsesiva de la identidad.

No cabe duda de que al rescatar estas expresiones, como una importante fuente iconográfica, nos conectamos con un universo de significados muy extendido socialmente y que, por lo tanto, abre nuevos caminos para la comunicación social.

También pone en cuestión el tema tecnológico, en el que constatamos cómo, con la autoedición, los diseñadores hemos vuelto a ser protagonistas y responsables de controlar el proceso total, como lo hizo un antiguo impresor renacentista, o el mismo Morris, quienes realizaban desde la edición, el dibujo y grabado de tipos, y la fabricación del papel, hasta la impresión final de un libro.

Este tipo de proyectos instalan en la modernidad –en un software gratuito de tipografías y clips de imágenes– expresiones marginales y perecederas. Al rescatar, reivindicar y poner en el mundo expresiones tan locales, les dan una nueva e inesperada vida y reúnen formas, con capacidad de influencia, que circulan de manera globalizada.

Este tipo de acciones de diseño posibilita el vaticinio de que las nuevas tecnologías permitirían la comunicación entre las personas de todas partes del mundo. Estos nuevos espacios que se abren son una oportunidad para decir y mostrar –siempre que se tenga algo que aportar y mostrar–, y no seguir en la copia o mala copia de lo que creemos está de moda en París. Aunque siempre nos queda la opción de hacer como un singular y valioso pintor de letras de nuestro país, quien firmaba sus creaciones como «Larraín, el pulso que asombró a Europa». ■

Este artículo se realizó a partir del trabajo de investigación Stgo. Tipografía y Gráfica Popular Chilena.

CITAS

[1] Tejeda, Guillermo, y Foncea, Pepa. *La aventura gráfica en Chile. Propuesta para una investigación*, 1992.

[2] Morandé, Pedro. «Problemas y perspectivas de la identidad cultural.» Diario *El Mercurio*, 14 de octubre de 1990.



En almacenes y restaurantes populares, el trabajo tipográfico es mayor, ya que estos comercios anuncian sus productos con carteles rotulados a mano.

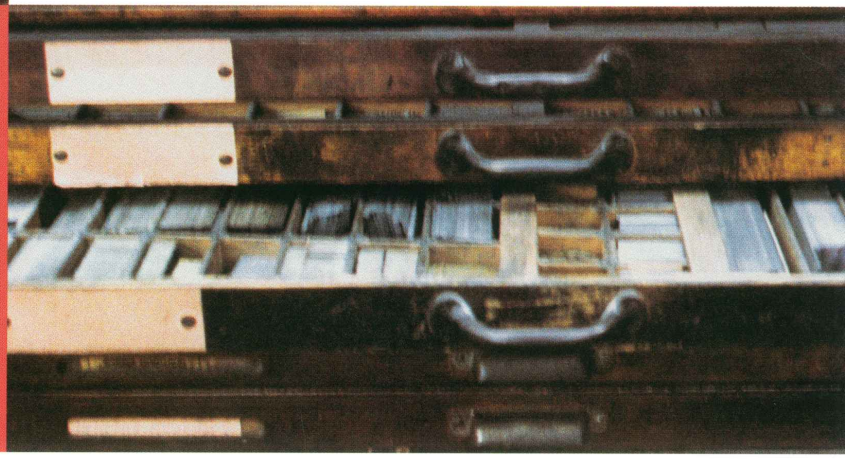


Un acercamiento a la tipografía desde el lenguaje, un encuentro entre lo tradicional y lo digital, una coincidencia entre la tecnología y el conocimiento.



JORGE DE BUEN UNNA

Egresado en Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma Metropolitana de México. Actualmente realiza investigaciones acerca del diseño editorial, la ortotipografía y la comunicación escrita. Es autor del MANUAL DE DISEÑO EDITORIAL (Editorial Santillana, México, 2000).





PABLO COSGAYA

Profesor titular de la materia Tipografía I y II de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA. Es miembro de Atypi e integrante del Estudio Cosgaya Diseño, con sede en Rosario, Argentina.

papel CREATOR SILK 135 g/m² / TORRASPAPEL



Repensar el oficio

Jorge de Buen Unna y Pablo Cosgaya dialogan en este artículo con José Martínez de Sousa, autor del primer diccionario de tipografía en español: el Diccionario de tipografía y del libro, *aparecido en 1974. Esta entrevista será una reflexión indispensable para quienes dejan todo en manos de las nuevas tecnologías.*

¿A qué huele una Macintosh? ¿O una PC? Es posible que las computadoras tengan un olor característico, según el modelo, la marca y otras variables; pero ninguno de los coautores de este artículo –*maquero* uno y *pecero* el otro–, después de haberlo constatado, podría a ojos cerrados reconocer el olor de su computadora hasta el punto de distinguirla de un televisor o un horno de microondas. ¿Y qué decir de los programas? ¿Quién podría distinguir a un Corel Ventura o un QuarkXPress?

No han pasado muchos años desde los tiempos en que la tipografía era una industria altamente sensorial, una actividad donde el oficial ponía a trabajar no sólo la vista, sino el tacto, el olfato, el oído y hasta el gusto. No es lo mismo en el presente. La tecnología aportó a nuestra actividad muchos avances, sin embargo generó una quebradura abrupta. Los cambios han provocado fisuras en el moderno quehacer tipográfico.

Pocos pondrían en duda que los recientes cambios tecnológicos en la industria editorial han sido los más importantes de los últimos 550 años. Los actuales diseñadores, aunque

no sepamos cómo será la tipografía del futuro, sí sabemos que nos toca preservar lo mejor de los mundos tipográficos y contribuir para que la transición al futuro sea lo más satisfactoria posible.

Entre lo más antiguo y lo más moderno (el plomo y los píxeles), hay unos cuantos expertos de la composición manual que se han atrevido a probar suerte con la autoedición. Podríamos decir que están atrapados entre dos espacios; sin embargo, estos profesionales son verdaderas bisagras que articulan y enlazan sólidamente ambos mundos. Aquel poner las letras una por una en el componedor, tan prolijamente como les era posible –para evitar las ásperas, temidas, inevitables sesiones de reparación–, obligaba a los sencillos compositores tipográficos a convertirse en gramáticos escrupulosos, y entre estos expertos se destaca José Martínez de Sousa. Es el más notable de los técnicos editoriales en español y, sin duda, uno de los más importantes del mundo. También se destaca como especialista en ortografía, lexicografía, ortotipografía, corrección tipográfica y de estilo.

Cuando yo me inicié en el mundo de la tipografía, había dos formas de hacerlo: como aprendiz o como alumno en un taller escuela. Los aprendices tenían la gran desventaja de que al menos el primer año, y a veces también el segundo, ejercían de recaderos de los oficiales cajistas y aprendían lo que podían fijándose en cómo trabajaban ellos. Por el contrario, en un taller escuela, donde yo empecé mi relación apasionada con la tipografía, lo primero que hacían era enseñarte el lugar que cada letra ocupaba en la caja, ponerte un componedor[1] de madera en la mano izquierda y decirte: «Hala, ya puedes empezar a componer».

Es muy distinta la realidad de un estudiante de diseño hoy en día, que con un buen programa de autoedición ya puede hacer diseño editorial.
Nosotros asistíamos a clases teóricas en las que te enseñaban las bases de los conocimientos tipográficos: sistemas de composición e impresión, la encuadernación, después lo ponías en práctica componiendo textos que se corregían e imprimían y que luego bruzabas para quitarle a la letra de imprenta (el paralelepípedo tipográfico) la tinta de la impresión; seguidamente distribuías esa letra en la caja, la devolvías a su respectivo cajetín[2] para poder seguir componiendo. Al mismo tiempo, te fijabas en cómo lo hacían los oficiales y los demás especialistas del taller: el compositor liniero (que sólo componía texto seguido), el remendista (que confeccionaba los moldes complejos y difíciles), el platinero (que imponía los moldes en la rama para que de allí fuesen al taller de impresión). Y veías cómo se imprimía, qué problemas presentaba la impresión, cómo funcionaba la máquina planocilíndrica; y más tarde, cómo se encuadernaba, hasta que salía el volumen realizado oliendo a tinta y a papel nuevo.

Así empecé en el Taller Escuela Municipal de Sevilla allá por 1950... ¡cuánto ha llovido desde entonces!

¡Y cuántas cosas han cambiado en el oficio! ¿Podríamos afirmar que el paso de oficial cajista a filólogo es una consecuencia lógica para alguien ávido de conocimiento?
Cuando a uno le gusta la tipografía, algunas aficiones nacen inmediatamente después de iniciarse en ella. Uno no puede ser tipógrafo si no le gusta la letra. Es casi una consecuencia. Si a uno le gusta la letra, lo lógico es que se preocupe por saber cómo se escriben las letras. Una vez que sabe esto, lo importante es saber qué lugar ocupan en la palabra, las palabras en la oración, las oraciones en el período, los períodos en el texto, los textos en el discurso, los discursos en el libro... Casi no tiene fin. Es como las cerezas: tiras de una y te salen un montón...

Quizá se trata de entender el conocimiento como proceso. ¿Es posible ser un filólogo desapasionado?
Hay que tener en cuenta que si a uno lo que le gusta es la matemática, la química o la física, lo lógico es que no le preocupe todo lo relacionado con la tipografía. El amor por lo filológico podría, tal vez, no estar ligado al amor a la tipografía, o no necesariamente, pero a mí no me cabe duda que el amor a la tipografía presupone, aunque no se sea consciente de ello, amor a la filología. En mi caso fue así: al tiempo que estudiaba y practicaba tipografía, también me interesaba por los conocimientos gramaticales, especialmente los ortográficos porque la ortografía y la tipografía están ligadas, que de la suma de una y otra surge una especialidad imprescindible para todos los comunicadores visuales, escritores y correctores: la ortotipografía, tan difícil como interesante y necesaria.

Un día, por circunstancias que no vienen al caso, decidí que me dedicaría a la corrección, tanto la tipográfica como la de estilo. Una vino de la mano de la otra, y así descubrí cuánta era a la sazón (finales de los años cincuenta) la pobreza en bibliografía ortotipográfica del español europeo



«UNO NO PUEDE SER TIPÓGRAFO SI NO LE GUSTA LA LETRA. ES CASI UNA CONSECUENCIA.»

(después descubrí que en Hispanoamérica pasaba algo parecido). Irresponsable y atrevido, me propuse escribir un libro que ayudara a mis colegas a resolver los problemas con que se tropezaban, que eran los mismos, o muy parecidos, que me atosigaban a mí. Así nació mi primer libro: *Diccionario de tipografía y del libro*. En él se encerraban todos los conocimientos que con el tiempo yo desarrollaría en estudios más amplios y monográficos.

Precisamente el *Diccionario de tipografía y del libro* es el motivo que nos ha reunido en esta ocasión. A reserva de volver más adelante con el tema de sus obras, ¿cómo ve la transición del compositor tipógrafo al moderno diseñador gráfico? ¿Qué conocimientos de los compositores tradicionales deberían heredar los diseñadores de hoy?

Aunque, al parecer, eso no sea prioritario hoy, el conocimiento esencial, sin el cual no hay diseñador gráfico, es la tipografía. El diseñador gráfico practica sobre todo la tipografía, aunque sea a un nivel distinto que un tipógrafo clásico. De hecho, y cada vez se ve más claro, el tipógrafo actual tiene mucho de diseñador y el diseñador gráfico tiene, o debe tener, mucho de tipógrafo. Después, naturalmente, están las materias propias de un diseñador, que en algunos aspectos deben superar las del simple tipógrafo. Sin embargo, como los «simples tipógrafos» prácticamente ya no existen o quedan muy pocos, lo que habrá en el futuro inmediato serán diseñadores gráficos, aparte claro está, de correctores, compositores, compaginadores, etcétera. Sin embargo, no debe perderse de vista que en el diseño gráfico, precisamente por ser diseño y por ser gráfico, lo preponderante es la tipografía. Y tampoco se olvide la bibliología: mal diseñador gráfico y mal tipógrafo será aquel que no tenga amplios conocimientos de bibliología, que hoy, según la escuela francesa (Robert Estivals), se define como la «ciencia del escrito y de la comunicación escrita».

Con ello tenemos una definición inusual de *bibliología*, es decir, que se ocupa de asuntos que van más allá del libro.

Todo lo que sea gráfico es también bibliológico por definición. Pero lo bibliológico comprende además aspectos del libro que en sí mismos no son estrictamente gráficos, como el formato, el papel, la encuadernación, etcétera. Esto también debe tenerlo en cuenta el diseñador gráfico, aunque a primera vista pudiera decidir que no es cuestión suya. En el documento así producido, todo está interrelacionado con la imagen, la letra, la disposición general y particular de cada elemento gráfico, etcétera. Decía McLuhan que en el



«AUNQUE, AL PARECER, ESO NO SEA PRIORITARIO HOY, EL CONOCIMIENTO ESENCIAL, SIN EL CUAL NO HAY DISEÑADOR GRÁFICO, ES LA TIPOGRAFÍA.»



BIBLIOGRAFÍA DE JOSÉ MARTÍNEZ DE SOUSA

1974 DICCIONARIO DE TIPOGRAFÍA Y DEL LIBRO, Barcelona, Labor, 1974; Madrid, Paraninfo, 1981[2], 1992[3], 1995[4]. Primera obra del autor, dividida en dos partes. La primera informa acerca de los rudimentos del oficio; la segunda es un diccionario de dudas del lenguaje.

DUDAS Y ERRORES DE LENGUAJE, Barcelona, Labor, 1974, 1978[2]; Madrid, Paraninfo, 1983[3], 1987[4], 1992[5]. Una obra de éxito hoy agotada.

1978 DICCIONARIO INTERNACIONAL DE SIGLAS Y ACRÓNIMOS, Madrid, Pirámide, 1978 *[*Diccionario internacional de siglas*]*, 1984[2]. Un útil repertorio para periodistas, escritores e investigadores. Agotado.

1981 DICCIONARIO DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y PERIODISMO, Madrid, Paraninfo, 1981 *[Diccionario general del periodismo]*; 1992[2].

1985 DICCIONARIO DE ORTOGRAFÍA, Madrid, Ediciones Generales Anaya, 1985.

1987 DICCIONARIO DE ORTOGRAFÍA TÉCNICA, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1987. Primera obra en concentrar información sobre ortotipografía y otros temas de importancia para editores.

PEQUEÑA HISTORIA DEL LIBRO, Barcelona, Labor, 1987, 1992[2]; Gijón, Trea, 1999[3].

1989 DICCIONARIO DE BIBLIOLOGÍA Y CIENCIAS AFINES, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1989, 1993[2].

1991 REFORMA DE LA ORTOGRAFÍA ESPAÑOLA, Madrid, Visor, 1991. Una propuesta para modernizar nuestras normas ortográficas.

1993 DICCIONARIO DE REDACCIÓN Y ESTILO, Madrid, Pirámide, 1993, 1997[2]. Una obra para auxilio de los autores, con ejes en la retórica y el estilo.

1994 MANUAL DE EDICIÓN Y AUTOEDICIÓN, Pirámide, 1994, 1999[2]. Esta obra facilita a los editores –estudiantes, aficionados y profesionales– el paso de la composición ordinaria a la autoedición.

1995 DICCIONARIO DE LEXICOGRAFÍA PRÁCTICA, Barcelona, Bibliograf, 1995.

1996 DICCIONARIO DE ORTOGRAFÍA DE LA LENGUA ESPAÑOLA, Madrid, Paraninfo, 1996. Sus núcleos son la ortografía y la ortotipografía. Una obra indispensable para los diseñadores gráficos.

