

OPINIÓN ALFREDO SAAVEDRA Narrativa de la crisis
TIPOGRAFÍA FRED SMEIJERS La naturaleza del diseño tipográfico
DISEÑO DAVID TARTAKOVER Diseñador local
LEGIBILIDAD HRANT PAPAZIAN Alfabeto 2.0
HISTORIA FABIÁN CARRERAS Genealogía de la gráfica argentina

tpG | 54



tipoGráfica

REVISTA DE DISEÑO

AÑO XVI

DICIEMBRE

ENERO

FEBRERO

MARZO

BUENOS AIRES, ARGENTINA

2002 | 2003

tpG ES UNA PUBLICACIÓN PRODUCIDA POR Fontana​diseño
Viamonte 454, 6° 12, c1053AB Buenos Aires, Argentina
 TEL **[54 11] 4311 1568**
 FAX **[54 11] 4311 6797**
 E-MAIL **info@tipografica.com**
 WEB **www.tipografica.com**

DIRECTOR Rubén Fontana Miembro de la Asociación Tipográfica Internacional (Atypj)	COMITÉ ASESOR
DISEÑADOR ASOCIADO Pablo Fontana	Félix Beltrán MÉXICO DF (MÉXICO) Gui Bonsiepe COLONIA (ALEMANIA), FLORIANÓPOLIS (BRASIL) Norberto Chaves BARCELONA (ESPAÑA) Jorge Frascara EDMONTON (CANADÁ) André Gürtler BASILEA (SUIZA) Victor Margolin CHICAGO (ESTADOS UNIDOS) Alexa Nosal NUEVA YORK (ESTADOS UNIDOS) Martín Solomon NUEVA YORK (ESTADOS UNIDOS) Yves Zimmermann BARCELONA (ESPAÑA)
SECRETARIA DE REDACCIÓN Marta Almeida	CORRESPONSALES
DISEÑO GRÁFICO Lucas D'Amore	Félix Beltrán MÉXICO DF (MÉXICO) Pablo Cosgaya ROSARIO (ARGENTINA) Norberto Chaves BARCELONA (ESPAÑA) Silvia Fernández COLONIA (ALEMANIA), FLORIANÓPOLIS (BRASIL) Hugo Kovadloff SAN PABLO (BRASIL) Valentina Mangioni LA PLATA (ARGENTINA) Diego Vainesman NUEVA YORK (ESTADOS UNIDOS)
SUSCRIPCIONES Luli Susama	
FOTOGRAFÍA Nicolás de la Fuente	
PÁGINA WEB (bi)gital»	
CORRECCIÓN DE TEXTOS Marta Castro	
TRADUCCIÓN AL INGLÉS Peggy Jones Betty Schmoller	
ASESOR ADMINISTRATIVO Esteban Ramírez	
ÁREA COMERCIAL Contraforma SRL	
COLABORACIÓN EDITORIAL Soledad Fontana Zalma Jalluf	
PUBLICIDAD Noemí Herzovich TEL (011) 4311 1568	Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de <i>tpG</i> y los editores no asumen responsabilidad alguna por su contenido y/o autoría. 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 (<i>revista tpG</i>), el número del que ha sido tomado y el nombre del autor. Se ruega enviar 3 ejemplares de la publicación de dicho material.
COLABORADORES Cristina Calderaro CONTEXTO Caligrafos de la Cruz del Sur AGENDA Griselda Flesler ARCHIVO Mónica Gruber ANIMACIÓN Lucas López DISCOGRÁFICA Silvina Rodríguez AGENDA Alejandro Ros NOVAGRÁFICA	La tipografía utilizada para la composición de esta revista es FontanaND en sus variables: media o, oscura 4 y 8, y versiones itálicas y versalitas.
COLABORAN EN ESTE NÚMERO Javier Alcaraz y Patricio Nadal ENTREVISTA Félix Beltrán BIBLIOGRÁFICA Gui Bonsiepe TEORÍA Eduardo Castillo y Luis Antonio Rojas INFORMA Pablo Cosgaya y Jorge de Buen Unna LEGIBILIDAD (TRADUCCIÓN AL CASTELLANO E INTRODUCCIÓN) Mariana Oliva INFORMA Daniel Ponce BIBLIOGRÁFICA Tamye Riggs TIPOGRAFÍA Anna Ronchi CALIGRÁFICA	La tapa de esta publicación se imprime sobre papel ECONATURAL LINEN 250 g/m² WITCEL ARJOWIGGINS, y su interior sobre COATED 140 g/m² WITCEL ARJOWIGGINS. Distribuidor: DIMAGRAF.
	Películas: Signos Impresión: AGI Impreso en la Argentina Registro de propiedad intelectual N° 82.915 ISSN 0328-7777

SUSCRIPCIONES Y DISTRIBUCIÓN DE tpG EN TODO EL PAÍS
tipoGráfica
 Viamonte 454, 6° 12 c1053AB) Buenos Aires
 TEL **[54 11] 4311 1568**
 FAX **[54 11] 4311 6797**

MOVICOM
© BIELSCOTT
 Viamonte 454, 6° 12 c1053AB) Buenos Aires
 TEL **[54 11] 4311 1568**
 FAX **[54 11] 4311 6797**

papel COATED 140 g/m² | WITCEL | ARJOWIGGINS

AHORA

RUBÉN FONTANA

¿Por qué, habiendo usufructuado y descartado todo el universo social, el Estado pretende que el ciudada-

no se comporte socialmente? ¿Qué valores y ejemplos podemos exigirle a un hombre cuya dramática subsistencia transcurre en pos de un plato de comida, sin ninguna contención de las instituciones que conforman un Estado?

Hay, sin duda, muchos retrocesos. El más importante, por las consecuencias nefastas e irresponsables de su propia necedad, está en los valores morales de los que nos dirigen, en los que se prestan al juego político para lograr beneficios personales, en todos los que con ello están jugándose las vidas ajenas, dilapidando los esfuerzos de otros y las historias que se les han vuelto desconocidas; alejados, entretenidos en el juego del poder.

Hay, sin duda, muchos retrocesos. El más importante, por las consecuencias nefastas e irresponsables de su propia necedad, está en los valores morales de los que nos dirigen, en los que se prestan al juego político para lograr beneficios personales, en todos los que con ello están jugándose las vidas ajenas, dilapidando los esfuerzos de otros y las historias que se les han vuelto desconocidas; alejados, entretenidos en el juego del poder.

Hay, sin duda, muchos retrocesos. El más importante, por las consecuencias nefastas e irresponsables de su propia necedad, está en los valores morales de los que nos dirigen, en los que se prestan al juego político para lograr beneficios personales, en todos los que con ello están jugándose las vidas ajenas, dilapidando los esfuerzos de otros y las historias que se les han vuelto desconocidas; alejados, entretenidos en el juego del poder.

Hay, sin duda, muchos retrocesos. El más importante, por las consecuencias nefastas e irresponsables de su propia necedad, está en los valores morales de los que nos dirigen, en los que se prestan al juego político para lograr beneficios personales, en todos los que con ello están jugándose las vidas ajenas, dilapidando los esfuerzos de otros y las historias que se les han vuelto desconocidas; alejados, entretenidos en el juego del poder.

Hay, sin duda, muchos retrocesos. El más importante, por las consecuencias nefastas e irresponsables de su propia necedad, está en los valores morales de los que nos dirigen, en los que se prestan al juego político para lograr beneficios personales, en todos los que con ello están jugándose las vidas ajenas, dilapidando los esfuerzos de otros y las historias que se les han vuelto desconocidas; alejados, entretenidos en el juego del poder.

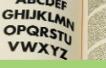
Hay, sin duda, muchos retrocesos. El más importante, por las consecuencias nefastas e irresponsables de su propia necedad, está en los valores morales de los que nos dirigen, en los que se prestan al juego político para lograr beneficios personales, en todos los que con ello están jugándose las vidas ajenas, dilapidando los esfuerzos de otros y las historias que se les han vuelto desconocidas; alejados, entretenidos en el juego del poder.

EN BAHÍA BLANCA Escuela Superior de Artes Visuales (0291) 452 4146. **EN BUENOS AIRES** Librería Concentra (011) 4788 9568, Clásica y Moderna (011) 4812 8707, La Paragráfica (011) 4815 8156, Librería Técnica cp67 (011) 4314 6303, Tower Records (011) 4788-9000. **EN CÓRDOBA** Ameriandiados (0351) 422 6817, Ameriandialibros (0351) 422 4839, El Emporio Libros (0351) 424 5591. **EN CORRIENTES** Color Jet (03783) 425329, Laila Ducunda (03783) 433426. **EN LA PLATA** Aocv (0221) 482 0153, El Pasillo Libros (0221) 15 465 1780, Mercedes Filpe (0221) 484 0896, Oben (0221) 482 4016. **EN MAR DEL PLATA** Ricardo Landa (0223) 494 7903. **EN MENDOZA** Cecilia Iuvano (0261) 425 9245. **EN SAN JUAN** Gente de Mente (0264) 423 5642. **EN SAN LUIS** La Librería (0265) 742 7100. **EN SANTA FE** Estudio d'angelo.pautassi.salman (0341) 425 9565. **EN TUCUMÁN** Soledad Bumbacher (0381) 434 5125 | 421 3102. **EXTERIOR DEL PAÍS.** **EN BRASIL** FAU Ebsco Brasil 55 21 224 0190. **EN ESPAÑA** Binario Libros sl 94 4242391. **EN ESTADOS UNIDOS** Ebsco Industries, Inc. (205) 991 1234. **EN FRANCIA** RoweCom France 33 (0) 1 69 10 47 00. **EN HOLANDA** Swets Blackwell bv 31 252 435111. **EN PERÚ** Concentra Business sac (511) 564 7871. **EN URUGUAY** Antígona Libros (5982) 712 3120 | 601 7651.

tpG |

Revista de diseño

<p>CONTEXTO</p> <p>ENTREVISTA</p> <p>ANIMACIÓN</p> <p>TIPOGRAFÍA</p> <p>TEORÍA</p> <p>EVENTOS</p>	<p>4</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>7</p> <p>8</p> <p>9</p>
<p>10</p> <p>11</p> <p>12</p> <p>13</p> <p>14</p> <p>15</p> <p>16</p> <p>17</p> <p>18</p> <p>19</p> <p>20</p> <p>21</p> <p>22</p> <p>23</p> <p>24</p> <p>25</p> <p>26</p> <p>27</p> <p>28</p> <p>29</p> <p>30</p> <p>31</p> <p>32</p> <p>33</p> <p>34</p> <p>35</p> <p>36</p> <p>37</p> <p>38</p> <p>39</p> <p>40</p> <p>41</p> <p>42</p> <p>43</p> <p>44</p> <p>45</p> <p>46</p> <p>47</p> <p>48</p>	<p>Etiquetas especiales</p> <p>Un gráfico cubano</p> <p>Las historietas del Imperio del Sol</p> <p>TypeCon 2002</p> <p>Doctorabilidad del diseño</p> <p>Primera Bialn de Tipografía Letras Latinas</p> <p>Narrativa de la crisis</p> <p>Un ensayo teórico de profunda reflexión acerca de la actual crisis argentina. La historia, la literatura y la poética esbozan una prosa para repensar a través de una crítica renovada la actualidad.</p> <p>La naturaleza del diseño tipográfico</p> <p>Se instala una discusión acerca de las nuevas tecnologías y la democratización de las disciplinas tipográficas. Actualmente los diseñadores se enfrentan a un nuevo desafío: la reducción de sus potenciales creativos.</p> <p>Diseñador local</p> <p>La actitud define a un comunicador visual. Los mensajes eficaces pueden generar conciencia social en un controvertido entomo político. Su producción activa se transmite sin eufemismos a los receptores de su comunidad.</p> <p>Alfabeto 2.0</p> <p>Genealogía de la gráfica argentina</p> <p>Un repaso de los primeros años de la historia editorial argentina a través de la producción de Raúl Mario Rosarivo, autor de «La Divina Proporción». El tipógrafo sentó las bases de la arquitectura tipográfica universal.</p>

<p>tipoGráfica</p> <p>REVISTA DE DISEÑO</p> <p>AÑO XVI</p> <p>DICIEMBRE</p> <p>ENERO</p> <p>FEBRERO</p> <p>MARZO</p> <p>BUENOS AIRES, ARGENTINA</p> <p>2002 2003</p>	<p>     </p>
<p>CALIGRÁFICA</p> <p>BIBLIOGRÁFICA</p> <p>ARCHIVO</p> <p>INFORMA</p> <p>NOVAGRÁFICA</p> <p>DISCOGRÁFICA</p>	<p>41</p> <p>42</p> <p>44</p> <p>46</p> <p>47</p> <p>48</p>

CONTENIDOS

4 Etiquetas especiales **CRISTINA CALDERARO**
 5 Un gráfico cubano **JAVIER ALCARAZ** y **PATRICIO NADAL**
 6 Las historietas del Imperio del Sol **MÓNICA GRUBER**
 7 TypeCon 2002 **TAMYE RIGGS**
 8 Doctorabilidad del diseño **GUI BONSIEPE**
 9 Primera Bialn de Tipografía Letras Latinas

10 Narrativa de la crisis **ALFREDO SAAVEDRA**

Un ensayo teórico de profunda reflexión acerca de la actual crisis argentina. La historia, la literatura y la poética esbozan una prosa para repensar a través de una crítica renovada la actualidad.

14 La naturaleza del diseño tipográfico **FRED SMEIJERS**
 Se instala una discusión acerca de las nuevas tecnologías y la democratización de las disciplinas tipográficas. Actualmente los diseñadores se enfrentan a un nuevo desafío: la reducción de sus potenciales creativos.

22 Diseñador local **DAVID TARTAKOVER**
 La actitud define a un comunicador visual. Los mensajes eficaces pueden generar conciencia social en un controvertido entomo político. Su producción activa se transmite sin eufemismos a los receptores de su comunidad.

30 Alfabeto 2.0 **HRANT PAPAZIAN**
 El alfabeto necesita reformas para cumplir mejor sus funciones. Investigar las formas de la legibilidad y la creciente funcionalidad de la tipografía son aspectos que requieren un cambio en las estructuras alfabéticas.

36 Genealogía de la gráfica argentina **FABIÁN CARRERAS**
 Un repaso de los primeros años de la historia editorial argentina a través de la producción de Raúl Mario Rosarivo, autor de «La Divina Proporción». El tipógrafo sentó las bases de la arquitectura tipográfica universal.

37 Agenda

Agenda

Los principios de la pluma ancha **ANNA RONCHI**
 Metáforas de lo obvio **DANIEL PONCE**
 La definición precisa **FÉLIX BELTRÁN**
 Cipe Pineles: Femenino y singular **GRISELDA FLESLER**
 Caligrafía en Santa Fe **MARIANA OLIVA**
 Diploma en tipografía **EDUARDO CASTILLO** y **LUIS ANTONIO ROJAS**
 Siguiendo a Orl **ALEJANDRO ROS**
 Aristócratas del diseño **LUCAS LÓPEZ**

ETIQUETAS ESPECIALES

CONTEXTO | SUPERFICIES DE ELABORACIÓN EXCLUSIVA
Cristina Calderaro

«Una botella desnuda es un cuerpo sin rostro.» Una etiqueta no sólo identifica un contenido, sino que otorga personalidad con su diseño. Todo comienza en un papel en blanco, con una textura determinada, un tono y un carácter. El papel es el respaldo y el soporte de los volúmenes, colores, brillos y opacidades que cada diseñador aporta para que una etiqueta transmita y comunique no sólo el contenido del envase, sino todo lo que el producto deba transmitirle a un público determinado. Es decir que una buena etiqueta es la mejor manera de presentar el contenido.

TIEMPO Y DURABILIDAD. Una etiqueta también debe reunir una cantidad de condiciones técnicas que permitan su permanencia, ya que estará vistiendo el envase por mucho tiempo. Las botellas de vino, por ejemplo, exigen un papel con resistencia a la humedad y a la abrasión, ya que la mayoría de las botellas serán embaladas, manipuladas y algunas hasta deberán resistir largos viajes en camiones, barcos o aviones. Desde el envasado del producto, pasando por el etiquetado hasta su venta en las góndolas, que por lo general se realiza cerca de las bodegas donde fue elaborado el vino, las botellas deberán transitar varios lugares hasta llegar a su destino final. Si nos referimos a vinos de exportación, su recorrido es aun mayor. En caso de que la resistencia del papel a la abrasión no sea la correcta, esas fricciones por manipuleo harán que la imagen impresa se deteriore e incluso que la etiqueta se rompa.

Otro punto importante que hay que tener en cuenta es que el papel debe tener un tratamiento anti-hongo y de resistencia a la humedad. Los envases, en el caso de las botellas de vino, estarán en contacto con diferentes temperaturas. Será necesario considerar que el papel sea alcalino. Hace algunos años se ha desarrollado la fabricación de este tipo de papel a partir de un método con el cual se elaboran en la actualidad la mayoría de los papeles finos, no encapados y sin fibra mecánica. A través de este proceso, el carbonato de calcio reemplaza al caolín como relleno, y a la vez este material sintético sustituye la mezcla de resinas y alumbre para el encolado interno del papel. Los papeles elaborados mediante este proceso alcalino gozan de gran duración en el tiempo, sin alterar sus componentes ni su aspecto externo.

CONSIDERACIONES TÉCNICAS. El papel alcalino, al poseer mejores condiciones de volumen, brillo y



TORRES FOTOGRAFÍA

opacidad, permite una impresión de calidad superior. Su proceso de fabricación es menos contaminante. El gramaje ideal para este uso y su aplicación en botellas de vino oscila entre los 75 y los 90 gramos, si bien algunos prefieren un papel de gramajes que van desde los 100 hasta los 120 gramos. Los más utilizados son los de 80 y 90 gramos, ya que tienen cierta flexibilidad y adquieren la forma del envase acompañando sus curvas, sin que ofrezcan demasiada resistencia y dificulten el pegado. Los papeles para etiquetas pueden ser en seco (que luego requieren un adhesivo especial para ser pegados en el envase) o autoadhesivos (en su cara posterior ya tienen incorporado el pegamento). El papel fino, para packaging y etiquetas, por lo general es un papel de alta calidad, para un público muy exigente, cuyos principales usuarios están relacionados con el exquisito mundo de los vinos.

Este papel requiere una selecta variedad de texturas y gamas de colores pastel, para realzar el producto diseñado, ofreciendo una alternativa creativa en un acabado mate. Debe además ser apto para todo tipo de impresión: flexografía, offset rotativo, letterpress, serigrafía, hot stamping, relieve, etcétera. Esta ductilidad se debe a que será utilizado en diferentes aplicaciones: etiquetas de vinos, dulces, conservas, licores o alimentos.

GENERALIDADES DE IMPRESIÓN. Será importante tener en cuenta, en especial cuando hablamos de papeles no estucados, ciertos condicionantes en la impresión. En una impresión offset, cuando se trata de un papel con textura o gofrados, no encapados, debemos tener presente que estos papeles

no estucados poseen una capacidad de absorción mayor, así como también una mayor ganancia de puntos. Las tintas que se utilizan en la impresión tendrán un efecto más opaco que si se las empleara sobre un papel ilustración.

Es recomendable utilizar retículas no muy finas (hasta 120 lpi), por tratarse de un papel texturado, ya que las diferencias en la superficie del papel, si trabajamos con una lineatura mucho mayor, provocarán el empastamiento de los puntos, dando una imagen final distorsionada. En el momento de la impresión se deberán tener en cuenta una serie de puntos:

– Utilizar mantillas compresibles que permitan buen contacto con la superficie de la hoja para lograr una correcta transferencia de tinta, tanto en las «crestas» como en los «valles».

– Si el papel se produce en un medio alcalino, el secado de tintas está garantizado si se respeta un mínimo de condiciones:

1. Utilizar tintas de secado rápido por oxidación, del tipo de curado uv. Se han logrado excelentes resultados tanto con el uso de tintas normales como «anti-skin». En este caso es imprescindible el uso de un barniz anti frote.
2. Evitar el uso de antioxidantes. El ph en el agua de fuente debe controlarse cuidadosamente. No menos de 5,3 ph para no interferir en el secado de tintas. Será oportuno agregarle al agua la solución de fuente adecuada para evitar la subida del ph. En caso de tener más de una pasada, será necesario utilizar polvo antirrepinte no soluble en agua.
3. Para el stamping o cuño seco, será aconsejable utilizar un papel especialmente apto para estos procesos. La mayoría de los diseños de etiquetas de vino contienen un filete aplicado en relieve o en cuño.
4. Para un óptimo troquelado, el papel deberá estar libre de materiales abrasivos. De esta manera se asegura una mayor duración de cuchillas y sacabocados.

El papel para una etiqueta deberá ser especialmente elaborado para ese uso. Debe estar preparado para aceptar la máxima exigencia, donde los cuños secos puedan aplicarse con fuerza para que el stamping o los barnices encuentren los mejores contrastes, y donde los colores puedan jugar con toda su profundidad o suavidad, dándole vida y personalidad a cada producto.

UN GRÁFICO CUBANO

ENTREVISTA | ANTES Y DESPUÉS DE LA REVOLUCIÓN
Javier Alcaraz y Patricio Nadal

Rafael Morante es uno de los decanos de la gráfica cubana. Hijo de un ex funcionario republicano, se instaló en La Habana con su madre en 1940, después de exiliarse de la España franquista. Como un precoz estudiante y empleado de comercio, en su tiempo libre se dedicó a dibujar, abordando de esta manera el campo de la comunicación visual. Rafael Morante ha sido protagonista de la denominada «revolución cultural cubana» de los años sesenta, sucesora del triunfo socialista de Fidel Castro. Asimismo, incursionó en la pintura, el diseño editorial, el cine y la literatura fantástica. Durante muchos años estuvo a cargo del Departamento de Diseño del Instituto Cubano del Libro, uno de los principales organismos promotores de la difusión de la literatura cubana contemporánea.

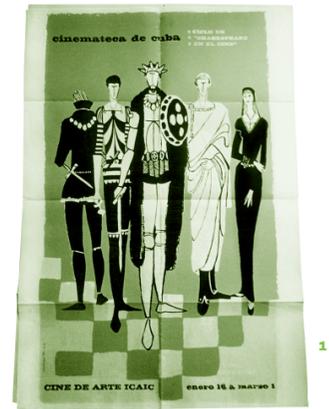
¿Cómo fueron sus inicios en el diseño?
A mediados de los años cincuenta, Cuba era como un «trampolín» para la producción de los Estados Unidos: se traían nuevos productos, se probaban y si se vendían bien se lanzaban al resto del mundo. Como consecuencia de esto, el desarrollo de la publicidad fue muy importante y tuve la suerte de trabajar en las mejores agencias publicitarias. Cuando estalló la Revolución, el ambiente publicitario se disolvió y a los veintiocho años comencé a trabajar en ese gran oasis del diseño cubano: el Instituto Cubano de Arte e Industria Cine-

matográfica (ICAIC). Allí, junto con un equipo liderado por Eduardo Muñoz Bachs, comencé a diseñar afiches para el joven y pujante cine de este país.