DICCIONARIO DE USOS Y DUDAS DEL ESPAÑOL ACTUAL, Barcelona, Bibliograf, 1996, 1998[2]; Barcelona, Círculo de Lectores, 1998[3], 1998[4], 1999[5]. Este libro muestra las grafías y los usos correctos de las palabras dudosas e irregulares; además incluye los extranjerismos más importantes.

2000 MANUAL DE ESTILO DE LA LENGUA ESPAÑOLA, Gijón, Trea, 2000. Una obra indispensable para cualquier oficina de diseño gráfico. La primera parte contiene normas y recomendaciones para el trabajo documental; la segunda, una colección de materias ordenadas alfabéticamente que ayudarán a resolver cualquier duda sobre signos, onomástica, tratamientos, siglas, locuciones y afijos, entre otros.

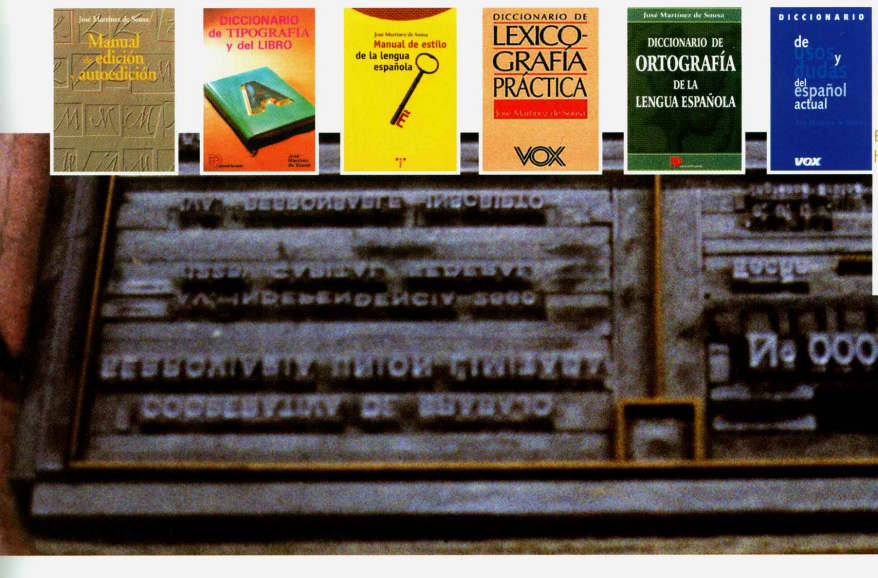
2001 DICCIONARIO DE EDICIÓN, TIPOGRAFÍA Y ARTES GRÁFICAS, Gijón, Trea, 2001. Ideal para los nuevos tipógrafos digitales. Una obra que sirve de puente entre la tipografía analógica y la digital.

mundo todo es información. Nosotros podemos decir que en nuestro mundo todo es gráfico y bibliológico.

La verdad es que en las universidades, por lo menos en Latinoamérica, esto no se ve más que superficialmente, si no es que se relega del todo. Podría decirse de la ortografía que es un conocimiento primario y que no hay necesidad de ocuparse de ella ni siquiera durante la formación preparatoria. Pero, además de que este postulado no se verifica, los diseñadores deberían tener un interés muy peculiar en el lenguaje, que es su herramienta de comunicación; a pesar, inclusive, de las ayudas informáticas.
Es necesario, me parece, que quede clara la idea de que el mero conocimiento informático no basta para ser un buen diseñador gráfico o un buen comunicador visual. Se necesita imprescindiblemente el conocimiento tipográfico, la historia del devenir de lo gráfico. Pero también, sin duda, el conocimiento ortográfico, el conocimiento ortotipográfico, el conocimiento bibliológico y, hoy, el conocimiento informático, y los demás conocimientos sin los cuales no se es diseñador ni gráfico. Recuerdo que para alcanzar el grado de oficial de primera cajista había que estudiar y practicar durante cinco años al menos. ¿En tan poco tiempo vamos a tener al diseñador gráfico que se forme sin pasar siquiera por un centro de formación específico?

Un diseñador gráfico debería servirse de ayudas para sobreponerse a sus carencias; especialmente de libros. ¿Qué materiales de consulta debería tener una oficina de comunicación visual?
No cabe duda de que en toda oficina de comunicación visual debe haber diccionarios generales de lengua, como el de la Academia Española u otro que se elija (el María Moliner, el Seco/Andrés/Ramos), diccionarios de dudas como el de Seco, diccionarios y obras especializados en artes gráficas y en comunicación visual, obras sobre tipografía (Christopher Perfect y Robert Bringhurst) y por supuesto, obras específicas sobre diseño editorial (Enric Satué y Jorge de Buen Unna).

De sus obras, ¿cuáles recomienda para un comunicador visual?
Supongo que entre las obras que un comunicador visual debería tener en su biblioteca podrían estar el *Diccionario de edición, tipografía y artes gráficas*, que acaba de aparecer editado por Trea, de Gijón (esta obra viene a sustituir a los ya agotados *Diccionario de tipografía y del libro* y *Diccionario de información, comunicación y periodismo*), y, sobre todo, el *Manual de edición y autoedición*, que puede resultar muy útil como fuente de conocimientos específicos para quien decide hacer



El conocimiento bibliológico como herramienta del comunicador visual.

«DECÍA McLUHAN QUE EN EL MUNDO

TODO ES INFORMACIÓN. NOSOTROS

PODEMOS DECIR QUE EN NUESTRO MUNDO

TODO ES GRÁFICO Y BIBLIOLÓGICO.»

libros, es decir, escribir, corregir, componer, ilustrar y compaginar textos con destino a la edición.

Pero ahora los diseñadores pueden aducir que les basta con los correctores ortográficos y gramaticales que vienen incluidos en sus programas de procesamiento de textos. ¿Qué piensa de estos algoritmos, así como de otras ayudas técnicas que nos brindan los programas?
Esas herramientas tienen para mí poca utilidad. Para lo único que me sirven es para que me avisen que he escrito *acma* donde quería escribir *cama*; pero me avisa por la única razón de que la forma *acma* no existe como palabra en español estándar, porque si existiera, no me avisaría, lo daría por bueno. Por ejemplo, si escribo *banco* donde quería escribir *cama*, el programa permanecerá callado, y yo me habré equivocado gravemente. También a veces distingue con sus coloriines las formas *solo* y *sólo*, por poner un ejemplo, pero el problema reside en que el escritor es quien debe decidir si quiere dejar una forma o la otra, y la pregunta es: ¿y si el escritor lo duda? En este caso, el programita es absolutamente inútil. Los comunicadores públicos deben conocer suficientemente la ortografía como para disipar esas dudas por sí mismos (con ayuda de textos específicos si es necesario) cuando tienen que disponer textos en títulos u otros lugares.

Por lo demás, personalmente maldigo de las facilidades que nos brindan programas como el Word de Microsoft. Aunque uno puede desarmar el programa para que escriba como uno quiere y no como quiere el programa, lo cierto es que al final, agotados, terminamos aceptando las soluciones que el programa nos aplica, incluso contra nuestra voluntad. A tal punto llega mi enojo en estos casos, que más de una carta las he escrito con un programa compaginador (PageMaker, QuarkXPress, etcétera).

Creo que no debemos confiar nuestros conocimientos a un programa o una máquina: somos nosotros los que debemos saber, y después utilizar las máquinas para nuestro provecho...

CITAS

[1] Componedor. Listón o regla de unos treinta centímetros de largo, con un borde, una corredera graduable y un tope en uno de los extremos; sirve para reunir una a una las letras y los espacios que han de formar la línea o renglón (José Martínez de Sousa: *Diccionario de tipografía y del libro*, Madrid, Paraninfo, 1995, p. 50).

[2] Cajetín. Cada uno de los compartimientos (cajoncitos) en que está dividida una caja de imprenta, en los cuales se deposita el total de suertes de una letra o signo, y de donde los toma el cajista para componer (ibíd., p. 27).



SILVIA PESCIO

Es arquitecta, profesora titular de Morfología y profesora adjunta de Heurística en la carrera de Diseño Gráfico de la UBA. Integra el equipo de investigación del CONICET en Psicofísica Visual, el gabinete de Heurística y el equipo del Proyecto de Inteligencia Proyectual de la FADU.



MARÍA L. F. DE MATTIELLO

Es arquitecta y comenzó su carrera docente en 1956 en el Departamento de Visión de la FAU. Actualmente realiza investigaciones para el CONICET, en el área de Psicofísica Visual. Es presidente del Comité Luminotécnico Argentino y de la Fundación de Investigaciones Visuales.

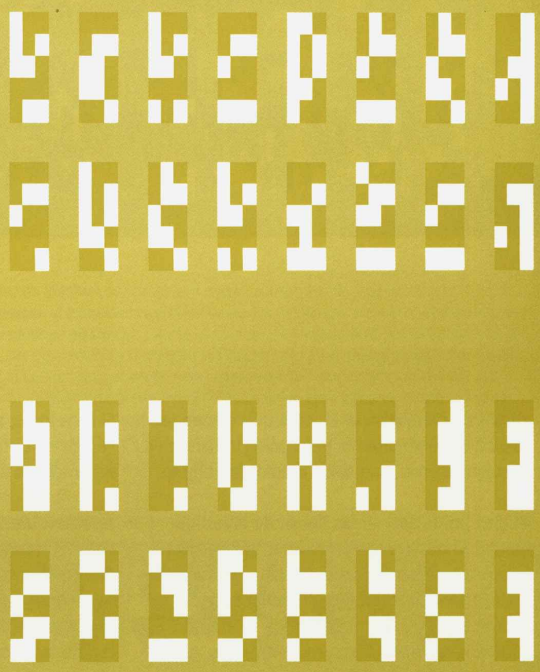
El reconocimiento de caracteres tipográficos incluye la comprensión de las formas, la memoria y el aprendizaje, factores que son dependientes del sujeto que percibe y que resultan, tanto como la legibilidad, aspectos indispensables del proceso perceptivo.

Signos

aparentes y reales

papel CREATOR SILK 135 g/m² / TORRASPAPEL

«[...] Funes, no lo olvidemos, era casi incapaz de ideas generales, platónicas. No sólo le costaba comprender que el símbolo genérico perro abarcara tantos individuos dispares de diversos tamaños y diversa forma; le molestaba que el perro de las tres y catorce (visto de perfil) tuviera el mismo nombre que el perro de las tres y cuarto (visto de frente) [...]»
Extraído del cuento de Jorge Luis Borges «Funes, el memorioso».



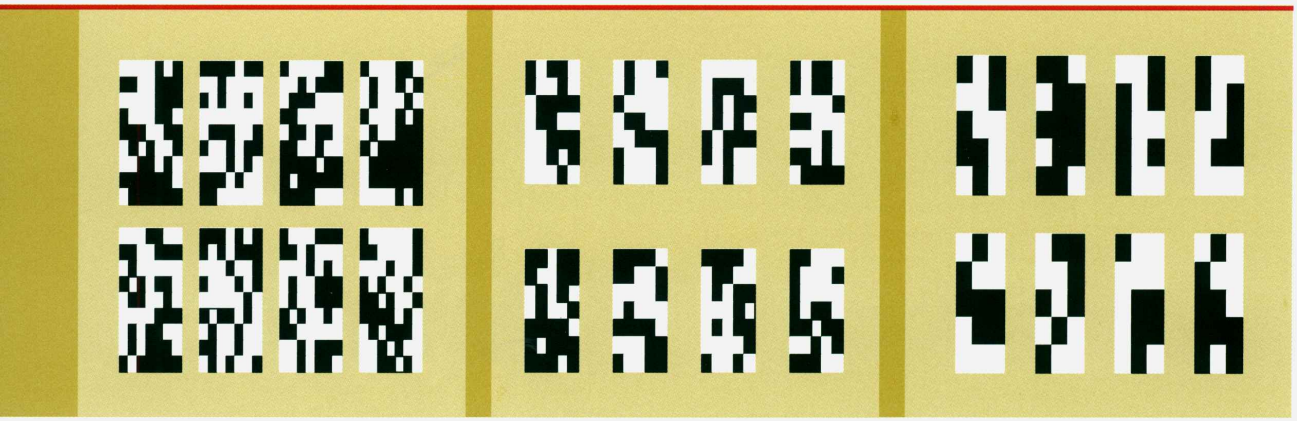
El término «memorioso», con el que Borges resume la excepcional aptitud de Funes, alude a la gran complejidad del hecho perceptivo que permite, tanto a Funes como a cualquier sujeto, conectarse con el mundo que lo rodea. La «sencilla» tarea de observar y comprender una escena involucra el procesamiento de una innumerable cantidad de información sensorial, como bordes que separan figuras de 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, cuya carencia provocaba en Funes la mencionada incapacidad de producir ideas generales.

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 per-

MATRIZ DE 6 X 9 MÓDULOS

MATRIZ DE 5 X 7 MÓDULOS

MATRIZ DE 3 X 5 MÓDULOS, FINALMENTE ADOPTADA



1. Matrices de prueba seleccionadas; primeramente se generaron «manchas» con diferente cantidad de módulos blancos y negros, y por fin se adoptaron las de 3 x 5 módulos, por ser las que mejor facilitaban la formación de caracteres. Noventa alumnos de Diseño Gráfico de entre primero y tercer año de la carrera estimaron 954 caracteres.

cibía 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 multivariables sobre el funcionamiento del sistema visual y su respuesta. También explicar algunos fenómenos considerados curiosidades fenomenológicas o ilusiones.[1] 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 Adrian 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»,[2] 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.[3] La coincidencia de su pensamiento con la idea más reciente de valorizar los factores dependientes del sujeto en los procesos perceptivos resulta clara.

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.

NUESTRO TRABAJO. 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. Está orientado a la particular problemática de reconocer caracteres alfabéticos en manchas pixeladas arrojadas por el ordenador (Carr, T., 1986; Gervais, M., Harvey, L., y Roberts, J., 1984).

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.

Por eso la experiencia realizada evitó partir de familias tipográficas existentes, con su particular eficacia de legibilidad, para hacerlo sobre matrices aleatorias como las presentadas en la figura 1, para llevar al límite el proceso de identificación. Es decir, se mostraron manchas y los observadores reconocieron caracteres.

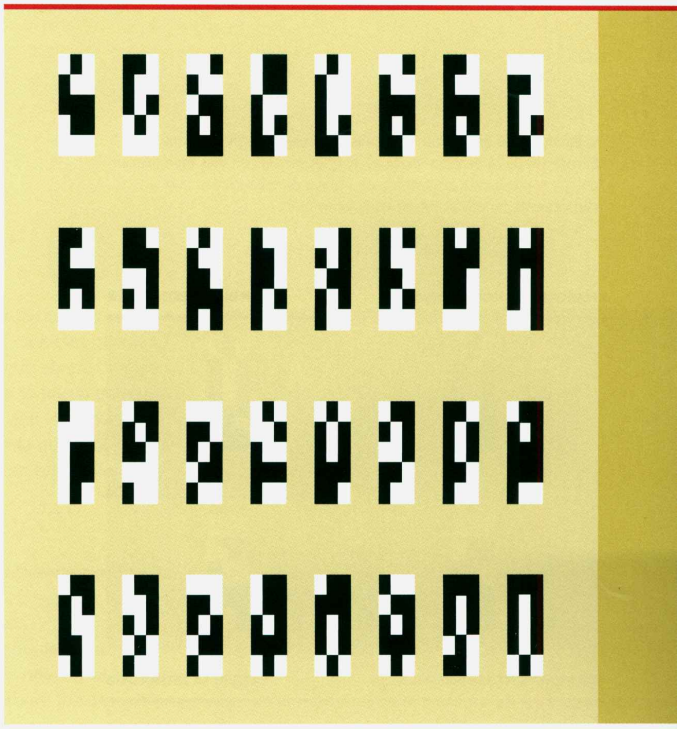
Resultó evidente que la precisión en la definición de los rasgos, en lo que respecta a la legibilidad, va más allá de la idea de combinación de formas contrastantes, redondo y recto, ancho y angosto, fino y grueso, etc.[4] En consecuencia, de no ajustarse los rasgos en cada carácter, su reconocimiento puede derivar en situaciones ambiguas. Frente a algunas «manchas» que ofrecían una imagen muy alejada de signo alguno, pero que presentaban indicios de estos rasgos estructu-

rantes, el observador «detonaba» su respuesta identificando la letra, casi como siguiendo un plano de ruta previamente construido. Esto queda ejemplificado en la figura 2. Entre los datos recogidos, un ejemplo especial para comentar fue el de signos fácilmente confundibles, como la S y el 5. La mayor cantidad de módulos negros en la línea superior de la matriz, a modo de barra, determinaba el rasgo preponderante del 5, frente al centro abierto de la S en el mismo ángulo. Un análisis similar también se realizó sobre la E y la F, pero en relación con el ángulo inferior derecho y la triple presencia de barras horizontales en la E, como lo muestra la figura 3.

Para convalidar las conclusiones se limitó la calidad de la imagen, reduciendo la cantidad de información en la imagen original.[5] En las figuras 4 y 5 se puede observar cómo, a partir de esta nueva subdivisión, se obtuvo una segmentación cuatro veces superior a aquélla. Sobre la base de esta nueva matriz, se modificó la conformación de la mancha sólo en dos módulos o «pixels» sobre el total de sesenta, es decir, en un 3,3 %. Esta modificación fue realizada estratégicamente, en algunos casos en los rasgos característicos y en otros fuera de ellos, y se observó que en el primer caso el reconocimiento disminuyó entre un 70 a un 100 por ciento.[6]

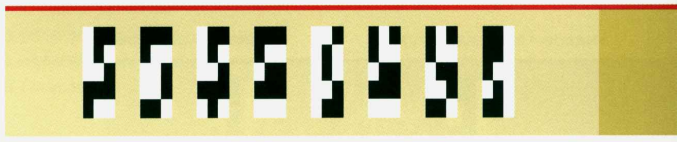
Este alto porcentaje en el no reconocimiento de los caracteres por haber afectado la imagen en sólo el 3,3 % indica la pregnancia de los rasgos característicos. Como sabemos, el conocimiento en profundidad de estos rasgos resulta sustancial para el diseñador, pues se sabe que la calidad del diseño de tipografía se debe, entre otros aspectos, al trabajo exhaustivo sobre cada carácter en particular, evitando hacerlo con los dos extremos de la fuente y extractando todos los demás por extrapolación automática.[7] En la figura 6 se observan ejemplos en los que la ambigüedad de lectura del carácter puede estar relacionada con la desatención respecto de los rasgos del carácter que aseguren la «entrada» al circuito o mapa del «archivo» perceptivo esperado. Nos referimos al uso de caracteres aislados en marcas o isologotipos.

Por último, otro aspecto destacable fue que la «caja» se independizó de la «mancha». En efecto, la figura 7 muestra ciertos casos en los cuales los observadores «corrían» los bordes de la matriz un módulo por fuera de ésta, hacia arriba, abajo o a los lados, buscando identificar un carácter. En un primer momento este hecho nos sorprendió, ya que no estaba considerado en la instrucción, y además porque los observadores tampoco lo explicitaron. Ellos simplemente lo



2. Ejemplos de algunos caracteres con mayor porcentaje de reconocimiento: G, H, P y Q. Se observó que los alumnos más avanzados mostraban menor posibilidad de reconocimiento que los demás. Esto se debe a que, a medida que el concepto de letra se define, los observadores restringen sus juicios sólo a caracteres específicos. Recuérdese que el ser humano, al nacer, está capacitado para aprender cualquier lengua y, justamente por la formación de redes neurales cerebrales, fijará su lengua materna y, en consecuencia, deberá estudiar, no sin esfuerzo, las demás. Haciendo un análisis comparativo entre los diferentes caracteres, nótese que existe una manera específica de «llenar» la matriz, que se repite dando lugar a ese reconocimiento y no a otro.

«MANCHA» RECONOCIDA COMO S



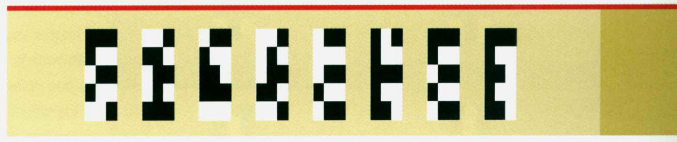
«MANCHA» RECONOCIDA COMO 5



CARÁCTER RECONOCIDO COMO F



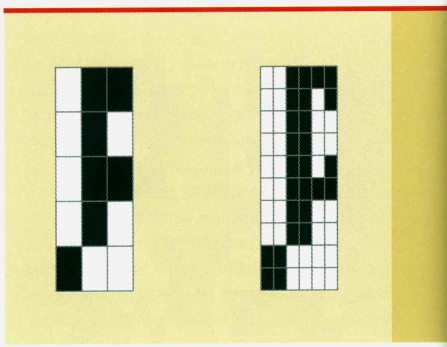
CARÁCTER RECONOCIDO COMO E



3. La comparación de las «manchas» más reconocidas para caracteres semejantes, como S y 5, o F y E permite reconocer el rasgo más caracterizado de cada uno y, a su vez, los diferencia entre sí.

4. Ejemplos de afectación de los rasgos pregnantes de los caracteres. El carácter de la derecha repite el de la izquierda con una modificación del 3,3 % producida justamente en alguno de esos rasgos, con la consecuente modificación en las estimaciones.





5. Subdivisión de los módulos de la matriz. La figura de la derecha presenta 60 módulos, producto de subdividir los 15 módulos de la matriz original.

incorporaron como estrategia inconsciente, en su tarea de reconocimiento. Esta facilidad de alternar la figura y su fondo, que nosotros consideramos preatentiva (Wolf y Bennett, 1997), 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.

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



6. Algunos ejemplos de caracteres a considerar, de Brush Script, Concept One y Mistral.

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.

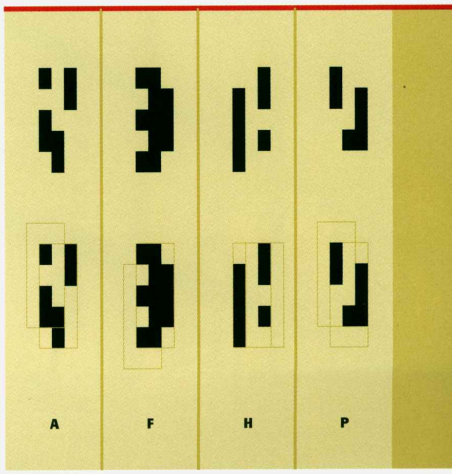
Un modelo interesante sobre percepción visual ha sido desarrollado últimamente por Grossberg y sus colaboradores, sobre la base de los trabajos electrofisiológicos de De Yoe y Van Essen de 1988. Este autor señalaba tempranamente, al avanzar en consideraciones neuronales, que diferentes procesos básicos 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 captarlo 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 tipográficos debe ser uno de los principales. Esto se debe al tiempo que tarda la imagen en configurarse, frente a la velocidad de reconocimiento del sistema visual. Mejorar los rasgos ayudaría a paliar este problema.[8]

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.



7. Selección de ejemplos en los que se observa el corrimiento de las matrices y el consecuente reconocimiento del carácter por la contraforma o módulos «blancos».



8. La afectación de los bordes por presencia de ruido suele ser frecuente en la producción tipográfica en pantalla.

CITAS

[1] Podemos citar las ilusiones de Ehrenstein, de Kanisza, o las grillas de Hermann.

[2] Herbert Spencer, *The visible word.*

[3] Podemos citar, entre otros, a Anisson (1790), Hansard y Babbage (1825 y 1834), Cohn (1865), Javal, Messmer (1903), Zeiter, Cattll (1885), Erdmann y Dodge (1898), Korte, Pillsbury (1897), Huey, Vernon.

[4] Emil Ruder, *Tipographie.*

[5] G. Sperling, T. Riedl y A. Vanderbeek, en «Limits of visual communication: the effect of signal-to-noise ratio in the intelligibility of American Sign Language», *JOSA*, vol. 4, nº 12, diciembre de 1987, hablan de dos posibles vías para limitar la calidad de la imagen necesaria, la mencionada y mediante ruido o enmascaramiento.

[6] Estos rasgos característicos fueron detectados para unos diez caracteres (A, Y, P, E, F, S, 5, Q, H, G).

[7] Alessio Leonardi, en «Sulla carta, sui sassi», *LineaGrafica*, nº 311, se refiere a esta última como práctica corriente.

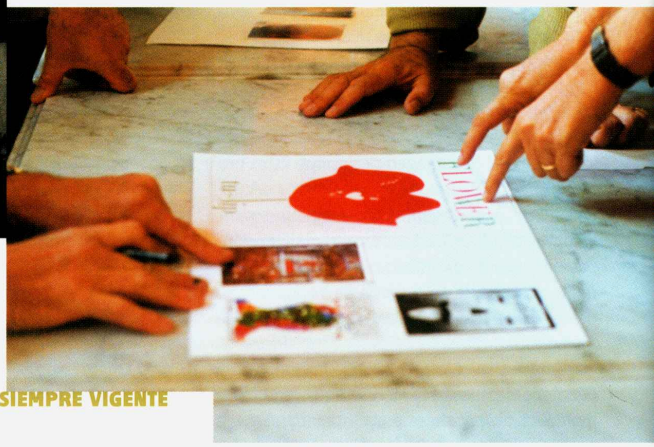
[8] «El aprendizaje perceptual parece afectar a una variedad de tareas psicofísicas, incluyendo la detección y discriminación de contraste, la segmentación de textura y la agudeza espacial» (Sagi & Tanne, 1994; A. Dorais y Dov Sagi, 1997).

REFERENCIAS

- Carr, T. «Perceiving visual language.» En: K. Boff, L. Kauffman, J. Thomas (eds.). *Handbook of Perception and Human Performance*, vol. II, John Wiley & Sons, cap. 28, p. 16, 1986.
- De Yoe, E. A., & Van Essen, D. C. «Concurrent processing streams in monkey visual cortex», *Trends in Neuroscience*, 11, 219-226, 1988.
- Gervais, M., Harvey L., y Roberts, J. «Identification confusions among letters of the alphabet», *Journal of Experimental Psychology*, Human Perception and Performance, 10, 5: 655, 1984.
- Gove, A., Grossberg, S., y Mingolla, E. «Brightness perception, illusory contours, and corticogeniculate feedback», *Visual neuroscience*, 12, 1027-1052, 1995.
- Grossberg, Stephen. «How does a brain build a cognitive code?», *American Psychological Association*, 1980.
- Massaro, D. W. «Letter information and orthographic context in word perception», *Journal of Experimental Psychology*, Human Perception and Performance, 5, 595, 1979.
- Wolfe, J., y Bennett, S. C. «Preattentive object files: shapeless bundles of basic features», *Vision Research*, 37 (1) 25-43, 1997.



El museo Franz Mayer, sede de la Bienal desde 1994, presentó más de 300 obras seleccionadas provenientes de 40 países.



UN SOPORTE VISUAL SIEMPRE VIGENTE

Diez reflexiones acerca del cartel

papel CREATOR SILK 135 g/m² / TORRASPAPEL

La sexta edición de la Bienal Internacional del Cartel (México) puso en evidencia que el cartel está vigente como soporte de expresión y comunicación de ideas aun cuando se discuta su supervivencia.

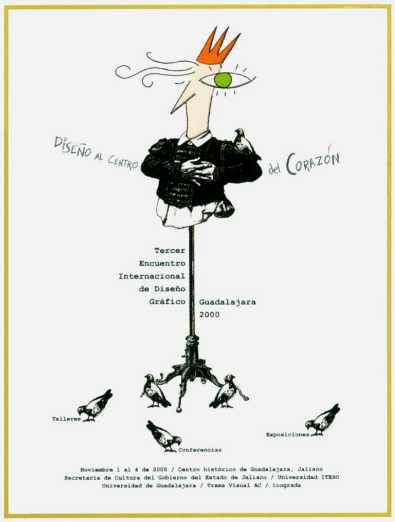


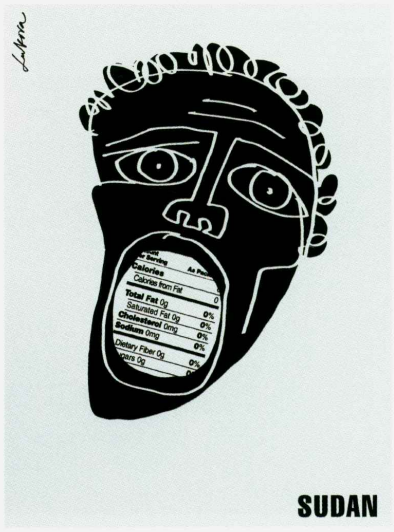
La Bienal Internacional del Cartel (México) es un espacio que contribuye a la formación de nuevas generaciones dedicadas a la producción de carteles, también llamados afiches o pósteres, y estimula el pensamiento y la opinión de diseñadores gráficos de todo el mundo. En el marco de las disciplinas visuales, el cartel se sitúa en el campo del diseño. Como expresión pública, forma parte de nuestra estética cotidiana. No obstante, la explosión de nuevas tecnologías desató una opinión generalizada que sostiene la idea de que el cartel no tiene grandes posibilidades de sobrevivir en nuestros tiempos. Sin embargo, aunque las nuevas tecnologías y formas de reproducción son avances mediáticos importantes, el cartel siempre los ha superado. Quizá para demostrarnos que debemos dejar convivir a las tradiciones y los oficios con la tecnología digital y los nuevos soportes. Aún estamos a tiempo de pensar en cuáles serán las nuevas expresiones del cartel en esta era, que permitan su definición dentro de la cultura visual contemporánea, que reivindique su continuidad y desarrollo.

El cartel tiene diversas funciones según sus objetivos: informa, estimula, expone, explica, provoca, motiva, convence en relación con el contenido del mensaje que transmite, y al mismo tiempo desarrolla el sentido estético del espectador, contribuyendo a la definición de una conciencia visual-cultural para su público. Como medio de expresión visual, los carteles muestran la evolución del gusto estético desde los tiempos del modernismo que lo vio nacer como medio de comunicación masiva, pasando por los movimientos de vanguardia más destacados de este siglo, que lo han tomado como una herramienta eficaz de representación y divulgación de mensajes.