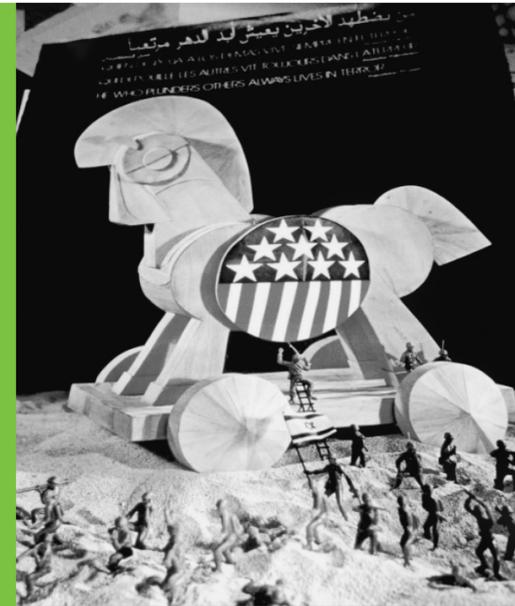
¿Qué rescata de su experiencia en el ICAIC?
Antes de la Revolución, la producción cinematográfica cubana era escasa, las películas que se veían en los cines eran principalmente argentinas y mexicanas. Había, por supuesto, una gran influencia del cine norteamericano y un «estilo enlatado» proveniente del exterior. Con la creación del ICAIC, al poco tiempo de la llegada de Fidel Castro al poder, surgió una fuerte demanda de carteles para películas. La explosión cultural de esos años trajo aparejados violentos aires de renovación y, junto con otros factores menos positivos, como el bloqueo económico, devino una necesidad de «inventarnos».

¿Cómo superaron las limitaciones que les impuso el panorama económico?
Mediante la modesta técnica de *silkscreen* (denominación «americanizada» que se le daba a la serigrafía), que tenía sus antecedentes en las épocas proselitistas, el desafío se convirtió en bandera de los creadores gráficos. Agudizamos el ingenio y contribuimos al desarrollo de una poética gráfica que distinguió de inmediato al cartel cubano, superando a otras expresiones visuales. Recuerdo que una vez, para el cartel de un documental sobre la invasión a Playa Girón, había escasez de papel y tuvimos que imprimir los afiches sobre periódicos usados. Así, sin quererlo, cada una de estas piezas seriadadas resultaba única. También hubo otras épocas en las que tuvimos que inventar singulares formatos de libros para obtener la cantidad de páginas necesarias. La falta de papel es una constante en el ámbito editorial de la isla y, por ejemplo, en la provincia de Matanza hay una de las editoriales más importantes, que desarrolla su producción completa con papel reciclado y hecho a mano.

¿Cómo comenzó en el Instituto Cubano del Libro?
En 1965 dejé el ICAIC y viajé a Moscú para estudiar cine. Allí tuve maestros que habían sido parte del equipo de trabajo del director ruso Sergei Eisenstein. Cuando regresé a Cuba me ofrecieron trabajar en el proyecto editorial de la revista *Cuba*. En ella trabajé un año junto con reconocidos periodistas y después me trasladé al Instituto Cubano del Libro, donde descubrí que el espacio



1



FOTOGRAFÍAS: CORINA CARDOSO

2

1. SHAKESPEARE EN EL CINE. Ilustración para el ICAIC.
2. INVASIÓN A PLAYA GIRÓN. Un afiche para promoción internacional.
3. CARTEL DE CINE. Morante realizó versiones de afiches para el cine ruso, chino y checoslovaco.

editorial era el soporte ideal para mi quehacer gráfico. También he escrito ensayos, algunas novelas y cuentos, siempre en el área del género de la ciencia ficción.

¿En qué proyectos está trabajando actualmente?
Trabajo en el Departamento Editorial de la Escuela de Hotelería y Turismo del Hotel Sevilla en La Habana, donde producimos una revista, algunos libros especializados y folletera de diversos hoteles del Estado. He tenido la suerte de ser amigo del director de la institución durante muchos años y él fue quien decidió que trabajara fuera del ámbito de la Escuela. Mi modo de trabajo es el siguiente: una semana en la institución, la otra en la computadora de mi casa. También estoy escribiendo una novela, quizá muy ambiciosa, en repudio a la intolerancia, la barbarie, la guerra y la estupidez humana. Tiene personajes fantásticos y se desarrolla en distintas épocas. No obstante, mi producción más grande son las cubiertas para libros, para una editorial muy pequeña llamada ExtraMuro. Son libros de pequeño formato que finalmente he aprendido a hacer en la computadora.



El autor de Kimba, Osamu Tesuka, pionero en el desarrollo de los *manga* y el *animé*, ha expresado que «mientras el cómic se ha transformado en su esposa, la animación ha pasado a ser su amante».

LAS HISTORIETAS DEL IMPERIO DEL SOL

ANIMACIÓN | SEGMENTACIÓN DE LECTORES Y RENOVACIÓN DEL GÉNERO
Mónica Gruber

El furor por las revistas de historietas y dibujos animados japoneses abrió un mercado de creciente demanda en el mundo occidental. Se trata de los denominados *manga*, es decir, los libros de cómics e historietas. El término *manga* fue utilizado por primera vez en 1814 por el artista japonés Hokusai. A pesar de ello, muchos japoneses prefieren la adaptación del término inglés –cómic– para llamarlos simplemente *komiksu*.

DIFERENTES CULTURAS. En la década del ochenta, Japón imprimía anualmente 1,18 billones de ejemplares de *manga*, cifra importante si consideramos que se tomó sobre un total de 4,3 billones de libros y revistas impresos en ese período. Contra el reduccionismo inicial de considerar que el lector se limita sólo a niños y adolescentes, veremos que esto no es así.

La temática responde a las diferentes franjas de consumidores. Desde los *shoujo manga*,¹ hasta los *shonen manga*,² pasando por los *hentai* o *h-manga*,³ los contenidos abarcan los gustos de todos los lectores: niños, adolescentes de ambos sexos, hombres y mujeres, sean cuales fueren su actividad y rol social. En el caso de los adolescentes, las historias están discriminadas por temáticas, y para el público femenino, los contenidos se centran en el amor ideal, y las heroínas y los héroes presentan un *look* caucásico.

Los japoneses encontraron en este medio pictográfico las posibilidades expresivas de un lenguaje apto para la crítica social, la reflexión y la diversión. Mientras que en Occidente el cómic refleja líneas argumentales sencillas, Japón ha hecho de él su medio expresivo por excelencia. Muchas veces la valoración que se hace de ellos como un lenguaje con «alto contenido de violencia» sólo responde a una lectura errónea de un material que fue concebido con otras intenciones y dirigido a un sector de lectores que no es el que lo consume fuera de Japón. Pero allí tampoco son inmunes a este tipo de inconvenientes y, debido a que se trata de un entretenimiento de tipo masivo, en algunos casos los cómics producidos para niños desarrollan contenidos no adecuados relacionados con lo escatológico, el sexo y la violencia.

UN POCO DE HISTORIA. Si bien los antecedentes de la historieta japonesa pueden rastrearse hace varios siglos en el arte nipón, es entre los años 1600 y 1865 donde encontramos ilustraciones ubicadas en la parte central, rodeadas de diálogo y



narración. Durante el período siguiente, se produjo el contacto con el cómic occidental, cuyos rasgos se incorporaron rápidamente.

Sin embargo, la gran revolución en el campo de los *manga* y sus actuales características derivan del estilo impuesto por Osamu Tesuka después de la Segunda Guerra Mundial. Tesuka, un estudiante de medicina y frustrado animador, fascinado por el arte de Walt Disney y Max Fleischer,⁴ creó en 1947 un éxito llamado *Shintakarajima* (La nueva isla del tesoro). Sin embargo, trascendería a Occidente a partir de la transposición al lenguaje televisivo de dos de sus *manga*: *Jungle Taitei* (Kimba, el león blanco) y *Tetsuwan Atomu*, conocida por nosotros como *Astroboy*.

CARACTERÍSTICAS DEL MANGA. Las revistas de cómics de varones adolescentes suelen ser las de mayor circulación. Tienen una frecuencia de tipo semanal y son libros de unas 350 páginas. A diferencia del cómic americano, las historias se desarrollan en monocromo. Los *shoujo manga* presentan básicamente características similares, pero salvo excepciones su circulación se produce cada dos semanas o mensualmente. La generación de hombres de cuarenta años también tiene sus revistas. Se trata de las *seinenshi* o revistas para «hombres jóvenes»; su extensión suele abarcar unas 200 o 300 páginas y su aparición es semanal, quincenal o mensual.

LENGUAJE Y DIBUJO. Si nos preguntamos cómo es posible un consumo tan elevado de revistas de historietas, la respuesta es sencilla: se requieren lectores veloces. Un lector entrenado en la lectura de *mangas* lee aproximadamente 16 páginas por minuto, lo que equivale aproximadamente a 3,75 segundos por cada una. ¿Cómo es posible esto? Debido a que mayormente se recurre a las posibilidades icónicas, prescindiendo de las descripciones y diálogos. La lectura depende de una



suerte de escaneado de imágenes, se requiere una participación más activa por parte del lector, avanzando y a veces retrocediendo para incorporar el contenido y sus detalles. Del mismo modo que en el cine oriental, los planos simbólicos y expresivos adquieren relevancia sustancial. Esto se logra gracias a un profundo conocimiento y maestría en la utilización del lenguaje cinematográfico y pictórico puesto al servicio de la narración gráfica. Hay que tener en cuenta que un dibujante nipón cuenta con aproximadamente unas treinta páginas semanales para desarrollar su historia, a diferencia de las veinte mensuales que –en el mejor de los casos– realiza un dibujante occidental.

De los cuatro diferentes sistemas de escritura japoneses, la elección de uno dependerá de las características que el *mangaka*⁵ desee expresar. Son los siguientes: los ideogramas de origen chino, los dos sistemas silábicos: *hiragana* (o cursiva) y *katakana* (un poco más angular), y por último, el alfabeto románico. El *hiragana* se reserva para efectos suaves, mientras que para los equivalentes a onomatopeyas como *Bang!* y *Pow!* se recurre a *katakana*, y el toque de exotismo generalmente está dado por la utilización de palabras en alfabeto románico. Excelentes profesionales demuestran una vez más sus aptitudes para seguir fascinando por igual a niños y adultos de ambos hemisferios.

REFERENCIAS
-Schodt, Frederik. *Manga! Manga!*, Kodansha, Japón, 1983.

NOTAS
¹ *Shoujo* significa «muchacha». Designa a las historietas dirigidas al público femenino.
² *Shonen* significa «muchacho». Se trata de las historietas dirigidas al público masculino.
³ *Hentai* significa: «extraño» o «pervertido», de allí que se haya generalizado la designación *h-manga* para las dirigidas al público adulto por su contenido sexual explícito.
⁴ Gruber, Mónica. «Un gran animador llamado Max», *Tipografía* número 31, Buenos Aires, 1997.
⁵ *Mangaka* designa al autor de la historieta.