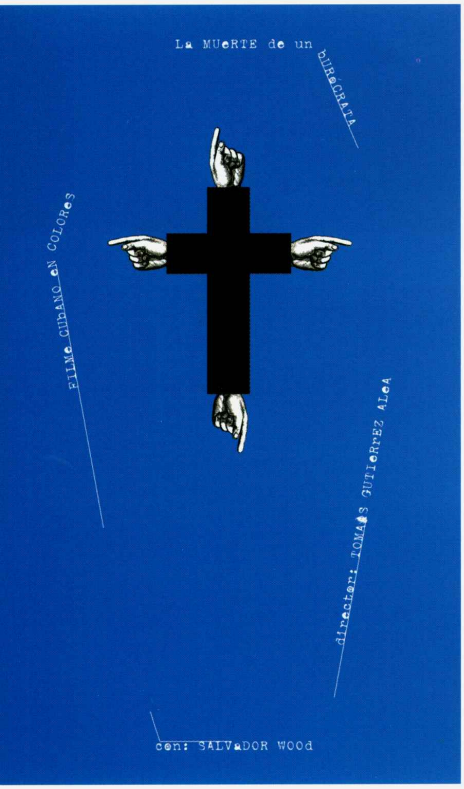
La sexta Bienal del Cartel en México, realizada en agosto pasado, es un evento que reúne a importantes exponentes del diseño gráfico contemporáneo internacional. La serie de exposiciones, cursos y conferencias permitió observar el desarrollo técnico y artístico en la producción de diseño gráfico en la actualidad. Las once reflexiones reunidas en este artículo pertenecen a las figuras más prestigiosas del diseño contemporáneo convocadas como jurados de la Bienal y podrán ayudarnos a develar el estado actual del cartel y su futura supervivencia.

Afiche para el Tercer Encuentro internacional de Diseño Gráfico, organizado para finalizar el programa de la Bienal.

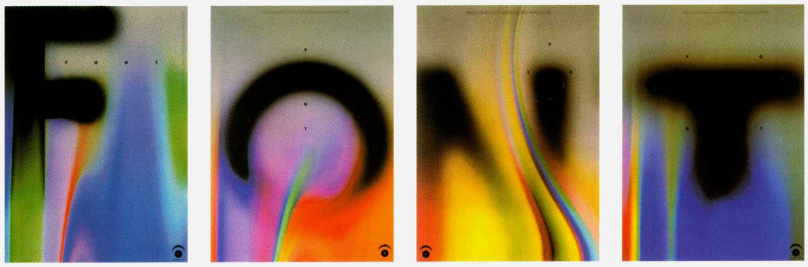




PRIMER PREMIO
Cartel político social
Lukova, Luba
Sudán
USA



PRIMER PREMIO
Cartel cultural
Ferrand, Ernesto
La muerte de un burócrata
Cuba



PRIMER PREMIO
Cartel comercial
Katsui, Mitsuo
F, O, N, T, de la fuente
Morisawa
Japón



FÉLIX BELTRÁN CUBA/MÉXICO
Integra el American Institute of Graphic Arts y el Type Directors Club de Nueva York.

La historia del cartel muestra en todas sus etapas una constante, la persuasión. Se ha enfrentado al surgimiento creciente de múltiples medios, en los cuales se aprecia la existencia de innumerables influencias.

Una de las etapas de mayor florecimiento de este género gráfico se dio en la década del 20, cuando el cartel de Europa central tuvo enorme trascendencia sobre otros medios, y como consecuencia de sus propiedades y simplicidad constituyó una especie de escándalo en las calles, una exposición de pintura para quienes las transitaban.

En años recientes, el desarrollo de nuevos medios ha obedecido al crecimiento acelerado de las comunicaciones, así como a sus necesidades de expansión para llegar a los lugares más distantes del mundo, como nunca antes a lo largo de la historia. Frente a estos retos, el cartel intenta trascender y entrar en los espacios interiores. También tratará de acentuar efectos especiales por medio de las variadas posibilidades y opciones que ofrecen los procesos de impresión.

En estas condiciones de competencia entre los medios impresos, el futuro del cartel tendría que ser, en cuanto a sus efectos especiales, más atractivo, además de acrecentar sus dimensiones, para interesar a un público que puede resultar indiferente acosado por tanta contaminación provocada por la propia

competencia. El desarrollo antes mencionado sería insuficiente si el cartel del futuro no estableciera una comunicación precisa que persuadiese a ese público desinteresado sobre los conceptos que expresa.



TADANORI YOKOO JAPÓN
Diseñador gráfico reconocido por sus exposiciones internacionales.

Quizás el cartel prevalezca sobre todos los medios de comunicación masiva. Desconocemos cómo cambiará su papel dentro de una sociedad que se inicia en la era de Internet. El cartel, como medio masivo, podrá ampliar su campo aun más, gracias al desarrollo y constante cambio de las ciudades, para luego crecer en la conciencia de las personas.



KARI PIIPPO FINLANDIA
Especializado en afiches, miembro de la Alliance Graphique Internationale de París.

Es fácil explicar con palabras un buen cartel, pero es mucho más complejo realizarlo. Los carteles son símbolos individuales que se comunican de manera directa o por medio de metáforas.

Un cartel exitoso es interesante, vistoso y comprensible cuando alguna porción de la imagen se transmite al público en forma instantánea. En ese momento se abren otras dimensiones para el espectador, aunque sólo suceda en unas pocas personas. Como diseñador de carteles, creo que existe el peligro de volverse excesivamente especializado. Por ejemplo, cuando Einstein pensó: «Dios mío, este Universo con todas sus maravillas se resume en $E = mc^2$», no se detuvo a pensar si ese concepto luciría mejor con la tipografía Futura o Antiqua. Si bien nuestras ideas resultan más sencillas que ésta, nos detenemos en los matices para encontrar alguna respuesta a lo largo de un proceso de diseño. La tipografía que se utilice carecerá de importancia si realmente contamos con una idea original, ingeniosa e idónea.

En todo caso, un buen cartel respeta la inteligencia del espectador y proporciona una experiencia visual. El cartel se expresa con su propia voz, en forma breve y libre. Son parte de una cultura visual y, como signos sumamente visibles, moldean nuestro entorno y evidencian algo acerca de su época. Aun así, son internacionales por su expresión y pueden ser comprendidos en todo el mundo. Un cartel recibe siempre la atención que merece.



NIKLAUS TROXLER SUIZA
Destacado afichista. Integra, entre otras entidades, el Type Directors Club de Nueva York.

De mis lápices de colores fluye una inagotable vitalidad. De la misma manera que los músicos tocan sus instrumentos de viento a través de lengüetas, percuten el tambor en las pieles o tañen las cuerdas de tripa. Del mismo modo que los logotipos, las figuras humanas o las claves de música sirven para estimular y generar nuevas melodías, colores y sonidos variados.

Los colores blanco y negro de las teclas del piano, el brillante saxofón con sus amplios registros, son estándares que despliegan la imaginación y constituyen medios para estimular constantemente el diseño que realizo; de esta manera me convertí en diseñador de carteles.



KEN CATO AUSTRALIA
Director de Cato Design Inc. Preside la Alliance Graphique Internationale de París.

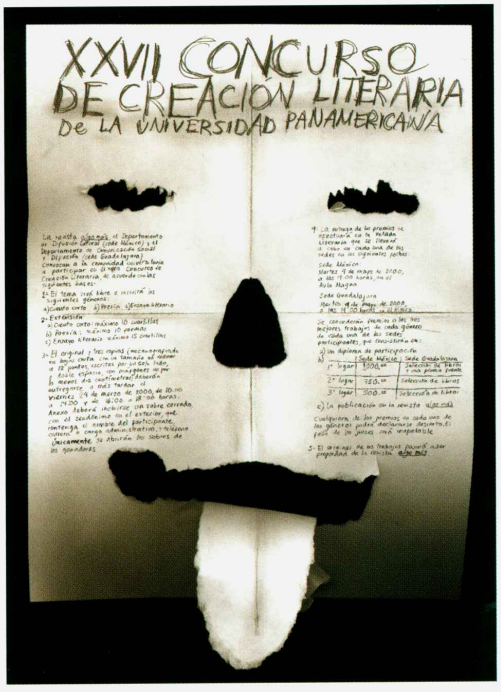
El espacio digital ha vuelto a definir el papel que desempeña el cartel. Las carteleras del futuro serán electrónicas.

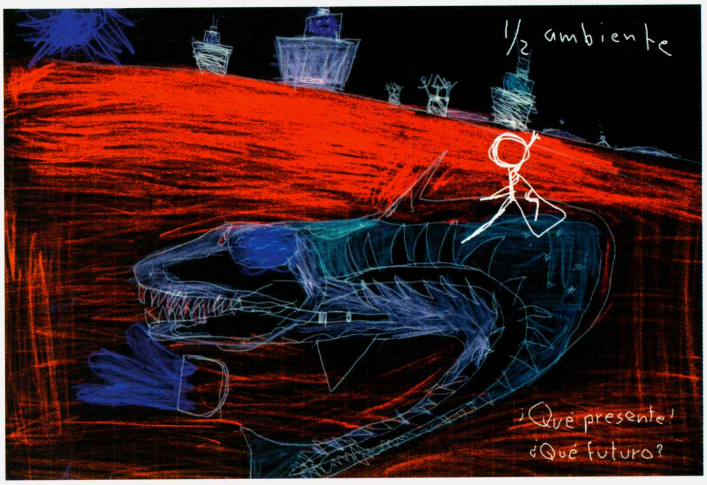


LUIS ALMEIDA MÉXICO
Miembro del Consejo de Diseñadores Gráficos de México.

Desde sus inicios, el hombre ha buscado comunicarse por medio de imágenes. La pintura rupestre es una muestra clara de esta búsqueda, lenguaje mediante el cual se transmitieron conocimientos, se efectuaron rituales o se invocó a las fuerzas de la naturaleza.

La imagen es un proceso de lectura que responde a un espectador, quien decodificará su significado. Así, los sistemas de señales internacionales, que deben ser interpretados por diversas culturas, son prueba de que la humanidad, sea cual fuere su raza o credo, puede comunicarse de manera icónica. También existen imágenes universales, como Marilyn Monroe, Mao Tsé-tung, el Che Guevara, la explosión atómica en Hiroshima, una paloma, etc., que nos llegan desatando asociaciones de





PREMIO CARLOS LOZANO
Cartel cultural
Magallanes, Alejandro
XXVI Concurso de creación literaria

PRIMER PREMIO
Cartel inédito
Pérez, Javier / Pérez, Marco
Medio Ambiente
México

SEGUNDO PREMIO

1 Cartel cultural Matthies, Holger, Spurlos desaparece sin dejar huella, Alemania
2 Cartel comercial Pócs, Péter, La quesería de Tomás T. Nagys, Hungría.
3 Cartel político Faldin, Alexander, Antifumadores, Rusia.

TERCER PREMIO

4 Cartel cultural Saito, Makoto, Amanecer-Ocaso de Yusaku Kamekura, Japón.
5 Cartel comercial Claude, Kuhn Mercado de pulgas en Aarberg, Suiza
6 Cartel político social Barrera, Eduardo, «México 1968-1998» Movimiento estudiantil '68, México.



1



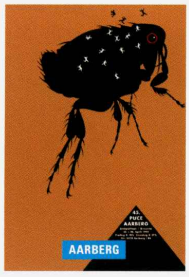
2



3



4



5



6

información social o cultural que conforman al espectador de manera diferente, ya que él es el que realiza su personal lectura de la imagen.

La imagen debe ser rápida y eficaz para comunicar, emocionar o atraer nuestra atención; es la materia básica del lenguaje del cartel. El manejo consciente de la imagen define a su autor, diseñador, fotógrafo o ilustrador, un narrador por excelencia, que buscará proponer diferentes lecturas. Esta búsqueda justificará el esfuerzo de los «poetas visuales», que gracias a este medio se asemejan al hombre de las cavernas, para proyectarse hacia nuevas etapas de comunicación en un espacio cibernético.



ALAIN WEILL FRANCIA
Semiólogo y sociólogo del arte y la literatura. Curador de diversas exposiciones.

Es imposible prever con certeza el futuro del cartel. Podemos suponer, si nuestras sociedades evolucionan en el sentido que se han propuesto, que la comunicación visual se volverá cada vez más importante.

Será similar el caso de una pieza gráfica que utilice el lápiz o la computadora, o bien que el cartel se imprima sobre papel o plástico. En estos casos el problema es el mismo, es decir, mostrar la expresión gráfica de una idea. Lo relevante para el cartel será que existan personas que lo consuman y espacios donde puedan colocarse; el hecho de que la imagen esté impresa o se proyecte sobre una pantalla carece de relevancia.

El proceso de globalización, que obliga a la difusión masiva, es el que plantea algunos problemas. Ciertas empresas multinacionales presionan para que se consuma el mismo producto (hecho que se incrementa año tras año) desarrollado con una idea única para regiones diferentes. La verdadera incertidumbre frente a este hecho es la continuidad del arte gráfico de autor, que sólo puede sobrevivir si su audiencia subsiste, si mantiene una forma que pueda escapar al estereotipo.

El futuro del cartel está relacionado con el lugar que ocupa el individuo en la sociedad. El acceso a nuevas herramientas plantea menos problemas para los medios de producción que constituyen los elementos esenciales que los productores y consumidores de imágenes deberán tener en cuenta para proteger la identidad del cartel.



ALDO COLONETTI ITALIA
Filósofo e historiador, teórico del arte, el diseño y la arquitectura.

El porvenir del cartel será eficiente para ciertos tipos de información. Según la idea de comunicación que nos interesa, puede ser todavía un medio de gran utilidad. Ello dependerá del lenguaje que utilice. Si no recupera su identidad, será un lenguaje disminuido para convertirse apenas en un elemento agregado y secundario que sólo servirá para otra clase de comunicación...



IVAN CHERMAYEFF ESTADOS UNIDOS
Diseñador, ilustrador y pintor. Fue directivo del MOMA de Nueva York.

Los carteles se volverán cada vez más escasos y sólo serán una voz distante y disminuida. A largo plazo, el futuro de este género gráfico será sombrío. De todas maneras, en los carteles siempre prevalecerá la excelencia gráfica, y ello resultará suficiente para que continúen como género en un futuro previsible.



MIECZYSLAW WASILEWSKI POLONIA
Destacado afichista, reconocido por la Bienal Internacional del Cartel en Varsovia.

En esta época, los carteles creativos de Polonia no se encuentran en la calle; con frecuencia se los puede ver en las galerías y museos. Las carteleras que no están destinadas al comercio resultan novedosos medios para desarrollar la problemática social y conviven con publicidades que muchas veces resultan de mal gusto. Por ello, si un cartel refleja situaciones importantes, que el autor sabe plasmar con identidad, éste permanecerá vivo, presente.

La información del artículo fue cedida por Xavier Bermúdez, de Trama Visual AC, México.