TYPECON 2002

TIPOGRAFÍA | REUNIÓN DE DISEÑADORES Y USUARIOS DE TIPOGRAFÍAS
Tamyé Riggs



John Downer trabajando en el *workshop* de rotulación tipográfica manual.

TypeCon 2002 fue un evento internacional destinado a profesionales e interesados en la tipografía, realizado por la Society of Typographic Aficionados (sota), una sociedad sin fines de lucro, y el Type Club de Toronto. Esta cuarta conferencia anual ofreció *workshops*, presentaciones, paneles de discusión, galerías de diseño gráfico y tipografía.

El viernes 12 de julio pasado las actividades se iniciaron con la exhibición Type Gallery acerca de nuevas tipografías y diseño gráfico. Bitstream y FontLab dictaron clases de producción de tipografía digital; Michael Clark condujo un taller de caligrafía, y el diseñador de tipografía y rotulador John Downer presentó una demostración de pintura manual de letras.

La programación comenzó con «The very best of Times», presentada por David Farey, el representante de HouseStyle Graphics. Farey describió su trabajo de desarrollo de fuentes para el diario londinense *The Times*. Este diario, único desde el punto de vista tipográfico, desde 1932 sólo ha empleado tipografías realizadas por encargo. En febrero de 2002, la publicación cambió a *Times Classic*, «una serie de tipografías display y texto para el siglo XXI». La presentación de Farey resumió brevemente la historia de *The Times* desde 1785, tomando como eje a las cuatro tipografías encargadas por el diario, sus procesos de diseño y sus cambios tecnológicos.

Thomas Phinney (Adobe), Ted Harrison (FontLab), Joshua Darden (The Hoefler Type Foundry) y Ross Mills (Tiro Typeworks) fueron panelistas de «The Tao of OpenType: Migration and Creation» y debatieron acerca de los pro y los contra de OpenType. El moderador fue Allan Haley (Agfa Monotype). La discusión se centró en los beneficios potenciales

de OpenType y evidenció la falta de apoyo para los productos en formatos no Adobe. Se establecieron las dificultades de desarrollar este tipo de fuentes y la reticencia del público comprador de tipografías para aceptar un nuevo formato.

M. Gillian Mothersill, de la Universidad de Ryerson, presentó «Beatrice Warde/Paul Beaujon and the Gingham Duster». Esta investigación acerca de la vida de Warde –la notable editora e investigadora de tipografía– generó gran cantidad de interrogantes. La presentación no sólo abordó el reconocido trabajo que realizó Warde en *The Crystal Goblet*, sino que también profundizó en otras facetas de su vida.

Akiem Helmling y Bas Jacobs, fundadores del grupo de diseño gráfico y tipografía Underware, presentaron un *show* cómico donde instaron a la multitud a «Leer desnudos en Berlín» (*Read Naked in Berlin*). La presentación exhibió la reciente familia tipográfica Sauna. El libro donde se muestra a los tipos Sauna fue diseñado para soportar el vapor a temperaturas superiores a los 120 grados Celsius. Cierta tipografía del libro sólo es visible cuando se la expone a vapores de más de 80 grados. «*Read Naked...*» publicó fotografías de una reunión celebrada en Berlín, donde a los invitados se les sugería desvestirse para testear la tipografía en un auténtico sauna construido para la ocasión.

Jan Middendorp, editor de la revista *Drunk*, de FontShop Benelux, presentó «*Drunk Means Printing, Pressure, Busy or Crowded*». En 1999, Middendorp desarrolló una publicación que impulsaría las acciones de marketing, y de esta manera *Drunk* se convirtió en «una revista impredecible con un enfoque internacional». Se presentó el proceso de una revista informal basado en una red de trabajo informal.



Ray Cruz (Young & Rubicam), Jim Lyles (Bitstream), Matthew Carter (Carter & Cone) y Sue Zafarana (Bitstream).



Brian J. Bonislavsky.

Ray Cruz, director tipográfico de Young & Rubicam Nueva York, ofreció una retrospectiva del diseño tipográfico, la rotulación y el diseño gráfico de los últimos treinta años. Tres de los representantes de los nuevos medios de Toronto –Tom Green (Humber College), Davin Risk (Snap Media) y Laura Wills (Messenger)– formaron parte de un panel de discusión acerca de tipografía y diseño en medios convergentes. Will Novosedlik (Taxi Advertising and Design, Inc.) exploró el rol de la tipografía como imagen en un mundo sobresaturado de marcas.

Joachim Müller-Lancé (Kame Design/Typebox) presentó «Crossover Culture: Japanese Type Design by Western Eyes and Hands». Akira Kobayashi (Linotype) profundizó en el desarrollo de Optima Next realizado por la fundidora en colaboración con Hermann Zapf, autor de la versión original.

Otros temas incluyeron la importancia de la tipografía en el marketing minorista, la progresión del diseño tipográfico de las formas orgánicas a las digitales, el rol de las misceláneas, los iconos y los sistemas pictográficos en las comunicaciones contemporáneas.

TypeCon 2003 se realizará entre el 18 y el 20 de julio próximo en Minneapolis, Minnesota. Las temáticas previstas combinan aspectos de la historia de la tipografía y el arte con técnicas y tecnologías contemporáneas. La imprenta, la historia de los tipos de madera y las técnicas de rotulación manual serán los temas que se analizarán junto con los últimos desarrollos en diseño tipográfico digital, avances en tipografías para pantallas y el arte de producir tipografías de calidad con herramientas contemporáneas.

Los disertantes y panelistas de TypeCon 2003 incluirán a un grupo destacado de tipógrafos, diseñadores gráficos, escritores y profesionales de nuevos medios, tanto del ámbito local como del internacional. Entre ellos Peter Bilak, Matthew Carter, Mike Cina, John Downer, David Farey, Kent Lew, James Montalbano y Jim Parkinson. TypeCon 2003 es una reunión donde los estudiantes y los aficionados pueden dialogar con destacadas personalidades del campo del diseño gráfico y la tipografía.

PARA MÁS INFORMACIÓN VISITAR www.typecon2003.com
CONTACTO info@typesociety.org

DOCTORABILIDAD DEL DISEÑO

TEORÍA | LA LEGITIMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN TEÓRICA EN LAS DISCIPLINAS PROYECTUALES
Gui Bonsiepe

Miguel había estudiado diseño, graduándose con el título de «diseñador». Por lo tanto, podía usar este título en su tarjeta de presentación, diferenciándose de los invasores del campo profesional del diseño, carentes de la correspondiente calificación, sea formal o informal.

Después de algunos años, Miguel comenzó a interesarse por la carrera académica y se presentó a un concurso docente. Él había dado algunos cursos como profesor visitante y podía presentar un voluminoso portfolio de proyectos desarrollados para los más diversos clientes, desde grandes empresas hasta instituciones públicas y microempresas. Había ganado algunos concursos y además, publicado artículos en revistas especializadas, lo que constituye un buen antecedente para un puesto docente. Por lo tanto, se había esperanzado en ganar el concurso. En vano. Dos de sus competidores no contaban con el mismo volumen y calidad de proyectos profesionales, pero ostentaban un plus fuerte en el proceso de selección: uno de ellos tenía un título de master y otro un título de doctor. Estos títulos pesan mucho en el ámbito académico y a veces tienen un peso de oro. Entonces se preguntó si estos títulos son indicadores de competencia proyectual, y ni hablar de competencia didáctica para el diseño. Por lo tanto, Miguel se repreguntó: ¿qué significa tener el título de doctor en el área de diseño?, ¿tiene sentido hablar de un doctorado en una carrera proyectual o se trata simplemente de elevar el diseño algunos escalones en la categoría, imitando a otras disciplinas universitarias ya establecidas, es decir, instrumentalizar el «capital cultural» o simbólico?

Al seguir esta reflexión, descubrió algunos hechos casi absurdos. En un gran país semiperiférico como Brasil, la enseñanza del diseño tiene una tradición de dos generaciones. Existen cursos de diseño industrial y diseño gráfico, pero casi no hay cursos de maestría de diseño, y menos aun de doctorado de diseño. Los ministerios de Educación que controlan la creación de cursos superiores tienden a aplicar esquemáticamente los criterios usados para disciplinas científicas en el área del diseño. Para crear un doctorado de diseño todos los docentes (como mínimo, diez) deben poseer título de doctor. Ya que no existe hasta el momento un curso de doctorado en estas disciplinas, las facultades están obligadas a ocupar los cargos con docentes de otras áreas que cumplen con el requisito formal, pero que en su mayoría conocen el diseño a lo sumo por haber escu-

chado alguna vez la palabra, teniendo que recurrir a doctores «prestados» de otras facultades.

Por lo tanto, los cursos de maestría, y más aun de doctorado, son dados por un staff bienintencionado proveniente de otras disciplinas científicas tales como semiótica, psicología, lingüística, historia del arte e ingeniería. Es decir, disciplinas no proyectuales. Aparentemente, la experiencia profesional en diseño no desempeña un rol importante para ocupar un puesto de docencia. Lo absurdo de este formalismo se hace visible en una comparación: ¿es posible imaginar un programa de doctorado en matemática controlado por diseñadores? Aparentemente, los gestores en los ministerios de Educación desconocen las áreas proyectuales; a lo sumo tienen ideas vagas y desactualizadas, ya que han estudiado otras disciplinas para poder ocupar los puestos burocráticos. El diseño todavía no participa en estas esferas de decisión.

Esta situación bizarra no había llegado a su máxima inflexión. En la producción teórica, dado que la calificación científica se revela en publicaciones, se discutía con toda sinceridad el postulado de que en el futuro todos los cursos de diseño deberían ser dictados por personas con título de doctor. Si los médicos se formaran con este criterio, el público haría bien en evitar la entrada en un consultorio, pues el médico seguramente sabrá muchas cosas interesantes, pero tendrá una relación a lo sumo distanciada con la práctica de diagnosticar y curar.

Las investigaciones de diseño suelen caracterizarse por temáticas esotéricas –interpretaciones de interpretaciones de interpretaciones, textos sobre textos sobre textos–, evitando estrictamente cualquier referencia a la dimensión empírica. Predominan investigaciones inspiradas en el deconstructivismo, influido por postulados posmodernistas. En caso de aproximarse a un tema concreto, éste se limita a cuestiones de relevancia aplastante, tales como la curvatura de un detalle de una cómoda de madera noble en la casa de la alta burguesía sevillana a fines del siglo XIX, u otro tan fundamental como la transición entre el colorido del negro al rojo en las letras capitales de manuscritos medievales.

Las investigaciones se han revelado como un campo de especulaciones en el cual los participantes están menos interesados en llevar el diseño adelante que en utilizarlo como materia prima para avanzar en la frontera de conocimientos de su propia disciplina científica. Se abren, por lo tanto, las

puertas para emitir opiniones arbitrarias que son una farsa del rigor teórico, tan necesario, pues el campo de la teoría del diseño está carente.