JULIO

C

WORKSHOPS DE CALIGRAFÍA FORMAL: INTRODUCCIÓN A LA CALIGRAFÍA Y CALIGRAFÍA EXPERIMENTAL.
DURACIÓN 2 meses, con clases de dos horas semanales.
CUPOS 4 o 5 personas por clase.
CONTACTO Marina Soria
TELÉFONO 4804 5731
E-MAIL marinasoria@sinectis.com.ar

C

CURSOS DE CALIGRAFÍA
Introducción a la caligrafía: *Fundacional*. Itálica: *Del humanismo a la contemporáneo*. Unciales y ornamentos celtas.
CONTACTO Fabián Sanguinetti
TELÉFONO 4583 6247
E-MAIL fsdg@arnet.com.ar

E AL 15

"BEYOND PRECONCEPTIONS. THE SIXTIES EXPERIMENT." Exposición de obras de Joseph Beuys, Ligia Clark, Víctor Grippo, Hélio Oiticica, Sol LeWitt, Cildo Meireles y otros artistas.
LUGAR Museo de Arte Moderno de Buenos Aires (MAMBA) / Av. San Juan 350, Buenos Aires
TELÉFONO 4361 1121
E-MAIL mamba@xlnet.com.ar

E AL 20

DE PICASSO A BARCELÓ. Obras de la colección del Museo Reina Sofía de Madrid.
LUGAR Museo Nacional de Bellas Artes / Av. del Libertador 1473, Buenos Aires
TELÉFONO 4803 8814/7

E AL 31

"BLACK BOX RECORDER." MUESTRA DE VIDEOS CREADOS POR ARTISTAS INGLESES. Mark Wallinger, Roddy Buchanan, Adam Chodzko, Mark Dean y Stephen Murphy, entre otros.
LUGAR Museo de Arte Moderno de Buenos Aires (MAMBA) / Av. San Juan 350, Buenos Aires
TELÉFONO 4361 1121
E-MAIL mamba@xlnet.com.ar

DEL 3

E AL 5/8

MUESTRA COLECTIVA DE OCHO AUTORES EMERGENTES ARGENTINOS. FotoGalería del Centro Cultural General San Martín.
LUGAR Av. Corrientes 1530, Buenos Aires
TELÉFONO 0800 333 5254
WEB http://www.teatrosanmartin.com.ar

DEL 10

F AL 14

I ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ESCUELAS DE DISEÑO.
LUGAR La Habana, Cuba
CONTACTO Ing. Hilda Maceira

AGOSTO

E AL 7

PUNTOS DE PARTIDA: CONECTANDO CON EL ARTE CONTEMPORÁNEO. La exhibición agrupa obras de Gerhard Richter, Louise Bourgeois, Jenny Holzer, Robert Rauschenberg y Andy Warhol, entre otros.
LUGAR San Francisco Museum of Modern Art / San Francisco, California, Estados Unidos
FAX 415 357 4037
WEB http://www.sfmoma.org

E AL 12

"FIGHTING WORDS: PROVERBIOS EN LOS ESTANDARTES ASAFO DE GHANA." La muestra está dedicada a mostrar esta clase de estandartes creados por el pueblo fante, originario de la zona costera de Ghana. Las piezas se caracterizan por sus vivaces representaciones pictóricas de la sabiduría y el ingenio de la tradición oral.
LUGAR The Textile Museum / 2320 S Street NW, Washington DC, Estados Unidos
E-MAIL info@textilemuseum.org
WEB http://www.textilemuseum.org

E

"BETWEEN THE LINES: OBRAS CON PALABRAS POR ROLAND BERNIER." Por más de treinta años este escultor y fotógrafo ha estado realizando trabajos con técnicas mixtas, explorando cómo las letras individuales se juntan para formar las palabras; su objetivo es hacer que los observadores vean a ambas como formas geométricas y no como portadoras de significado.
LUGAR The Denver Art Museum / Denver, Colorado, Estados Unidos
WEB http://www.denverartmuseum.org

E

"DIEZ DISEÑADORES SUECOS." En 1970, diez diseñadores textiles suecos se unieron para crear su propia empresa y así producir telas impresas con una impronta artística. Esos materiales los usaron para renovar conceptualmente tanto el diseño de interiores y de mobiliario como la indumentaria y una rica variedad de pequeños objetos funcionales.
LUGAR Nationalmuseum / Estocolmo, Suecia
WEB http://www.nationalmuseum.se

E AL 26

MARIO PODESTÁ: FOTOGRAFÍAS.
LUGAR Palais de Glace / Posadas 1725, Buenos Aires
TELÉFONO 4804 1163

E

DANCING ON THE ROOF: FOTOGRAFÍA EN LA BAUHAUS (1923-1929). Imágenes creadas por Lázló Moholy-Nagy, Lux Feininger, Umbo y otros, que reflejan el dinamismo y la turbulencia de la época y el optimismo, la energía y las libertades experimentales de la vida y el trabajo en la Bauhaus.
LUGAR The Metropolitan Museum of Art / Nueva York, Estados Unidos
WEB http://www.metmuseum.org

E AL 28

"TOROLAB." Exhibición de proyectos de arte, arquitectura, indumentaria, diseño gráfico y música electrónica desarrollados por Torolab, el grupo de artistas y diseñadores establecidos en Tijuana desde 1995.
LUGAR Museum of Contemporary Art, San Diego / San Diego, California, Estados Unidos

SEPTIEMBRE

E AL 2

THE DENVER SALON. Muestra de obras de los integrantes de The Denver Salon, el grupo de experimentación fotográfica formado en 1993 por Mark Sink.
LUGAR The Denver Art Museum / Denver, Colorado, Estados Unidos
WEB http://www.denverartmuseum.org

E

JAMES GILLRAY: EL ARTE DE LA CARICATURA.
LUGAR Tate Britain / Millbank, Londres, Inglaterra
WEB http://www.tate.org.uk

E

ABRIGOS DE LOS PESCADORES JAPONESES DE LA ISLA AWAJI. Estas prendas representan la gloriosa tradición textil que prosperó en la isla Awaji, en Japón, hasta la primera mitad del siglo XX.
LUGAR The Textile Museum / 2320 S Street NW, Washington DC, Estados Unidos
E-MAIL info@textilemuseum.org
WEB http://www.textilemuseum.org

E AL 3

"DISEÑO DE LA X A LA Z: JERRY HIRSHBERG Y NISSAN DESIGN INTERNATIONAL."
LUGAR Museum of Contemporary Art, San Diego / San Diego, California, Estados Unidos
E-MAIL info@mcasandiego.org
WEB http://www.mcasandiego.org

DEL 4

E AL 30

DIDIER BEN LOU LOU. Fotografía contemporánea francesa.
LUGAR FotoGalería del Centro Cultural General San Martín / Av. Corrientes 1530, Buenos Aires
TELÉFONO 0800 333 5254
WEB http://www.teatrosanmartin.com.ar

DEL 7

E AL 5/12

KATHARINA FRITSCH. EXPOSICIÓN. Considerada como una de las más importantes artistas europeas de los últimos veinte años, sus obras bordean lo surrealista, pues combinan una singular visión interior con una precisión material absoluta. Al mismo tiempo, está interesada en la practicidad de lo artesanal y en las tradiciones de los movimientos Bauhaus y Arts and Crafts, y suele elaborar objetos en serie para que el público en general pueda usarlos como adornos.
LUGAR Tate Modern / Londres, Inglaterra
WEB http://www.tate.org.uk

E AL 24/2

DESDE EL AMU DARYA HASTA EL POTOMAC: BOLSOS DE ASIA CENTRAL.
LUGAR The Textile Museum / 2320 S Street NW, Washington DC, Estados Unidos
E-MAIL info@textilemuseum.org
WEB http://www.textilemuseum.org

TELÉFONO 53 7 27 20 12
FAX 53 7 27 15 74
E-MAIL bturg@tesla.ispjae.edu.cu | eventuniv@tesla.ispjae.edu.cu

E AL 12/8 **ANTONIO TÁPIES. EXPOSICIÓN.**
LUGAR Centro Cultural Borges | Viamonte esquina San Martín, Buenos Aires
TELÉFONO 4319 5359
E-MAIL ccborges@fournet.com.ar
WEB http://www.ccborges.com

DEL 13

S AL 15 **TYPECON 2001: TERCERA CONFERENCIA ANUAL DE LA SOCIETY OF TYPOGRAPHIC AFICIONADOS (SOTA)**
LUGAR Four Points Sheraton, Rochester | Nueva York, Estados Unidos
E-MAIL info@typecon2001.com
WEB http://www.typecon2001.com

DEL 18

E AL 31/8 **POP IMPACT! DE JOHNS A WARHOL** Obras provenientes del Museo Whitney de Nueva York.
LUGAR Museo Nacional de Bellas Artes | Av. del Libertador 1473, Buenos Aires
TELÉFONO 4803 8814/7

DEL 20

E AL 30/9 **"AUTORRETRATOS DE MORIMURA: UN DIÁLOGO INTERIOR CON FRIDA KAHLO."**
Yasumasa Morimura ha ganado prestigio internacional por sus «autorretratos», que consisten en reproducciones de famosas pinturas donde los rostros de los protagonistas son reemplazados por su propio rostro. Este proyecto, cuya elaboración demandó diez años, rinde homenaje a la extraordinaria artista mexicana e incluye 40 fotografías en gran escala y obras en video y técnicas mixtas.
LUGAR Hara Museum of Contemporary Art | Tokyo, Japón
E-MAIL harainfo@ka2.so-net.ne.jp
WEB http://www.haramuseum.or.jp

DEL 30

E AL 1/7 Vence la recepción de obras para participar en la 90ª edición del Salón Nacional de Artes Visuales 2001. Arte textil, fotografía, instalaciones.
INFORMES Salas Nacionales de Exposición, Palais de Glace | Posadas 1725, Buenos Aires
TELÉFONOS 4804 1163/4324 4805 4354
FAX 4801 9014
E-MAIL snc@cultura.gov.ar

E-MAIL info@mcasandiego.org
WEB http://www.mcasandiego.org

DEL 1

C Inicio de cursos en Espacio Buenos Aires: diseño de interiores, vidrierismo, diseño de espacios comerciales, iluminación y diseño de zapatos.
LUGAR Florida 835, 3° piso, Buenos Aires
TELÉFONOS 4311 8483/8484, de lunes a viernes de 12 a 20 horas
E-MAIL espaciobuenosaires@ciudad.com.ar
WEB http://www.espaciobuenosaires.com.ar

E AL 31 **OTTO DIX. EXPOSICIÓN.**
Rodin en la Argentina. Exposición.
LUGAR Museo Nacional de Bellas Artes | Av. del Libertador 1473, Buenos Aires
TELÉFONOS 4803 8814/7

E AL 31/11 **DRESS REHERSAL: ORÍGENES DE THE COSTUME INSTITUTE.** Selección de piezas especiales de vestimenta y accesorios pertenecientes a la colección del museo.
LUGAR The Metropolitan Museum of Art | Nueva York, Estados Unidos
WEB http://www.metmuseum.org

DEL 9

C AL 26 **"CALÍGRAFOS DE LA CRUZ DEL SUR EN EL DESIGN."** Muestra de caligrafía en el Buenos Aires Design Center.
LUGAR Av. Pueyrredón 2501 1° piso, Buenos Aires
HORARIOS lunes a sábado de 10 a 21 horas, domingo de 12 a 21 horas
E-MAIL caligrafos@bigfoot.com

DEL 14

C AL 30/10 **CURSO DE CALIGRAFÍA CANCILLERESCA.** Escritura cursiva del 1500.
CONTACTO María Eugenia Roballos
TELÉFONO 4832 5831
E-MAIL m.eugenia.roballos@usa.net

DEL 25

E AL 30/9 **PHOTOFESTIVAL NOORDERLICHT 2001**
LUGAR Groningen, Holanda
E-MAIL info@noorderlicht.com
WEB www.noorderlicht.com

DEL 12

S AL 14 **CONGRESO DE ICOGRADA: CONTINENTAL SHIFT 2001.**
LUGAR Johannesburgo, Sudáfrica
CONTACTO Design South Africa
FAX 27 11 408 3951
E-MAIL dsa@liberty.co.za
WEB http://www.woza2001.co.za

DEL 14

E AL 31/1 **SHIRIN NESHAT.** Exposición de la obra de esta directora de cine y fotógrafa iraní, establecida en los Estados Unidos desde los 70. Neshat obtuvo reconocimiento mediante una serie de fotografías que cuestionaban el papel de la mujer en la cultura islámica. Desde fines de los 90, ha realizado varias películas y video instalaciones donde explora las relaciones entre hombres y mujeres a través de los temas del exilio, la segregación, el aislamiento y la comunicación.
LUGAR Irish Museum of Modern Art | Dublín, Irlanda
E-MAIL info@modernart.ie
WEB http://www.modernart.ie

DEL 20

E AL 16/12 **"SURREALISM: DESIRE UNBOUND."** La exposición está concebida como un estudio histórico de la importancia del tema del deseo en el surrealismo. Podrán apreciarse obras icónicas de este movimiento creadas por De Chirico, Duchamp, Max Ernst, Dalí, Giacometti, Magritte y Man Ray, entre otros.
LUGAR Tate Modern | Londres, Inglaterra
WEB http://www.tate.org.uk

DEL 24

F AL 21/10 **FERIA DEL MUEBLE**
LUGAR IVAM Instituto Valenciano de Arte Moderno, Centre Julio González | Guillem de Castro 118, Valencia, España
WEB http://www.ivam.es

DEL 28

C AL 30 **FIN DE SEMANA CALIGRÁFICO.** *Workshop* de caligrafía experimental en una estancia en Gualeguay, a 290 km de Buenos Aires. 16 horas de clase, charlas con diapositivas y video. Minibiblioteca y exhibición de trabajos de «Calígrafos de la Cruz del Sur».
Cupo máximo, 15 personas
Incluye alojamiento, comida y traslados
E-MAIL caligrafos@bigfoot.com

REFERENCIAS **C CURSOS/CONCURSOS E EXPOSICIÓN/MUESTRA/INSTALACIÓN/EXHIBICIÓN F FESTIVAL/ENCUENTRO/TALLER R RETROSPECTIVA S SIMPOSIO/CONFERENCIA/SEMINARIO/FORO**

Para mandar información acerca de cursos, conferencias, etc., comunicarse por e-mail a info@tipografica.com

Caligrafos de la Cruz del Sur recomienda sitios y direcciones para comprar libros, revistas y materiales de caligrafía. Se pueden solicitar catálogos e información vía e-mail.

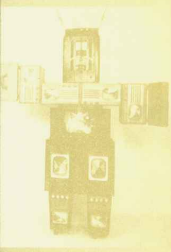
John Neal Bookseller
Un lugar tradicional para comprar libros, herramientas, papeles y todo tipo de materiales para la caligrafía. Es distribuidor y editor de la reconocida revista de caligrafía Letter Arts Review.
LUGAR 1833 *Spring Garden Street, Greensboro,* NC 27403 , USA
TELÉFONO 336 272 6139 FAX 336 272 9015
E-MAIL *info@JohnNealBooks.com*
WEB *http://www.johnnealbooks.com*

Paper&Ink Books
Tiene disponibles herramientas y libros de caligrafía. Los materiales y catálogos se pueden solicitar a:
LUGAR 3 *North Second Street, Woodsboro,* MD 21798, USA
E-MAIL *info@paperinkbooks.bizland.com*

The House of Rice Store
En este sitio se podrá encontrar todo tipo de herramientas para la caligrafía oriental.
WEB *http://www.houserice.com/japsumpainse.html*

Le Calligraphe
Un sitio donde se podrán encontrar materiales para la caligrafía.
LUGAR 84 *rue de Charenton,* 75012 *París, Francia*
RCS*Paris* B 418 141 651

LOS MUNDOS DE NAM JUNE PAIK



La muestra que se exhibió el año pasado en Nueva York y que reúne las principales obras del padre del video arte podrá apreciarse hasta el 23 de septiembre en el Museo Guggenheim Bilbao.

Nacido en Seúl, Corea, en 1932, Nam June Paik ha pasado la mayor parte de su vida creativa en Europa y en los Estados Unidos. Después de estudiar música e historia del arte en la Universidad de Tokio, Paik se trasladó a Alemania, donde tuvo oportunidad de conocer al compositor John Cage. Las complejas inquietudes presentes en el pensamiento de Cage encontraron un claro reflejo en la búsqueda de Paik de un nuevo planteamiento del arte. En 1963 presentó su primera exposición en solitario en Wuppertal, Alemania. La muestra incluía televisores manipulados, así como obras de video interactivas que transformaron radicalmente la relación de los espectadores con el medio. En 1964 se trasladó a Nueva York, donde prosiguió sus investigaciones con la televisión y el video. A fines de los 60, Paik estaba al frente de una nueva generación de artistas dedicados a la creación de un lenguaje estético basado en la televisión y las imágenes en movimiento. Durante las dos décadas siguientes trabajó también como profesor, sin descuidar sus colaboraciones con artistas del renombre de Laurie Anderson, Joseph Beuys, David Bowie, John Cage y Merce Cunningham. A pesar de haber sufrido una apoplejía en 1996, con la ayuda de su esposa, la artista Shigeko Kubota, continúa desarrollando excepcionales proyectos para la comprensión de la imagen en movimiento.

LUGAR Museo Guggenheim Bilbao / Abandoibarra, 2
48001 Bilbao, España
WEB http://www.guggenheim.org/

II JORNADAS FOTOGRAFÍA Y SOCIEDAD

La Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA anunció la realización de las II Jornadas Fotografía y Sociedad. Su objetivo será brindar un ámbito de reflexión en torno a la fotografía, entendida como práctica y producto cultural y, por lo tanto, atravesada por múltiples relaciones sociales. En este sentido, son diversos los discursos y puntos de vista teóricos que pueden dar cuenta de «lo fotográfico»: la filosofía, la historia, la sociología, la semiología, la historia del arte, el psicoanálisis, la economía, el derecho, entre otros.

En su primera edición, las Jornadas articularon estos abordajes a través de la intervención conjunta de fotógrafos y panelistas provenientes de las distintas disciplinas, en mesas redondas cuyos temas atravesaron los planos estético, histórico y político. Para esta ocasión se sumará a los paneles la presentación abierta de los trabajos. Podrán presentarse trabajos de investigación que supongan algún aporte original. Se admitirá sólo una ponencia por participante. El Comité Académico, conformado por la Lic. Ana Longoni, la Lic. Silvia Pérez Fernández y el Sr. Daniel Ponce, se encargará de la selección y ordenamiento en paneles de las ponencias presentadas. Los trabajos aceptados se editarán en un CD-Rom que será distribuido en el transcurso de las Jornadas.

Las II Jornadas Fotografía y Sociedad se realizarán entre el 28 y el 29 de septiembre de 2001 y la asistencia será abierta y gratuita. La fecha límite para la presentación es el 15 de agosto, y el anuncio de la selección de ponencias y la conformación de las mesas se hará el 14 de septiembre.

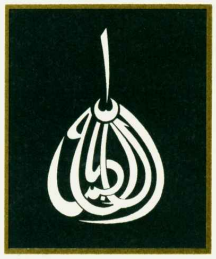
LUGAR Facultad de Ciencias Sociales (UBA), Dirección de Cultura. Marcelo T. de Alvear 2230, 5° piso, oficina 509.
CONTACTO Mariela Alberghini y Ana Mangialavori.
TELÉFONO 4508-3800, int. 164 (de 11 a 18 h).
E-MAIL fotoysociedad@sion.com

OPEN CITY: FOTOGRAFÍAS URBANAS 1950-2000

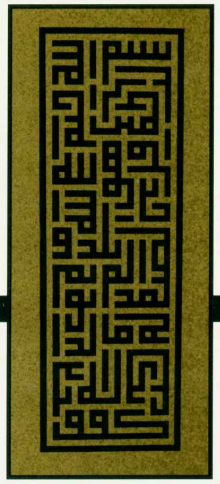
Hasta el 15 de julio podrá verse esta exposición que revisa los desarrollos producidos en la fotografía urbana desde los años 50 con los trabajos de Robert Frank. Frank abandonó la sugerencia aceptada hasta entonces de que el fotógrafo era una presencia invisible que sólo registraba un hecho que estaba sucediendo. Sin insertarse dentro del marco, incorporó una autorreferencia implícita de la presencia del fotógrafo como observador, un acercamiento que fue llevado más allá por la postura irónica y, a veces, contestataria de William Klein, Nigel Henderson, Roy DeCarava y Garry Winograd. Esto fue seguido por una nueva corriente de fotografía de moda –manifestada en las obras de Richard Avedon– que buscaba una espontaneidad al estilo de los *paparazzi* y una reflexión autoconsciente hacia los vocabularios establecidos de la fotografía urbana.

LUGAR Museum of Modern Art, Oxford
WEB http://www.moma.org.uk

1 La imagen del mate corresponde a una representación caligráfica que permite escribir y dibujar al mismo tiempo.
2 Ejemplo de escritura monumental.
3 El caligrafo puede intervenir sobre los signos alargando los trazos sin límites.



1



2

Devoto por las letras

NADINE YOUSSEFIAN Y MARÍA EUGENIA ROBALLOS

Ricardo Panizza es el único calígrafo árabe en la Argentina. Allí inició sus estudios de caligrafía de manera autodidáctica. Vivió varios años en distintos países de Medio Oriente y en sus primeros contactos con las manifestaciones caligráficas decidió reproducir esta técnica milenaria sin tener formación artística. Panizza adhiere a los principios de la Escuela Sufí.

Su relato recuerda las antiguas prácticas de los calígrafos medievales que alternaban la vida religiosa con el oficio artístico. Mientras explica las técnicas de la caligrafía árabe, nunca deja de mencionar su aspecto místico, religioso y metafísico, esta vinculación inseparable entre arte y religión que será esencial para comprender los alcances de esta profesión.

¿Cuál es la importancia de la caligrafía para la cultura árabe?
Es considerada el arte de mayor importancia del Islam; la arquitectura se encuentra en segundo lugar. Así lo confirma el primer mandato coránico que comienza diciendo: «Lee». Luego el texto continúa: «en el nombre del Señor *[...]*. El que enseñó por medio del cálamo *[...]*. Enseñó al hombre lo que no sabía». La escritura árabe es un arte sagrado porque revela y difunde la palabra de uno de los libros sagrados del Islam. El embellecimiento y ornamentación de la letra es para impactar: primero, a la vista, por lo hermoso; segundo, al intelecto, al leer el texto, y tercero, al alma por el mensaje sagrado. Por motivos religiosos, los árabes no pueden representar imágenes en sus templos. Esto sería un pecado de asociación, es decir, tomar una figura y transformarla en Dios, olvidando al Dios verdadero en el proceso. Para evitar este pecado la representación de figuras está formada por letras y no por imágenes, permitiendo también la lectura de un mensaje sagrado. En la tradición de los calígrafos árabes, cada maestro elegirá entre todos sus alumnos a uno solo para que sea su sucesor.

¿Cómo se compone el alfabeto árabe?
Son veintiocho formas básicas, un fonema y veintidós puntos. Se lo llama alfabeto lunar por la asociación entre la cantidad de letras y los veintiocho días en los que cambia la luna. A diferencia del castellano, tiene sonidos guturales. Las letras se dividen en dos grupos: las de la mano izquierda y las de la derecha; además, se agrupan en fuertes y débiles. Estas últimas necesitan de puntos para ser reconocidas.

Las letras se reducen a una línea indivisible y única. La concepción de veintiocho caracteres se fundamenta en la idea de multiplicidad del mundo, hacia una unidad divina, la primera letra del alfabeto. Su nombre es Alif y constituye una unidad impar e indivisible.

¿Cuál es la diferencia entre la caligrafía árabe y la occidental?
En la caligrafía occidental, si escribo una palabra cambiando de lugar el orden de las letras, la palabra cambia su sentido, pasando a ser otra palabra. En la caligrafía árabe esto no sucede así, el orden de las letras no modifica la lectura de la palabra. Por la estructura que tienen estas letras uno sabe cuándo una letra es final, cuándo es medial y cuándo es principal. Generalmente la última letra de una palabra tiene trazos descendentes. Así nunca pierden el significado, permitiendo «jugar» con las letras aun en los textos sagrados, llevándolas a extremos que la caligrafía occidental no permite. Se escribe de izquierda a derecha, de la mano de la reflexión a la mano del corazón.

¿Cuáles son los instrumentos que usualmente se utilizan?
Los instrumentos de trabajo básicos son el cálamo o la caña y a veces el pincel. La caña es el más usado y se lo asocia con la idea de hombre: no puede ser demasiado rígida para que no se rompa o inflexible en su desarrollo, ni demasiado blanda para no acomodarse a todas las circunstancias y no ser aplastada por ellas.

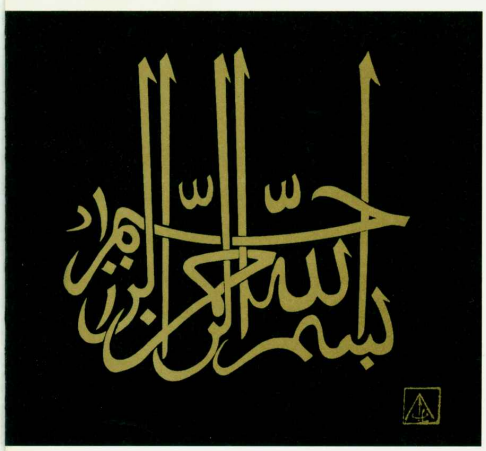
La caña tiene que tener un equilibrio con respecto a la mano del calígrafo. Ni más larga, ni más corta, su objetivo es mantener una armonía en el texto. La ranura de corte en sentido perpendicular a la punta de la caña tiene que ser de la misma medida que el diámetro de la caña. Para realizar una letra se toma el cálamo, se lo moja en un tintero con una almohadilla y se le da la cantidad justa de tinta. Así se comienza a escribir. Cada vez que se carga el cálamo para continuar con la escritura, para el calígrafo es un momento de reflexión.

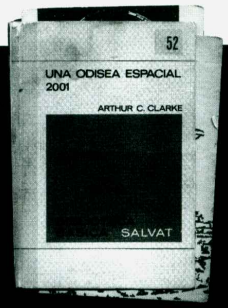
¿Trabaja a partir de un diseño conceptual?
Nunca estudié nada de diseño; la letra misma me va llevando. El diseño aparece en mi mente como una imagen. En el momento de decidir qué es lo que quiero hacer puedo elegir entre trescientos estilos caligráficos, una alegoría que coincide con la gran expansión que el Islam tuvo en el mundo. Hubo pueblos que adaptaron su idiosincrasia al islamismo y cambiaron totalmente el aspecto de las letras, haciéndolas parecer otro idioma.

Un estilo muy particular y muy ornamentado es el llamado diwan, que se usaba para escribir decretos y mandatos en las cortes de los sultanes. Existe una escritura más rápida, una especie de cursiva, en la que se utiliza el cálamo, distinta de la escritura monumental basada en formas geométricas y que requiere un planteo previo. De estos cálculos geométricos resultan letras dibujadas pero trabajadas con instrumentos de medición. Excepto estas últimas, las letras mantienen siempre una relación entre el ancho del cálamo y la altura del cuerpo.

Ricardo Panizza no es árabe, sin embargo enseña su caligrafía, ya que para hacer letras sólo necesita «estar enamorado de ellas».

3





Una odisea espacial 2001
ARTHUR CLARKE, BIBLIOTECA BÁSICA SALVAT
1970, 185 PÁGINAS

bibliográfica



FERNANDO CARBALLO
Desde 1996 trabaja en el estudio Cases, en diseño de medios como CLARÍN, OLÉ, EL OBSERVADOR DE MONTEVIDEO, LANCE! de Brasil, O ESTADO DE SÃO PAULO, DIARIO SPORT de Barcelona, entre otros. Actualmente reside en Barcelona y se dedica al diseño en Internet y multimedios.

Vemos a Moonwatcher caminar por una sabana africana persiguiendo una presa millones de años después de haber visto el gran monolito de estrellas; también lo hace en Bombay en una espesa tarde de verano. Ahora toma un taxi en la Nueve de Julio en dirección al río, después entra en un Banelco y compra el diario en un quiosco de Belgrano. Moonwatcher también mira al cielo, quiere alcanzar las estrellas y este pensamiento lo conmueve profundamente...

Recuerdo haber visto el filme antes de leer el libro, una noche clara en un autocine de la Panamericana a la altura de Olivos en un 2cv verde, cuando era muy chico. Había quedado impresionado por las imágenes de Moonwatcher, el homínido que inicia las primeras escenas del maravilloso filme de Kubrick. Los Simpsons harían una salvaje y genial parodia de esas imágenes representando una escena cumbre del género *science fiction* pos guerra fría, ya sin marcianos de color ruso.

Luego, diez años después, me llevé uno de esos libros que están en todas las bibliotecas a un viaje por playas de Brasil, esos de la colección BBS (Biblioteca Básica Salvat), esos de implacable y rotundo diseño de portada cuyas hojas se desprenden rápidamente de los lomos. Siempre que descubras en alguna biblioteca un libro de esa colección y lo encuentres sin daños es porque ese libro aguarda ser leído.

El libro de Clarke es una exquisita invitación al enigma página tras página, un gran secreto que late subyacente dentro del relato, como una fuerza oculta que irá creciendo dentro del libro, provocando una forma de tensión de gran impacto. Nos ofrece, a la manera de Verne o H. G. Wells, escenas de literatura de vislumbre, es decir, esa capacidad de algunos escritores de detenerse en el tiempo y ver más allá del mezquino círculo de lo cotidiano.

Contiene elementos de los policiales más frenéticos, con asesino incluido, en los que la trama atrapa de manera tan fuerte y abstracta que es imposible ofrecer resistencia, pero posee a la vez –a pesar de su origen marcadamente cientificista– un interior tan perturbador, tan inmenso, tan rico y tan antiguo como el pensamiento y la búsqueda de los enigmas de los orígenes en el ser humano.



Dot Line Pixel, Thought on Cross-Media Design, de la serie Directions.
MICHELE JANNUZZI, RICHARD SMITH,
GABRIELE CAPELLI EDITORE.
44 PÁGINAS ILUSTRADAS.

DIRECTIONS 1. A través de la metodología de trabajo de Jannuzzi-Smith, uno de los estudios de diseño más innovadores e influyentes de Londres, el primero de los libros de la serie Directions describe las modificaciones surgidas a partir de los avances tecnológicos. Mientras los cambios suceden, las expectativas respecto de la tecnología interactúan simultáneamente con los medios, definiendo distintas posibilidades de utilización y límites nuevos.

En el libro se plantean preguntas poco exploradas en la actualidad, acerca de cómo se accede a la información, se la estructura y presenta; quiénes la reciben, dónde y por cuánto tiempo. El acceso y la utilización de los medios tecnológicos exigen una labor de selección, optimización y articulación de éstos por parte de los usuarios. Así resultan estrategias eficaces que intervienen en la presentación de la información en un momento destinado a la prospección: todo está disponible para quien desee llevarlo.

http://www.directions.ch



Analógico y digital
OTL AICHER, EDITORIAL GUSTAVO GILI
COLECCIÓN «HIPÓTESIS»
BARCELONA 2001, 340 PÁGINAS

Los textos traducidos por Yves Zimmermann reunidos en *Analógico y digital* conforman una importante obra acerca del diseño y la arquitectura, al tiempo que nos invitan a reflexionar sobre los diversos aspectos de nuestra vida. La compilación incluye diversos escritos filosóficos que servirán para dilucidar la lógica del diseño. Para Aicher la denominada «filosofía del hacer», inspirada en pensadores como Ockham, Kant y Wittgenstein, es el criterio básico al que debe responder todo diseño. Así, relata la experiencia de uno de ellos, Wittgenstein, y la impronta decisiva que su paso por la arquitectura dejó en investigaciones filosóficas posteriores, en las cuales el concepto de «uso» adquiere una categoría filosófica.

La percepción del mundo remitirá a una serie de complejas tensiones e influencias recíprocas entre la mirada analógica y la digital. Lo «común y corriente», lo concreto, lo que proviene de la cotidianidad, conformarán un aspecto esencial de su pensamiento, cuya base es el proceso del hacer y del proyectar sobre fundamentos racionales y sólidos.