No hay nada que decir contra las investigaciones en diseño –por el contrario–, cuyas carencias son un indicador del atraso notorio del diseño comparado con otras áreas tales como las ciencias de la computación. Pero cuando se mezclan en las investigaciones de diseño ambiciones y normativas, los diseñadores profesionales con toda razón se defenderán contra tales intentos de tutelaje y lo tomarán como manifestación de un discurso usurpador y expresión de un mero verbalismo. Con esto, la dañina brecha tradicional entre teoría y práctica del diseño se amplía en vez de reducirse.

La cuestión de un doctorado del diseño está relacionada con el proceso histórico de transición de su enseñanza partiendo de una tradición de escuelas y talleres de oficios hasta entrar en las universidades. Con esto llega a su fin un proceso que comenzó en el siglo XIX con la fundación de academias de Artes en las cuales las actividades del hacer, sobre todo artísticas, habían sido excluidas de las universidades. Mientras el diseño y su enseñanza quedaran librados a esta tradición –instituciones como Bauhaus y hfg ulm se rebelaron contra este bagaje histórico–, la cuestión de la acreditación académica no podía surgir. Tampoco podía surgir una tradición en investigación. El diseño era una profesión, pero no una disciplina académica sustentada en la investigación.

Hay dos argumentos contra la doctorabilidad de la actividad proyectual. Los representantes de áreas académicas establecidas evocan el peligro de una dilución del título de «doctor» que funciona como sello de calidad para las investigaciones. Pues se trata de producir nuevos conocimientos que se transmitan mediante el lenguaje. Pero el diseño no está orientado hacia la producción de nuevos conocimientos, es otro modo de enfrentar la realidad y actuar en ella. Por cierto, se lo puede considerar también como una actividad cognoscitiva, pero no como una actividad propuesta para producir textos que se manifieste en competencia discursiva.

Con esto no se pretende subvaluar la competencia discursiva o asignarle una función secundaria. Ella es indispensable porque la reflexión se manifiesta mediante el lenguaje. Es un criterio central del trabajo científico. Pero tampoco se puede sustituir el proyecto por actos lingüísticos.

Por parte de los «prácticos» se escucha la objeción de que una calificación doctoral de acuerdo con criterios tradicionales aplastaría lo específico del diseño y llevaría a una anemia proyectual. Este argumento tiene algo de cierto, pues reconoce que el proyecto es una actividad no discursiva y, por lo tanto, no «alcanzable» con medios discursivos. Si un título de doctorado en Diseño aspira a tener sentido, sólo lo tendrá con la condición de que la calificación académica no sea tratada como un derivado de disciplinas discursivas establecidas o como «equivalente a un doctorado», empujada, por lo tanto, hacia una posición secundaria, subalterna. Un título únicamente tendrá relevancia y valor cuando se reconozca y acepte sin reservas mentales y falsas jerarquías el «Proyecto» como categoría propia. El futuro mostrará si las instituciones académicas arraigadas en la tradición y en su poder y las burocracias en los ministerios son capaces –y están dispuestas– de dar este paso de reconocimiento del Proyecto. Un título de doctor a secas o Ph. D. (*Philosophy doctor*) de carácter general no reflejaría lo específico del diseño. Por lo tanto, habría que especificarlo, por ejemplo, Dr. Des. (*doctor en Diseño*).

Existen dos opciones: o se reconoce el título de doctor en Diseño basado en la contribución innovadora al campo de conocimientos de diseño, o se reconoce el proyecto como nueva categoría doctorable. Probablemente, en la práctica se resuelva en un híbrido. Por cierto, un trabajo orientado a la creación de conocimientos de diseño debe inclinarse a las prácticas estándares del trabajo científico.

¿Cómo se puede crear una tradición de investigación en el campo del diseño sobre cuya necesidad hoy en día no deberían existir dudas? Pues el regreso hacia una práctica proyectual «incontaminada» por el discurso es posible solamente al costo de una regresión. La respuesta está menos vinculada a una metodología propia de investigación que a la perspectiva con la cual se enfocan los problemas y a la tipología de problemas analizados. Esta es una afirmación que en el futuro debería ser fundamentada, pues hasta el momento no lo es. Pero hoy se puede afirmar que el necesario discurso del diseño únicamente adquirirá relevancia cuando parta de una base proyectual. Los diseñadores en general hacen una pobre figura cuando tratan de justificar la calidad de un diseño, ya que según su juicio falta evidencia cuantitativamente codificable. Pero puede ser que la calidad proyectual de una propuesta escape a los métodos cuantitativos –a no ser por el precio de una precisión en trivialidades–, pues el diseño es constitutivamente un dominio de los juicios (*assessments*). Esta posibilidad aquí esbozada no significa colocar agua sobre los molinos de aquellos que prefieren empujar el discurso del diseño al reino nebuloso de la imprecisión.

No se comete una injusticia al afirmar que la comprensión del diseño en las ciencias es en general rudimentaria y que el diseño todavía tiene el aura de una actividad «artística». El proyecto es una caja negra con una atracción particular por su supuesta «creatividad». En las disciplinas científicas debe eliminarse aún una serie de escombros cognoscitivos para que se pueda llegar a una colaboración fructífera en el campo de la investigación, es decir, para alcanzar un enriquecimiento temático de las ciencias.

PRIMERA BIENAL DE TIPOGRAFÍA LETRAS LATINAS

EVENTOS | ALFABETOS CONTEMPORÁNEOS DE LATINOAMÉRICA

Para los meses de marzo y abril de 2004 está prevista la realización de la Primera Bienal de Tipografía de Latinoamérica, que se desarrollará en forma simultánea en las ciudades de Buenos Aires, San Pablo y Santiago de Chile. Los organizadores de los tres países desarrollarán a la brevedad las bases de participación y comenzarán a trabajar en la infraestructura de las muestras. El criterio de selección se ajustará a las cuatro categorías que actualmente se desarrollan en el sitio Web de Letras Latinas y que responden a los tipos para textos, títulos, pantallas, experimentales y misceláneas.

La iniciativa surgió como resultado de la exposición Letras Latinas, que en el marco de *tipoGráfica buenosAires* se llevó a cabo en el Pabellón de las Naciones del Centro Cultural Borges, en conmemoración del centenario aniversario de *tpG*. La muestra convocó a una gran cantidad de diseñadores latinoamericanos y la reflexión final, a partir de los trabajos presentados, puso en evidencia el interés que el tema despierta en la región.

El espacio virtual. Posteriormente, el emprendimiento se consolidó a través de la creación del sitio Web www.letraslatinass.com, que comenzó sus actividades en el pasado mes de octubre y que actualmente cuenta con más de medio centenar de trabajos expuestos.

El sitio Web surge como otra manifestación del mismo objetivo: crear un espacio permanente de exposición de fuentes tipográficas desarrolladas en la región. Oficialmente, fue inaugurado el viernes 22 de noviembre en un acto organizado en el marco de la Cátedra Cosgaya, en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la UBA. El encuentro permitió reconocer públicamente la colaboración de muchos de los integrantes de la Cátedra en la organización y el funcionamiento del espacio virtual.

Entre las novedades presentadas en esa oportunidad, se anunció la realización de la Primera Bienal de Tipografía Letras Latinas como el vehículo natural para evaluar el avance de la disciplina en la región.

Antecedentes en la historia local. Latinoamérica no ha podido construir aún un espacio propio y



de envergadura en el campo del diseño tipográfico. Sin embargo, desde 1987 y hasta la actualidad se manifiesta en nuestro país cierto grado de desarrollo y estudio de la tipografía que en el presente demanda su consolidación.

En 1987 se creaban en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la UBA los primeros equipos docentes para el dictado de la materia Tipografía en el contexto de la carrera de Diseño Gráfico. En esa oportunidad, el primer Seminario de Tipografía tuvo más de cuatrocientos inscriptos. A partir de esa experiencia surgieron los programas oficiales de estudios, que en la actualidad responden a necesidades diversas y específicas.

Desde entonces, la tipografía adquirió por derecho propio un lugar relevante en la formación de los nuevos diseñadores gráficos, cuyas producciones motivaron a otras casas de estudio a incorporar la materia a sus currículos.

Invitación. *tipoGráfica* invita a todos los interesados en brindar opiniones e ideas para el desarrollo de esta próxima Bienal de Tipografía Letras Latinas 2004. Se podrán realizar sugerencias en biennial@letraslatinass.com hasta el 1 de marzo de 2003, fecha en la que se reunirá el comité organizador para darle forma definitiva al evento.

OPINIÓN

NARRATIVA DE LA CRISIS

LA REALIDAD CRÍTICA QUE ATRAVIESA LA ARGENTINA PUEDE EVIDENCIARSE A TRAVÉS DE CRUCES DISCIPLINARIOS, TOMANDO CONCEPTOS DE LA FILOSOFÍA, LA HISTORIA Y LA LITERATURA. AL MISMO TIEMPO, SE PUEDE PARTIR DE FIGURAS RETÓRICAS COMO METATEXTOS, ALEGORÍAS Y PARÁFRASIS, PARA CONSTRUIR UNA RENOVADA FILOSOFÍA POÉTICA



ALFREDO SAAVEDRA

Junto a Eduardo Ferres, estableció el estudio Saavedra Ferres. Actualmente se desempeña como profesor titular de la materia Diseño Gráfico de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Buenos Aires.



Desdémona: –¿Qué escribiríais de mí si tuvierais que hacer mi elogio?

Yago: –¡Oh, encantadora dama! No me encarguéis semejante obra, pues no soy nada, sino un crítico.

Desdémona: –¡Vamos, ensaya!

WILLIAM SHAKESPEARE

He aprendido a escuchar otras voces que me han deslumbrado al punto de querer casi plagiarlas. Pues, según Henri Laborit, «también somos los otros, por lo que nos enseñan los otros»:

Queremos todo un poco más de todo, de todo el todo y un poco además.

RÓMULO Y REMO, LOS CABALLEROS DE LA QUEMA

Todos pasamos por momentos de dolor... Sí, pero yo quería menos.

Dolor sí, y mucho, porque duele «apestar a fracaso», como cita lúcidamente Silvia Fernández, en *Otro diseño es posible* (véase nota en *tipo-Gráfica* número 52, p. 10). Hay dolor no sólo porque nos causen una herida más a nuestro narcisismo ya lastimado. Es porque algunos tipos «malamados» y «malparidos» nos han desgraciado, y Silvia Fernández habla de la Argentina, es decir, de «nosotros», utilizado cada vez más en plural en tiempos de políticas programadas y diseñadas para la exclusión y el exterminio. Somos muertos por desnutrición y también por represión.

Como, según parece, son algunos pocos quienes han escuchado, por ello se hace necesario volver a «decir», de lo contrario sería penoso sentirse aislado y en la más íntima de las soledades enfrentarse al silencio más desolado que alguna vez podría escucharse. «Desolado» da una impresión de vacío vertiginoso y triste, proviene de la palabra latina *desolare*, que significa abandonar, y a su vez de *solus*, que quiere decir «solo».

Sentirse así, entonces, es como decirse a uno mismo: ¡No, no es que no los oigo, es que no me hablan! De ser así, uno alumno o profesor, si emite preguntas y queda sin recibir respuestas, sólo sentirá y sufrirá el eco del silencio. Entonces, por sentirse ignorado, la comunicación y la condición humana no tendrán existencia.

El maestro Zen enseñaba a su alumno de la siguiente manera: «aprende a preguntar y ejercítate en el encontrar». Según Louis Khan, «una buena pregunta tiene más valor que la más brillante de las respuestas». Para Otl Aicher, «estudiábamos hasta descubrir que las respuestas que recibíamos sobre las cuestiones del mundo dependían del método con que las preguntas se formulaban», «proyectamos porque buscamos, no porque sabemos».

El proyecto nos interroga cada vez que lo abordamos y él, desafiando nuestro recurso de conciencia e intelecto, nos pregunta: ¿has comprendido?, ¿has reimaginado con profundidad?, ¿estás preparado para abordar las potencialidades que se han planteado acerca del ser transformado y enriquecido? Así se produce la acción, mediante la traducción a conducta en la respuesta y la interpretación.

¿Plantear sólo preguntas? Preguntas sí, pero esenciales, que transiten desde Shakespeare a Saramago, desde Lenin a Mao Tse-tung, desde John Berger a Otl Aicher; que constituyan la naturaleza del hombre y permitan su posibilidad de elegir la forma de vivir y también, como lo hiciera el Che Guevara, la de morir.

Y si sólo el resto fuera silencio, será por encontrarnos distraídos, indiferentes o muertos.

Existen silencios que en cambio tienen otras implicancias. Son anticipatorios de las palabras para que éstas puedan emitirse de manera precisa, verdadera. Para que hablen desde dentro hacia afuera. En segundo lugar, el silencio evidencia un tiempo necesario de reflexión para asentir o disentir ante lo dicho por otros. En tercer lugar, estamos junto a otros y queremos sinceramente que ellos crean en nuestro interés y en nuestra capacidad de ser atentos escuchas.

A veces, con el fin de rebatir una sola frase necesitamos contar con toda una vida. Por ello, se requiere, como sucede en toda cultura, que no sólo posea tradición, sino también memoria. Una memoria que someta a estudio y análisis los frutos que ha recogido a lo largo de su devenir histórico. ¿Sabes lo que dicen los árboles

cuando el hada entra en el bosque?: ¡Mira! ¡El mango es uno de los nuestros!

El diseño como práctica no es sólo un ejercicio dirigido a una competencia, es una praxis en desarrollo dialéctico a través de la cual se adquiere un estado de conciencia que define sentidos a su razón de ser y existir.

A las preguntas que tiene que hacer un diseñador y que ya nos formulara el maestro Otl Aicher: ¿un producto que funcione?, ¿un producto que tenga buen aspecto?, ¿un producto utilizable?, ¿un producto informativo?, en su propia reflexión, activa la dinámica, la abarcabilidad, y en este sentido la dialéctica responde: «la actividad del diseñador consiste en crear orden en un campo de factores heterogéneo y en conflicto».

Aquí, *rizando el rizo*, se suma otra voz maestra, la del arquitecto Louis Kahn. De sus escritos acerca de «Forma y diseño», precisamente del apartado «Orden y forma», podemos extractar: «El diseño es dar forma en el orden. La forma surge de un sistema de construcción, por lo tanto un caballo pintado a rayas no es una cebra. Las composiciones de Mozart son diseños. El diseño insta a más diseños. El mismo orden creó al elefante y al hombre. El mismo orden creó al enano y a Adonis».

Hay quienes describen el mundo señalando la melancolía, la sordidez, los tormentos y las culpas, exploran universos oscuros. Revuelven en los márgenes reparando sus miradas en los detalles y en los rincones más tremendos de la existencia humana. Otros van detrás de una señal distintiva buscando un espacio luminoso. En él la fuerza de proponer, reproducida en condiciones humanas más dignas entre la ética y la estética del mundo, se construye en su devenir postergando su implosión fatal.

De ser así, o más bien para que sea así, es necesaria una teoría dotada de «cierta complejidad» para toparse con «la complejidad de las teorías» y las «teorías de la complejidad». Sólo de esta manera puede conservarse como tal, mediante una recreación intelectual permanente. Si la simplificación tecnológica conserva de



Fachadas de los bancos de la ciudad de Buenos Aires «protegidas» de las combativas acciones populares producidas en repudio a las medidas político-económicas aplicadas en diciembre de 2001.

Por lo tanto, como diría Bertolt Brecht, «predigo lo que ha de venir, pues estoy al tanto de sus planes». El problema es que no se puede dar una charla sobre estética sin hablar acerca del principio de la esperanza y también de la existencia del mal.

Karl Krauss afirmaba que el lenguaje no es nunca inocente y una ética del lenguaje consiste, por lo tanto, en tratar de saber de qué palabras somos responsables o culpables. «De los sombríos tiempos que estamos viviendo a las puertas de un nuevo milenio, estemos alerta sobre la responsabilidad de tener ojos, cuando otros los perdieron», decía Saramago... El tema será saber cuánto nos importa el mundo como proyecto o su reverso: el proyecto del mundo, en él vivimos nosotros.

Durante años callaron los callados, pero apuesto que no será así cuando comiencen a hablar los que habrían callado o *no dicho*. Ha pasado tanto tiempo sin *decir* y demasiado por guardar. Ahora, cuando hablen, van a hablar, y van a hablar hasta que el último tenga lo último por querer decir. «Es de ti que habla la historia», prologó Karl Marx en su monumental obra *El Capital*.

De aquí no se va nadie, nadie. Ni el místico ni el suicida. Antes hay que deshacer este entuerto, antes hay que resolver este enigma.

Y hay que resolverlo entre todos y hay que resolverlo sin cobardía, sin huir, con alas de percalina o haciendo un agujero en la tarima.

Y es inútil, inútil toda huida (ni por abajo, ni por arriba). Se vuelve siempre. Siempre.

LEÓN FELIPE

Después del 19 de diciembre de 2001 en la Argentina nunca nada será igual. Hemos visto ya muchos graffitti que expresaban: «Compré soga hoy, mañana aumentará», «¡Hoy cacero-las, mañana fusiles!»... ¿Será como dice Andrés Rivera? Dice que Juan José Castelli, que habló por los que no lo escucharon y por los otros a los que no conoció y que murieron por haberlo escuchado, dijo: «¿Qué juré yo, y a quién, ese 25 de mayo oscuro y ventoso...? Juré que la revolución no sería un té servido a las cinco de la tarde». ■

la teoría únicamente lo que es operacional, deviene un recetario técnico.

Con frecuencia se nos «hace» olvidar que la mejor manera de deshonrar al ser humano es no exigirle aquello que es capaz de alcanzar.

En el trabajo docente, ésa es la cuestión: llamar la atención del alumno hacia aquello que en un principio sobrepasa su entendimiento y más aun, su propia estatura. Esta fascinación obligará al alumno a persistir en el intento. La simplificación y la moderación hoy predominantes en toda la educación son mortales porque menoscaban de modo fatal las capacidades desconocidas de nosotros mismos. Existe una vulgar condescendencia *a priori*, ya que somos juzgados como incapaces de hacer cosas. Tanto en el pensamiento, el conocimiento y la imaginación, como en el amor nos exige entregarnos.

Por eso nuestra mirada, que observa, recorre y analiza la imagen, no lo hace bajo una sospecha inquisidora. Más bien es solidaria y ésta acompaña cuando reconoce en ella la nueva forma que el cuerpo proyecta. De esta manera uno empieza a creer en ese verosímil posible de «lo mejor de lo humano». En algún lugar próximo, el diseñador está aprendiendo a diseñar, e imaginamos que nuestra época no será recordada por sus fracasos económicos, y menos aun por la barbarie sangrienta de sus violentas políticas.

El hombre que *nombra* un nombre, pronuncia alguna verdad.

La palabra es probablemente la mayor dificultad que enfrentan los «olvidadores profesionales», porque la vocación congénita de la palabra no es omitir sino *nombrar*.

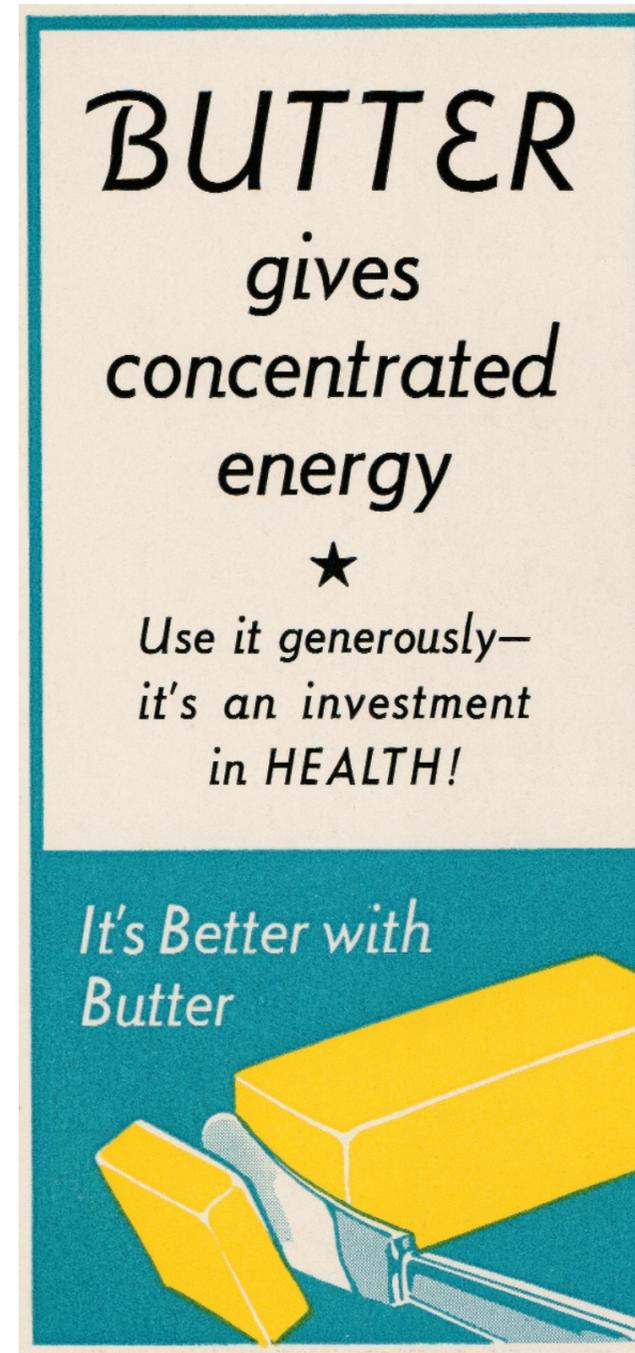
LA NATURALEZA DEL DISEÑO TIPOGRÁFICO

SI BIEN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS SON UN APORTE INELUDIBLE PARA LA DEMOCRATIZACIÓN DE LAS DISCIPLINAS TIPOGRÁFICAS, LAS POSIBILIDADES EXPANSIVAS DE LA TÉCNICA REDUCEN LOS POTENCIALES CREATIVOS DE LOS NUEVOS DISEÑADORES HACIENDO QUE SUS TIPOGRAFÍAS NO ALCANCEN RESULTADOS PERDURABLES NI GENUINAMENTE AUTÉNTICOS



FRED SMEIJERS

Su pensamiento contemporáneo en materia de tipografía se sustenta en una amplia formación que abarca desde el diseño manual de fuentes en metal hasta las tipografías digitales. Ha diseñado las familias FF Quadraat, DTJ Nobel, TFF Renard y FSM Arnhem. Es autor del libro *Counterpunch* y en 2000 obtuvo el premio internacional *Gerrit Noordzij*.



La tipografía Tempo, de Ludlow, ha sido planificada con las variaciones de peso necesarias para ser utilizada con fines comerciales.