Otl Aicher es uno de los representantes más sobresalientes del diseño moderno, cofundador de la legendaria escuela de Ulm. Su aporte como diseñador se manifiesta en las imágenes corporativas de empresas como Braum, Lufthansa o Erco. Es autor también de *Sistema de signos en la comunicación visual* y *El mundo como proyecto*, publicado también por Gustavo Gili.



Más allá del bien y del mal



Las tipografías diseñadas en 1926 por Joost Schmidt y Josef Albers combinan elementos simples con formas geométricas básicas.

Demostró una ética particular en la habilidad para reunir a las diversas ideologías de su época. Un enlace que definió los lineamientos de la enseñanza del diseño moderno.

GRISELDA FLESLER

Es interesante analizar cómo a lo largo de la historia del diseño nos encontramos con figuras que lograron conducir y encauzar diferentes voces surgidas en los momentos de grandes crisis. Walter Gropius se presenta hoy como un hombre de la Alemania de entreguerras que esboza las primeras ideas de la enseñanza de las disciplinas proyectuales.

Como miembro activo del *Werkbund*, una de las primeras asociaciones para realizar proyectos relacionados con la industria, se había ocupado de las problemáticas de la arquitectura y la industria, interesado especialmente por la educación de los proyectistas. En el estudio de Peter Beherens, donde trabajaba desde 1907, abordó un nuevo concepto de arquitectura basado en las ideas progresistas con respecto al hombre y su relación con la máquina. Para esta época delineó las bases de la construcción funcional, que se consolidarían en la Bauhaus de 1925.

Una vez finalizada la Primera Guerra Mundial, en 1919, Gropius fundó la Bauhaus de Weimar. De esta manera continuaba la ruptura con el academicismo iniciada a partir del movimiento de las escuelas de artes y oficios del siglo XIX. El ideal bauhausiano de la época se desarrollaba a partir de los esfuerzos realizados en la Revolución Industrial y el Romanticismo, que intentaban unificar la idea de la creación con el mundo del trabajo, quebrantada por la industrialización imperante. Esta unificación permitiría utilizar las actividades proyectuales como instrumento para lograr la transformación cultural y social. Existía una confianza generalizada por la cual la renovación del arte industrial mejoraría las relaciones sociales, un impulso innovador que se inició con William Morris y continuó con Gropius medio siglo después.

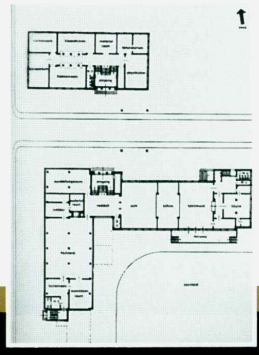
En su enérgico manifiesto fundacional, Gropius expuso que «la base indispensable para todo logro artístico es la formación artesanal básica de los estudiantes en estudios y talleres». Para Gropius el trabajo artesanal constituía el método ideal para integrarse a la realidad del trabajo y a la acción común en la industria. Esta «vuelta a la artesanía» se basaba en la idea de que «el arte no era enseñable», sino que sólo las técnicas artesanales podían ser enseñadas y aprendidas. Lo que hoy llamamos pensamiento proyectual es claramente un sucedáneo de esta problemática.

Además de reivindicar ciertos valores medievales, el inicio de la Bauhaus estuvo marcado por uno de los principales objetivos sociales de Gropius: «una arquitectura del pueblo para el pueblo». Sin embargo, este concepto es difícil de constatar en la historia de la Bauhaus. Quizá se deba entre otras cosas a la cautela política del primer director y a su firme convicción de que cualquier pensamiento partidario desmembraría la escuela.

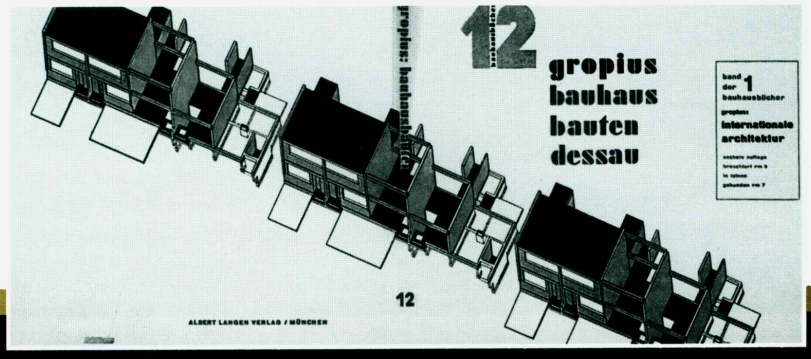
Gropius vivió en la Alemania de la primera posguerra, con sus contrastantes fermentos ideológicos. No fue casual que para escoger a los docentes de la Bauhaus no recurriera a profesionales de impetuosa carga socialista o bien a aquellos que tenían políticas más radicales de acción revolucionaria. En general, según Mario de Michelli,[1] se trataba de figuras de indiscutible valor pero más «neutrales» que «comprometidas». Este aspecto se puede esclarecer con un comentario que realizó Gropius, años más tarde, en una carta dirigida a Tomás Maldonado acerca de Theo van Doesburg.[2] «Me oponía a su entrada como profesor porque consideraba *[...]* que era excesivamente dogmático y agresivo *[...]*. Me impuse particularmente no vincular nunca al estudiante con un sistema acabado o un dogma: quería que fuese él mismo el que encontrase su propio camino, aun a través de errores o callejones sin salida.» Sin embargo, las diferentes posturas de los integrantes del cuerpo docente generaron, en los inicios, un conflicto estructural que encontró dos férreos representantes: Johannes Itten, director del curso preliminar, y el mismo Walter Gropius. Se trataba de un conflicto entre el apoyo a la expresión artística del individuo y la búsqueda de un lenguaje formal sobre la base realista y consciente que considera la necesidad de la producción masiva de una sociedad industrial altamente desarrollada. La disputa finalizó en 1923 con el despido del controvertido Johannes Itten.

A partir de este momento la Bauhaus inició una progresiva eliminación del culto a la unidad expresionista autónoma y generó un funcionalismo riguroso y sobrio, enriquecido con los aportes del constructivismo ruso y de De Stijl. Este cambio en el programa conceptual de la escuela orientó los esfuerzos para resolver los problemas vinculados con el diseño. En este sentido, el taller de tipografía y publicidad a cargo de Herbert Bayer y sus mentadas experimentaciones tipográficas constituyen uno de los ejemplos más esclarecedores.

Diversas tendencias antagónicas se enfrentaron y coexistieron en forma permanente durante la historia de la Bauhaus. Quizás uno de los mayores méritos de Walter Gropius fue haber logrado mantener en constante equilibrio las fuerzas heterogéneas y liberarlas de su cerrado dogmatismo.



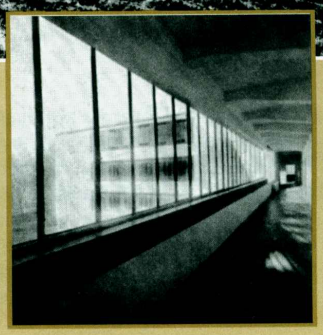
1



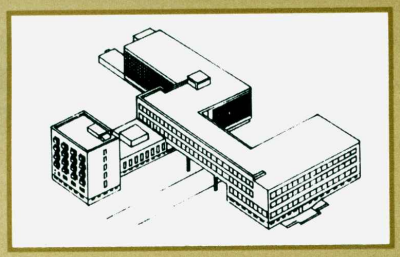
2



3



4



5

1 Vista del edificio de la Bauhaus en Dessau, de Gropius, de 1926.
2 Cubierta realizada por Moholy-Nagy para el libro *Edificios Bauhaus*, de Gropius, 1930.
3 Vista exterior y plano del edificio de la Bauhaus en Dessau. Se observan los talleres y la entrada a la escuela.
4 Corredor de comunicación del edificio de Dessau.
5 La enseñanza de la Bauhaus aparece representada en este diagrama publicado en 1923 por Walter Gropius. Se muestra una composición concéntrica del desarrollo de la estructura didáctica realizada en tres etapas: Enseñanza preliminar-Aprendizaje en el taller-Construcción.

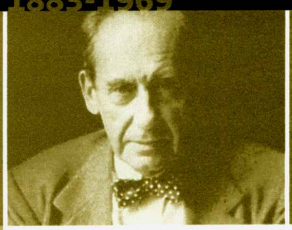
CITAS

[1] De Michelli, Mario. «Los avatares de la Bauhaus: Gropius y 'sus' artistas.» *Bauhaus*. Comunicación, Madrid, 1971.
[2] Maldonado, Tomás. «Otra vez la Bauhaus.» *Bauhaus*. Comunicación, Madrid, 1971.

REFERENCIAS

Wick, Rainer. *La pedagogía de la Bauhaus*. Madrid, Alianza Editorial, 1986.

1883-1969



Walter Gropius nace en Berlín el 18 de mayo de 1883. Una vez finalizados sus estudios de arquitectura en las universidades de Berlín y Munich, ingresa en 1907 como asistente en el estudio de Peter Beherens. En 1913, recibe en la Exposición de Amberes la medalla de oro por el amoblamiento y decoración de interiores.

Iniciada la Primera Guerra Mundial, presta sus servicios como soldado hasta 1918. Ese mismo año es llamado para tomar la dirección del Instituto Staatliches Bauhaus en la República de Weimar. Durante los diez años de su dirección, Gropius reúne a las personalidades más significativas del movimiento artístico moderno.

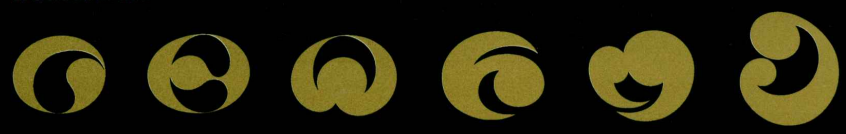
En 1928 deja la dirección de la Bauhaus y retoma en Berlín su profesión de arquitecto.

Desde 1934 Inglaterra es su refugio obligado, a causa de la llegada de los nazis al poder, y allí trabaja hasta 1937. En Norteamérica, a partir de 1937, dirige la cátedra de arquitectura en la Graduate School of Design de la Universidad de Harvard. Allí reanuda su actividad profesional en colaboración con Marcel Breuer.

Deja la Universidad de Harvard en 1953 y recibe el Gran Premio Internacional de Arquitectura en la Bienal de San Pablo.

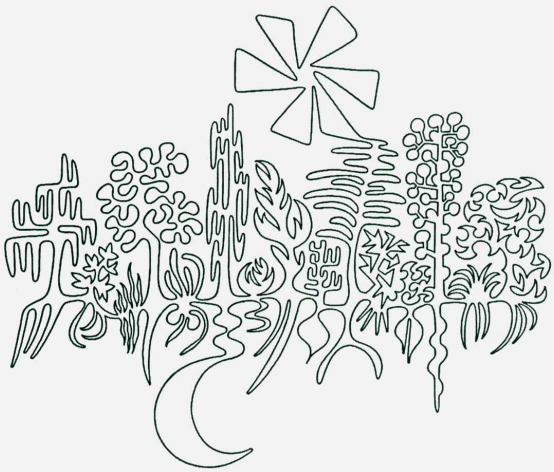
En 1955 pronuncia el discurso inaugural del nuevo edificio diseñado por Max Bill para la Hochschule für Gestaltung en Ulm, Alemania.

Muere en la ciudad de Boston en 1969.

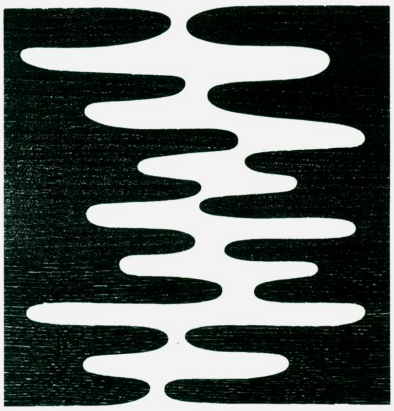


1 2 3 4 5 6

JARDINES PRIMITIVOS



GÉNESIS



1

Las formas libres de Adrian Frutiger

ALEJANDRO ROS

«La función de la conciencia puede ser definida, en términos generales, como un juego que refleja el mundo en formas simbólicas: imágenes, señales, palabras, conceptos.» Esta frase del *I-Ching* explica el sentido de los dibujos y grabados de Adrian Frutiger. Formas simples realizadas con instrumentos simples: papel, lápiz, tijeras, madera.

Frutiger dibuja espontáneamente, sin bocetos ni estudios preliminares; la mano define una idea sobre el papel. Hélices, árboles o semillas: ¿sería posible su explicación? ¿Podemos hablar de una obra evocadora y universal? La referencia temática excede países, religiones y culturas. Sin embargo, pertenece a todos ellos. Una obra que ilumina y enseña el camino de la síntesis, del ser esencialmente universal.

Durante su carrera, el desarrollo constante de un «sistema de lenguaje universal», tuvo la finalidad de vincular su expresión con infinitas conexiones universales. Adrian Frutiger ha creado formas modernas y originales que se caracterizan por la claridad particular y la definición única de cada una de ellas. El marco atemporal de este trabajo integra lo perdurable con lo existente: pasado, presente y futuro en una obra sin tiempos ni espacios.

Al igual que los caracteres de un alfabeto, los dibujos y grabados obedecen a un principio estético fundamental, el de la forma y la contraforma. Tanto el contraste de blanco y negro como la armonía del interior y el exterior serán conceptos similares al que emplea para la generación de letras, en su inagotable estudio de la legibilidad. Su expresión libre se ajusta estrictamente a la bidimensionalidad, sin contradecirse con su obra tipográfica.

La tan anhelada idea romántica del mundo, la visión capaz de leer signos para revelar la naturaleza de la existencia, permite en estos profundos relatos visuales la interpretación onírica.

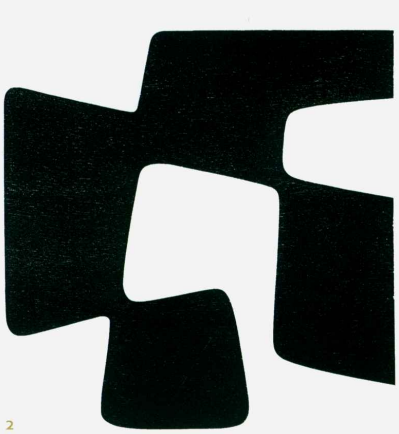
Las formas de Frutiger evocan la complejidad del mundo, expresan la idea de un todo universal cuyo conflicto se resolverá armónicamente. Presenta, con simplicidad y fuerza, este todo orgánico a la mirada de un observador paciente que por medio de la abstracción coherente y la reducción de la forma podrá leer los fundamentos y las verdades de la existencia humana. Las imágenes y episodios completos permiten comprender el ser en su devenir.

Comprender y hacer. Una unidad dual que develará, en el proceso de reconocimiento de las imágenes, la investigación de los temas básicos de la existencia humana. Alejada de sutiles señales crípticas que anuncian un mundo hermético, las formas libres de Adrian Frutiger comunican el conocimiento esencial, como auténtico sustento y significado.