El diseño tipográfico está realizado por especialistas llamados diseñadores de tipografías. Al menos, eso es lo que podríamos pensar en un principio. Y es cierto que hay muchas buenas tipografías realizadas por «verdaderos» diseñadores de tipografías. Pero también hay muchas buenas tipografías diseñadas por personas que se dedicaban a otras cosas, y también al diseño de tipografías. Por «tipos» quiero decir los caracteres utilizados en tipografía, de manera que me refiero a las fuentes que se usan para componer texto. Esto no incluye la letra manuscrita, la caligrafía y el diseño de letras.

Antes de la invención del diseño gráfico, las personas que diseñaban tipografías podían ser grabadores, maestros escribas, impresores o punzonistas. En el siglo xx, muchas tipografías fueron diseñadas por personas que tenían una relación estrecha con la industria de la imprenta, pero que no eran diseñadores tipográficos propiamente dichos. W. A. Dwiggins, por ejemplo, fue un tipógrafo y diseñador gráfico que también comenzó a diseñar tipografía. Otro ejemplo es el tipógrafo de libros holandeses Bram de Does, quien, después de muchos años de trabajar como tipógrafo, diseñó las tipografías Trinité y Lexicon. Ambos diseñadores trabajaron en tipografías que ellos mismos necesitaban, y a menudo estos diseños se destacan en lo relacionado con el dibujo y el carácter, dentro de un estilo determinado de letra. Otro ejemplo sería la tipografía Syntax, diseñada por Hans Eduard Meyer. En este caso, la necesidad de crear una sanserif humanista fue un factor determinante. Lo importante en estos ejemplos es que los diseñadores emprendieron la tarea guiados por un fuerte impulso personal; nadie les pidió que lo hicieran.

También están las personas que se dedican exclusivamente al diseño tipográfico y a nada más. Se las encuentra en el mundo de las empresas fabricantes de tipografías: los empleados que trabajan para Monotype, Adobe o Linotype. En la fábrica, que en la actualidad se ha convertido en una oficina, se encomienda a los empleados que se ocupen del diseño tipográfico, o de actividades conexas, durante ocho horas al día. Deben producir por motivos comerciales, y en este tipo de empresas no tiene mucha cabida la preferencia personal ni las exigencias tipográficas.

Además de estas condiciones tan extremas, hay casos intermedios. Podría ser que una empresa le pidiera a un diseñador que le suministrara una fuente. A menudo el pedido está seguido por determinadas especificaciones que



aaaaa

Garamond no es sólo el nombre del famoso punzonista francés que vivió en el siglo XVI, sino un tipo de letra que guarda estrecha relación con todas las tipografías romanas que se grabaron en ese siglo. Estas romanas siguen siendo una fuente de inspiración en lo que respecta a los diseños tipográficos clásicos con serifas. La primera «a» minúscula fue grabada a punzón por el propio Claude Garamond. A continuación se observan los «nuevos» diseños que pertenecen a la denominada clase Garamond. La Adobe Garamond y la Renard se basan en documentos históricos. Las dos últimas, la Lexicon y la Quadraat, son interpretaciones actuales del tema Garamond.

realiza el cliente; entonces, será raro que se le dé carta blanca en estos casos. ¿Y qué categoría, la personal o la industrial, produce el mejor trabajo? Es difícil responder; la pregunta tampoco es suficientemente específica como para permitir una respuesta concreta. Sin embargo, el hecho de que sea difícil responder evidencia que dentro del diseño tipográfico, la persona cumple una función importante.

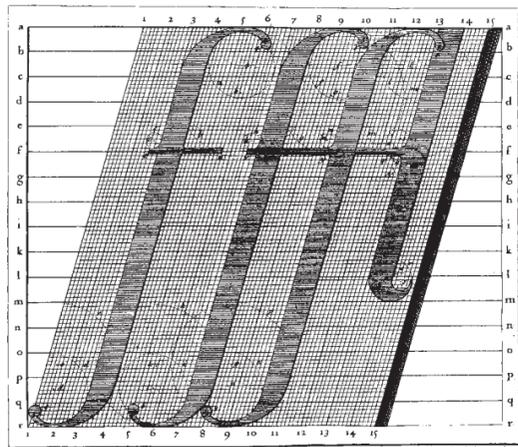
La palabra «diseño» implica una creación, pero una que no haya nacido por accidente. Diseño significa algo bien planificado y, si es necesario, probado y corregido. ¿Se planifican realmente los diseños tipográficos?

Sí, muchos de ellos se planifican, pero otros no. O sencillamente no están pensados de manera suficiente, sólo crecen, apoyándose demasiado en la labor de otros. Se considera que el primer diseño tipográfico es el Romain du Roi (el gran proyecto francés del decenio de 1690). Esta tipografía fue no sólo una idea de cómo podía ser una letra romana; también estaba bien documentada en todos sus detalles, de manera que otras personas pudieran utilizar esta documentación como un plan de trabajo. En este caso estamos ante una clara distinción entre los diseñadores y los ejecutores/artesanos. ¿Significa esto que todas las demás tipografías hechas antes de la Roman du Roi no fueron diseños? Básicamente, sí. La mayoría de las tipografías del estilo de la Garamond antes de ese momento se consideran la obra de artesanos. Desde luego, en cierto modo, establecer esta división en relación con la tipografía es algo necio. Para referirme a mi propio caso: debo planificar casi todos mis diseños, pero también hago gran parte de la tarea de realización (los dibujos y el espaciado definitivos). Así es como soy tanto un diseñador como un artesano. Diseñador tipográfico o fabricante de tipografías: hoy es más difícil distinguirlos que hace unos siglos, cuando los punzonistas –los artesanos– se encargaban de la fabricación de los tipos dentro de la tipografía.

En el último decenio, se ha ampliado el espacio de trabajo para el diseñador tipográfico individual. Naturalmente, esto es el resultado de la tecnología digital y de la existencia de

agkv agkv

Si bien hace más de un siglo existían versiones de tipografías sanserif, la Syntax fue una verdadera novedad. Las sanserif humanistas eran poco habituales, la Gill y la Metro estaban disponibles, pero fue H. E. Meyer, con el diseño Syntax, quien logró que la sanserif sea marcadamente humanista.



XXXIV

Este diagrama contiene algunos caracteres del que se considera el primer diseño tipográfico, la Romain du Roi. Básicamente, se trata de una solución clara, trabajada de manera tal que puede ser utilizada por cualquiera que la convierta en tipografía.

drainage

COMBINACIÓN

drainage

QUADRAAT

drainage

COMBINACIÓN

drainage

RENARD ROMANA-3

Combinar fuentes diferentes puede ser una forma tentadora de crear un «nuevo» material. La palabra que se reproduce arriba parece ser un diseño perteneciente a la clase Garamond. De hecho, se trata de una combinación generada automáticamente entre la tipografía Quadraat y la Renard romana-3. Este recurso se ilustra claramente en las palabras más pequeñas.

software fácil y accesible para el diseño de fuentes. El software que puede utilizarse para el diseño digital de fuentes es el responsable de dos cosas importantes. En primer lugar, ha liberado el diseño tipográfico, que solía estar en manos de los fabricantes que también producían las máquinas de componer. Es como actualmente el diseño tipográfico está al alcance de cualquier persona que desee diseñar una tipografía. Más aun, el software para diseño de fuentes contiene ahora todo el procedimiento para el diseño de tipos. El diseñador tipográfico ya no depende de técnicos. Todo el proceso de diseño, así como la producción, pueden ser hechos por el diseñador desde una máquina, desde un escritorio, dentro de una habitación. Ya no hace falta aguardar que las pruebas sean entregadas por el técnico, luego corregirlas y nuevamente aguardar el arribo de las pruebas corregidas. Decididamente, esto ha afectado la velocidad: el procedimiento se ha simplificado y ha adquirido mayor eficiencia. Ahora que el proceso resulta tan sencillo, a su vez los diseñadores de fuentes se han tomado más hábiles, y todo el negocio se ha vuelto más atractivo. Los estudiantes están aprendiendo rápidamente de estas personas capacitadas y, en poco tiempo, los más talentosos se están convirtiendo en diseñadores tipográficos. Esto también tiene un efecto positivo sobre la producción y ha traído aparejado un importante desarrollo de nuevos diseños de toda clase, así como muchas fuentes llamadas «a medida».

En la actualidad, una fuente puede diseñarse en unos pocos días, y a veces en menos tiempo aun, mucho más rápido que en los días de la fotocomposición o la composición en caliente. O al menos así parece, si se tiene en cuenta lo que sucede de esta manera. Sin embargo, ¿es ésta la forma correcta de considerarlo? Con el nuevo software para diseño de fuentes, pueden hacerse nuevos diseños y fuentes a medida en menos de lo que canta un gallo. Ahora hay mucha gente que abre las fuentes de otros, les cambia algún detalle, y listo. ¿Es esto diseño tipográfico? Otro método que ha surgido en los últimos años consiste en combinar los diseños que nos gustan, interpolarlos entre otros diseños buenos y dejarlos ahí, o tal vez cambiar alguno que otro detalle. Es un método eficaz y muy tentador, sobre todo para el novato, que obtendrá resultados convincentes sólo con presionar algunas teclas. Pero combinar y probar no es diseñar, independientemente de que el resultado luzca bien o mal.

El tercer método consiste en mirar con atención a nuestro alrededor y apenas algo resulta atractivo al mercado, o a nosotros, simplemente incorporarlo a nuestras propias fuentes. En otras palabras, tomar lo mejor que hay y aderezarlo con nuestros propios detalles. Hay diseñadores astutos que saben cómo se hace, saben manejar el software con habilidad, pero al parecer es lo único de que son capaces. O bien son demasiado perezosos, o no tienen tiempo, o sencillamente carecen del talento para hacer el trabajo como

Las fuentes existentes pueden servir como base para los logotipos, los eslogans y las «nuevas» tipografías. Este método de trabajo nunca puede ocultarse, los diseñadores, y sobre todo los diseñadores tipográficos, reconocerán fácilmente cómo era el original. Sin duda, cuando los productos se convierten en fuentes completas esto puede ser un problema.

REAL leather

REAL leather

Ni siquiera las familias tipográficas grandes y bien planificadas pudieron subsistir hasta el presente. La Tempo, de Ludlow, fue una familia planificada con todas las variaciones de peso necesarias. Además tenía una itálica de carácter más «alegre» e informal para todo tipo de fines comerciales.

Typedesign Typedesign Typedesign

Un tercer método consiste en mirar cuidadosamente nuestro entorno e incorporar a nuestras propias tipografías los detalles interesantes que encontramos en otros diseños. A menudo esto se hace con las tipografías sanserif actuales y luego se las vende a directores de arte que creen estar comprando una tipografía realmente hecha a medida. En la empresa tipográfica este trabajo se realiza rápidamente y con frecuencia es bien remunerado. El truco se ha repetido tanto que en gran medida ya no engaña a nadie. El subterráneo de Londres es el mejor lugar para encontrar este estilo de tipografías.