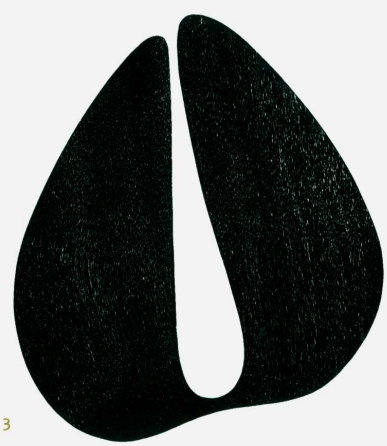
La idea de este artículo surgió a partir de mi lectura de *Adrian Frutiger. Formas y contraformas*, Editorial Syndor Press, 1988.

Los *Jardines primitivos* son formas abstractas referidas a la naturaleza. La comprensión del signo como figura total puede ser puramente asociativa o depender de la intuición del observador.

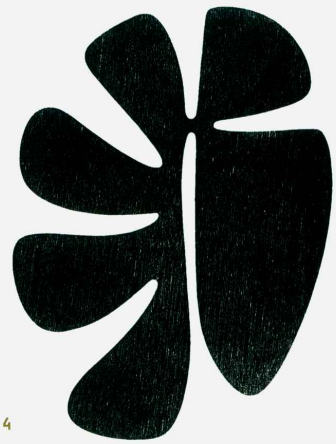
1. Semilla, 2. Germinación, 3. Embarazo, 4. Nacimiento, 5. Maternidad, 6. Ternura.



2



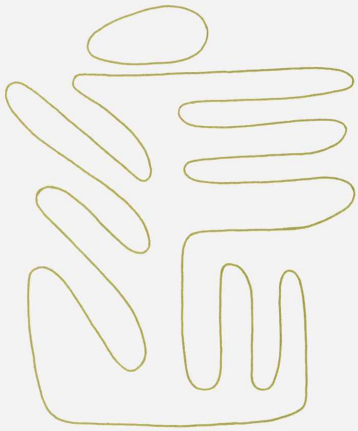
3



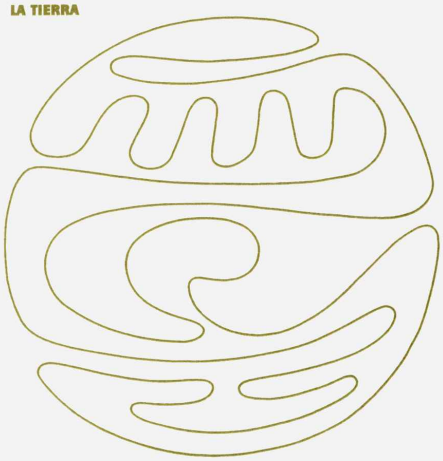
4

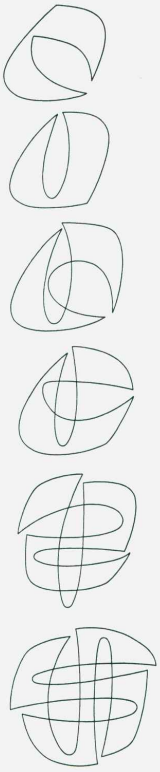
Serie de grabados en madera basados en la historia bíblica, publicados en 1972. Están ausentes las líneas rectas y los ángulos. Su estructura interior destaca la armonía de las superficies y la relación entre el espacio interno y el externo. 1. Haya un firmamento en medio de las aguas, y que separe a unas aguas de otras. 2. Júntense las aguas de debajo de los cielos en un solo lugar y aparezca el suelo seco. 3. Produzca la tierra pasto y hierbas que den semilla según la especie de cada uno *[...]* 4. *[...]* y árboles frutales que den sobre la tierra fruto con su semilla dentro.

ÁRBOL DE LA VIDA



LA TIERRA

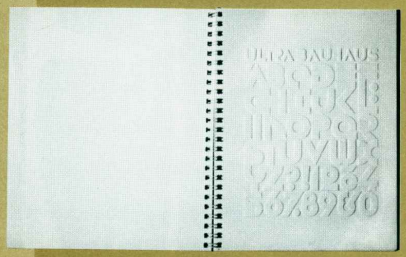




Los dibujos no están construidos geométricamente; parten del movimiento de la mano al escribir.

CUATRO SONATAS

TIPOGRAFÍA BRASILIS 2



La segunda edición de la muestra Tipografía Brasilis *se realizó en San Pablo, Brasil, y fue una exposición destinada al diseño tipográfico. Tuvo su sede en la Fundación Armando Alvares Penteado (FAAP), Facultad de Artes Plásticas, y la coordinación y organización estuvieron a cargo de Suzana Sachhi Padovano y Cecilia Consolo.*

La temática definida para este año, «Brasil de cuerpo y alma», tuvo como objetivo primordial estimular la producción nacional en diseño tipográfico, buscando los rasgos de la identidad propia y al mismo tiempo ampliando la participación de Brasil en el escenario internacional.

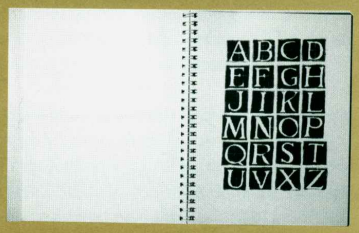
Los trabajos expuestos, inéditos y realizados especialmente para la muestra, estuvieron divididos en dos grupos, aquellos realizados por los diseñadores invitados y los seleccionados por el jurado de la ADG (Asociación de Diseñadores Gráficos) entre todos los inscriptos en Brasil.

Este año las exposiciones estuvieron destinadas a diferentes diseñadores internacionales, como David Berlow, de Font Bureau (Boston) y Bruno Maag (Londres), diseñador de alfabetos institucionales y tipografía de texto. También se realizó una demostración para profesionales a cargo de Ted Harrison, presidente de FontLab LTD (fabricantes del software FontLab 3.0 y editores de fuentes para las plataformas PC y Mac).

Los diseñadores invitados fueron André Lima, Buggy, Claúdio Rocha, Diego Credidio, Eduardo Braga, Eduardo Bacigalupo, Fernanda Martins, Gustavo Piqueira, Luciano Cardinali, Luiz Mario Verdi, Rubens Matuck, Priscila Farias, Maria Teresa Lopes, Simone Mattar y Tony de Marco. Se contó con la presencia de Tide Hellmeister como invitado especial.

La muestra culminó con una mesa redonda a cargo del jurado de la ADG, encabezado por Claúdio Rocha, Eduardo Bacigalupo, Luciano Cardinali, Priscila Farias y Tadeu Costa.

La exposición se puede visitar en *http://www.thezine.com.br/edo04/tb2/tb2.htm*



FRASCARA Y MEURER EN OBERÁ

En el marco del «Ciclo de Conferencias 2001», realizado en la Facultad de Artes de la UNAM, Universidad Nacional de Misiones, Oberá, disertaron Jorge Frascara y Bernd Meurer. Todas las localidades del Cine Teatro Oberá fueron vendidas, con lo cual se corroboró la importancia que tuvieron las jornadas para egresados y profesionales del diseño de Misiones, Corrientes y Chaco.

En su primera exposición, «La desmaterialización del diseño», Jorge Frascara argumentó que «el diseñador, reconocido como identificador de problemas, no debe olvidar su responsabilidad en los mensajes que produce, considerando la relevancia de los signos y el bien común, objetivo fundamental de todo trabajo de diseño, sin descuidar la habilidad política para desempeñarse como generador de recursos en el proceso de elaboración de las comunicaciones». Además, desarrolló diversos conceptos que guiaron su exposición, tales como «el diseño es un proceso, no un producto» y «el producto es una conducta, un pensamiento, y no un objeto».

EL PODER DE LA IMAGEN. *Durante el segundo día de las disertaciones, los oyentes se hicieron presentes, esta vez con motivo de la segunda exposición de Frascara, «El poder de la imagen», aludiendo al título de su último libro. En la disertación se realizó un interesante recorrido histórico, partiendo de los inicios de la arquitectura romana hasta llegar a la reconocida figura del diseñador Peter Scott Makela, pasando por la gráfica nazi de los años 30 y el «machismo» implícito en la fotografía publicitaria de las últimas décadas. En sus temáticas, el exceso de violencia en las comunicaciones sociales representa su mayor preocupación, ilustrada con ejemplos provenientes de los países denominados «del primer mundo».*

MEURER Y LA INNOVACIÓN. *Bernd Meurer es autor de numerosos textos que abordan la problemática del diseño industrial y la arquitectura, considerados como «los constructores de la imagen del mundo». Meurer, en su presentación «Cambio científico e innovación en diseño», expuso tres proyectos arquitectónicos que aluden al constante diálogo entre lo público y lo privado, destacando la necesidad de vincular al individuo con la sociedad, la optimización de los materiales y el espacio, así como también la construcción de un hábitat que satisfaga las necesidades del hombre contemporáneo.*



UNA GRAN COMUNIDAD. *La sorpresa del encuentro fue la confirmación de un importante número de diseñadores regionales que por primera vez se aunaron en un objetivo común. Esta comunidad ha crecido vertiginosamente en los últimos años y el vaticinio es que seguirá haciéndolo pese a la saturación del mercado laboral y la inexistencia de una organización que los vincule y logre promover su capacitación. Sin reconocimiento estatal y/o privado, la mayoría de estos comunicadores quedan condenados a la producción mecánica de imágenes, aunque sepan que su profesión les pide que superen estos márgenes.*

POR Javier Alcaraz

PREMIO



El segundo premio internacional de tipografía «Gerrit Noordzij Award 2001» fue otorgado a Fred Smeijers. El jurado valoró su múltiple y valiosa obra como diseñador, tipógrafo y autor de Counterpunch. *Smeijers también fue docente en la Academia de Arte de Arnhem and Breda, Holanda, y ha sido invitado a dar conferencias en distintas instituciones. Para comienzos de 2003 está programada una muestra de sus trabajos en la Galería de la Real Academia y en el Museo Meermanno, de la que también se editará una publicación en colaboración con los estudiantes.*

El premio Gerrit Noordzij fue creado en 1996 durante el congreso anual de ATypI en La Haya y otorgado a Gerrit Noordzij. Fue una iniciativa del departamento de posgrado de Tipografía y Medios de la Real Academia de Arte de La Haya, en conjunto con el Museo Meermanno. En la última elección, el jurado estuvo integrado por Jack Verduyn Lunel, director de la Real Academia de Arte de La Haya, Marie Christine van der Sman, directora del Museo Meermanno, Ton Brandenbarg, ex director del Museo Meermanno y actual director del Dutch Art Council, Gerrit Noordzij, ganador de



esta distinción en 1996, y Petr van Blokland, diseñador y profesor en la Real Academia de Arte.

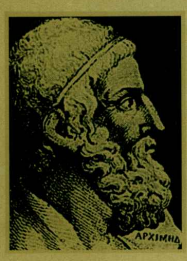
Después de la entrega del premio, realizada en febrero de 2001, se inauguró una exposición donde se analiza la influencia que ha ejercido Gerrit Noordzij en el diseño tipográfico.

EL PALIMPSESTO DE ARQUÍMEDES

Un grupo internacional de científicos e historiadores trabaja actualmente para develar los textos ocultos en un palimpsesto del siglo X, donde se halla la versión manuscrita más antigua conocida de un compendio de tratados matemáticos de Arquímedes.

La importancia de este manuscrito radica en que allí está la única copia existente del Tratado del método de los teoremas mecánicos, *un trabajo fundamental para entender el origen de la física matemática, pilar de la ciencia moderna.*

Durante su vida, Arquímedes de Siracusa (287-217 a.C.) escribió sus teorías en rollos de papiro. Las generaciones siguientes preservaron sus obras copiándolas una y otra vez en nuevos rollos. Los textos que sobrevivieron en este palimpsesto fueron copiados por un escriba anónimo en el siglo X en la ciudad



de Constantinopla (actual Estambul), en un pergamino que fue luego encuadernado en madera.

Hacia el siglo XII, luego de que la Cuarta Cruzada invadiera y saqueara Constantinopla, el pergamino se convirtió en un material escaso y era una práctica común volver a usar viejos manuscritos para nuevos escritos. El texto griego de Arquímedes tenía la particularidad de carecer de notas marginales y correcciones, por lo que se supone que nunca había sido analizado por un matemático.

Esta aparente caída en desuso signó su destino. Doscientos años después de su creación, otro escriba desarmó ese manuscrito y borró cuanto pudo del original para luego copiar un libro de plegarias cristianas. Desde entonces se lo consideró un texto sagrado y durante siete siglos pasó por distintas bibliotecas y monasterios de Tierra Santa. En 1906, el filólogo danés Johan Heiberg encontró el palimpsesto en la iglesia del Santo Sepulcro de Constantinopla y lo transcribió usando sólo una lupa.

Después de la Primera Guerra Mundial volvió a perderse el rastro del manuscrito hasta que reapareció, sorpresivamente, en 1998 para ser subastado en Christie's, de Nueva York. Un comprador anónimo pagó U$S 2 millones por él, pero autorizó su exhibición en varios museos norteamericanos durante 1999 y su estudio por parte de los especialistas.

Actualmente, se conserva en The Walters Art Gallery, Baltimore, Estados Unidos, un museo con una valiosísima colección de manuscritos y ediciones de lujo. Allí, un equipo de estudiosos emplea los más avanzados recursos tecnológicos para sacar a la luz los antiguos textos y crear un manuscrito virtual, similar al copiado durante los primeros años del siglo X.

Más información:
http://www.thewalters.org



Cartel animado, de hoy y de siempre

MARIANO DEL AGUILA

Cuadro por cuadro sin fin. El experimento sería el siguiente: si nos detuviéramos frente a esos afiches callejeros durante un lapso más o menos prolongado, veríamos una especie de animación manual, que se rueda cada día sobre la piel de la ciudad. «Corte», dice un peatón que arranca un trozo más de afiche, y el fotograma cambia. Los personajes se suman y las partes van desapareciendo. Aflora un mensaje viejo, olvidado una semana atrás. Las tipografías se rompen y sus huérfanos conforman una nueva familia tipográfica: un rasgo de Helvetica con una Univers condensada, mezclándose desprejuiciadamente.



El desánimo de la gente, anima. Carteles pegados al azar, despedazados con distraído aburrimiento. El transeúnte se siente dueño como en ningún lugar. Las calles del Primer Mundo también tendrán su comunicación visual, pero sobrevivirá intacta, a salvo de ese axioma que los porteños usan desde que los dejan jugar en la calle: «La vereda es pública». Si está en la calle, es de todos. *¡¡¡Ziiiippp!!!* El gesto es tan furtivo como comerse las uñas o tirar un papel. Tan inevitable como explotar las burbujas en el envoltorio de plastibol. Los afiches no tienen paz, y nuestros ojos tampoco. Ofertas berretas, políticos de dudosa honestidad, academias de cuarta. El zapping del tirón incompleto fallará otra vez y el mensaje se volverá cada vez más ilegible.



Ese bordecito que se despegó es el anzuelo y la carnada. Es inminente: alguien va a pasar y a arrancar su pedazo, como un *souvenir* despreciado. *¡¡¡Ziiiippp!!!*. Un hombre con un maletín tira al pasar y deja caer su parte. Una vez que se han hecho las presentaciones de rigor, *tpG* investiga: ¿Señor, por qué arrancó ese cartel? «La verdad es que no me di cuenta, ya estaba roto y...», interrumpe desconfiado, y pregunta nuevamente para qué revista es. «Me molesta que haya tantos carteles. Siempre paso por acá porque me bajo del subte en la esquina, pero la verdad es que ni los miro.» El hombre aprieta el paso y se aleja. Los afiches van desapareciendo, la gráfica se vuelve confusa y monótona, como el ruido blanco que queda en el televisor al final de la transmisión... Hasta que un programa nuevo empieza.



FOTOGRAFÍA LAURA ESCOBAR