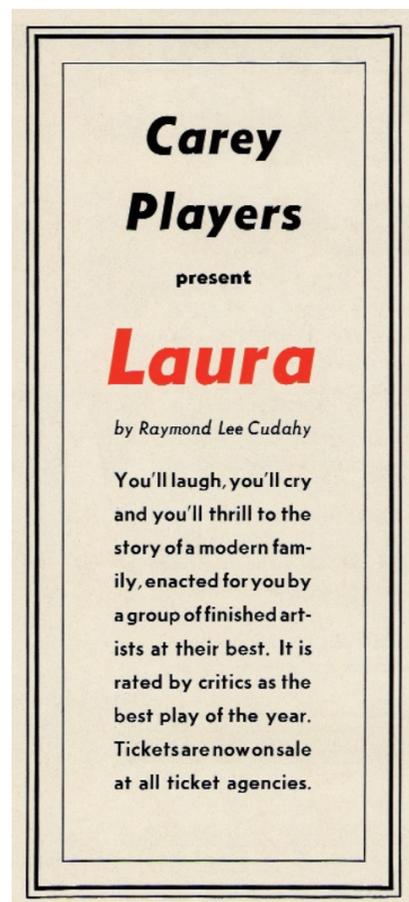
ENGINEERS TO 56 Alter plans for large government project

30 Point Ludlow © 28 Square Outlier
Length of letters: color alphabet: 512 points

La tipografía Square Gothic, de Ludlow, es una de las muchas sanserif Grottesque o American Gothic. Muchas de estas tipografías han sido olvidadas por completo. Naturalmente, el carácter gótico aún existe en la actualidad en los diseños y puede ser evocado en tipografías como la Arial.

debería hacerse. Es cierto que estas personas tienen buen ojo para tipografías. Pero también lo tienen todos mis clientes, quienes suelen comenzar por decirme: «¿Nuevos diseños tipográficos? En general, no me molesto en pedirlos, se ven todos iguales: copias baratas, pruebas. ¿Por qué creen que tengo tiempo para ese tipo de cosas?»

Las técnicas digitales permiten a la gente mezclar y probar. La música es una conocida víctima de esto, y la tipografía tampoco se salva. Como ya lo he dicho, el diseñador individual es importante para el diseño tipográfico. En la actualidad hay muchas personas que ejercen la profesión. De hecho, tenemos tantas que podríamos preguntarnos hasta qué punto exactamente su trabajo es personal. En la medida en que algo que solía ser particular se vuelve general, esto significa que hay más y más personas que trabajan sobre lo mismo y esto siempre terminará por llevar a una devaluación. De repente, hay tanto de lo mismo a nuestro alrededor que simplemente se hace menos interesante y más común. El diseño tipográfico se ha vuelto como el uso de la tipografía: se ha democratizado. Eso no tiene nada de malo. Y, después de todo, es lo que queríamos; queríamos más diseños tipográficos y un interés más generalizado en la



tipografía. Sin embargo, hay un remedio contra los diseños tipográficos que no son realmente auténticos, y contra las fuentes (me niego a llamarlas diseños tipográficos en este contexto) que sencillamente han tomado prestados demasiados detalles y carácter de otros diseños que les prepararon el terreno hace apenas uno o dos años. El remedio al que me refiero es –tengo miedo de decirlo– el buen gusto.

No obstante, no creo que este período sea particularmente interesante. Parecería que estuviéramos sufriendo una sobredosis, demasiado de lo mismo. Pero ni siquiera esto es nuevo, ya ha pasado más de una vez. Por ejemplo, en el período entre las dos guerras mundiales hubo un auge en el diseño de las sanserif. Cada empresa tenía sus propias variantes, y a menudo hay que leer el epígrafe de una póliza tipográfica, de lo contrario no se sabe qué es lo que se está mirando. La tipografía Square Gothic, de Ludlow, ilustra este caso. En general, este tipo de diseño prácticamente ha caído en desuso, inclusive algunos de los mejores, como la tipografía Tempo, también de Ludlow, o la Granby, de Stephenson y Blake. Algunos de estos antiguos diseños ostentan características muy contemporáneas, como la Semplicita, de Nebolio, o la Elegant, de Stempel,

para citar algunos ejemplos. Indudablemente, está en la naturaleza del diseño tipográfico producir estos ecos. Pero se trata de algo muy distinto de repetir directamente la misma melodía.

Como muchas otras cosas, el diseño tipográfico evoluciona en olas. Creo que en este momento se ha vuelto introspectivo y hasta algo incestuoso. Bien podrían preguntarme: «¿Y por casa cómo andamos, Smeijers? Usted también toma prestado y copia, ¿o no? Su Renard, por ejemplo, ¿qué puede decirnos al respecto?» Mi respuesta sería que creo que no hay nada malo en relación con esa tipografía, porque tiene algunas diferencias fundamentales. En primer lugar, no oculto el origen de la Renard, y quién fue el verdadero creador. Afirmo claramente que la tipografía está inspirada en la doble Pica Roman^o de 2 líneas, creada alrededor de 1570 por el maestro flamenco en el arte del punzón Hendrik van den Keere. En segundo lugar, al igual que en el caso de las letras romanas talladas en la Columna Trajana en Roma, la fuente es parte del patrimonio cultural común. No es propiedad de nadie y los creadores murieron hace varios cientos de años. En tercer lugar, el material histórico no estaba en formato digital, de manera que los datos son totalmente, del primero al último punto, mi propia obra. Y por último, mas no por ello menos importante, al hacer una nueva versión de esta tipografía de estilo Garamond, una con un carácter muy particular, he enriquecido el repertorio de tipografías clásicas. Se produjo una recreación de la tradición y la tipografía Renard es una contribución a ello, y no simplemente más de lo mismo. Es evidente que prefiero evocar a presionar el botón de repetir.

Por supuesto, también están sucediendo cosas buenas ahora. Tenemos diseños tipográficos que, en mi opinión, utilizan o incorporan en forma positiva toda la libertad que hemos adquirido durante el último decenio. Tenemos un ejemplo de ello delante de nuestros ojos. El diseño tipográfico Fontana, utilizado en esta revista, está inspirado en gran medida en la Meta y en otras tipografías sanserif de carácter menos complicado. Sin embargo, la tipografía Fontana no es en absoluto una nueva versión de la Meta. Sigue orgullosamente la senda trazada por la Meta, pero va más allá. Fontana es una tipografía sin complicaciones, *très sympathique*, alegre y de

La Granby, de Stephenson y Blake, es un ejemplo de una sanserif británica de características óptimas. Sin embargo, no ha persistido en el tiempo. Basta observar su peso normal, que luce muy familiar, incluso en la actualidad.

AUSTRALIAS New Ground

GRANBY BOLD 8pt. to 48pt.

MILAN HOSIERY Stylish Designers

GRANBY CONDENSED 8pt. to 48pt.

ROMANECER Island Home

GRANBY EXTRA BOLD 10pt. to 48pt.

CONVERTING Desirable Loan

GRANBY LIGHT 8pt. to 48pt.

PUBLISHERS Gift Schemes

GRANBY 8pt. to 48pt.

DEVELOPMENTS Latest Enterprise

ELEGANT MEDIUM 8pt. to 72pt.

Los diseños más fantasiosos, que parecen típicos en nuestros días, ya existían con anterioridad. Aquí observamos algunos ejemplos. Primero, la *Elegant*, que nos recuerda la *Base Sans* de Emigre. Luego la *Neon*, una sanserif de una sola caja diseñada por G. Da Milano en 1936. Por último, la *Semplicita*, que tiene características que se encuentran actualmente en tipografías como la *Dax*, y que fue presentada por Nebiolo en 1933.

mentalidad abierta. Pero, al mismo tiempo, es lo suficientemente seria como para ser utilizada en extensos pasajes de texto, y por cierto se integra bien con las ilustraciones. Es apropiada para el trabajo cotidiano y, aunque presenta similitudes con otras tipografías, su carácter es lo bastante fuerte como para no confundirse con ellas. En cierta medida, es la repetición de una melodía, pero algunos años más tarde, con el agregado de algunas estrofas y entonada con voz más fuerte; y sigue resultando agradable al oído.

Así es como la tipografía Fontana es uno de los buenos resultados del último decenio. Pero ¿qué futuro tiene este tipo de diseño? Naturalmente, una tipografía nunca es un fin en sí mismo, ni siquiera para los diseñadores tipográficos. La tipografía existe para servir a la humanidad, y el objetivo de una tipografía reside en este servicio. Una fuente utilizada dentro de los límites de la tipografía actual es en muchos sentidos nada más que un instrumento que nos permite a todos comunicarnos visualmente.

Este hecho es mucho más importante de lo que podría parecer a simple vista porque más gente que nunca está utilizando fuentes para comunicarse. En lugar de reflexionar sobre el diseño tipográfico, bien podríamos preguntarnos: ¿qué tareas cumple ahora la tipografía? La respuesta a esta pregunta podría ser que necesitamos de la tipografía para utilizar nuestras computadoras. Para las computadoras, la tipografía es el equivalente a las ruedas de un automóvil. No interesa cuán complejo sea su *Bmw*, con cristales a prueba de balas, aire acondicionado y un sistema de navegación por satélite, es totalmente inútil si le sacamos las ruedas. Ahora sáquele todas las fuentes a su computadora y pregúntese qué puede hacerse con ella. Como las ruedas, que son básicamente simples y no han cambiado, comenzaron con un círculo y siguen así. Una «a» sigue siendo una «a». Desde luego, las ruedas de su *Bmw* son diferentes de los dispositivos de madera de los carros medievales. Sin

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ ABCDE

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz Das Leben der
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ 1234567

embargo, reconocemos a ambos como ruedas y hacen la misma tarea, del mismo modo que una «a» minúscula de Jensen, de 1485, y la «a» de Fresco, una tipografía actual. Sin duda, nuestras fuentes actuales tienen que responder a muchas más demandas que sus antepasadas medievales, tal como las ruedas de nuestros automóviles.

Lo cierto es que los diseños tipográficos que más necesitamos aún no han sido creados, entonces las únicas tipografías realmente adecuadas disponibles son las que vienen con el software de nuestra computadora. Supongamos que una gran empresa alemana de seguros se une a una empresa rusa, y a su vez se le incorpora una empresa griega; ¿entienden cuál es el problema? Actualmente, necesitamos tipografías de identidad corporativa en latín, cirílico, griego, y con todos los acentos de Europa oriental, en Unicode y TrueType y Opentype, y *hand hinted*.² La mayoría de los diseños tipográficos recientes simplemente no está a la altura de estas necesidades. En lo que atañe a una comunicación más orientada hacia la mundialización, existen algunas buenas tipografías. La *Verdana*, la *Georgia*, la *Lucida*, la *Arial* y hasta la *Times* pueden ser útiles. Estas tipografías podrán tener gran cantidad de variantes, pero si son las únicas que hay, nuestras posibilidades de elección son algo limitadas. Me recuerda a los primeros tiempos de la *Macintosh*, cuando teníamos sólo un puñado de fuentes disponibles: una tipografía sans, dos o tres tipografías con serifas, algunas fuentes de display y, desde luego, unas pocas tipografías de fantasía.

Esta clase de tipografía de utilidad mundial requiere mucho tiempo de preparación, no sólo porque debe apoyar una gran cantidad de variantes, que exigen más tiempo, habilidad y conocimiento por parte de los diseñadores. Para que funcionen bien, deben darse indicaciones sobre su trazado, y esto, como lo muestran las ilustraciones, bien merece el esfuerzo. Este proceso exige mucho trabajo y, no importa cuán experimentado sea el tipógrafo, no puede hacerse más rápido. Algunas personas afirman que es sólo cuestión de técnica, tiene que mejorarse la resolución de la pantalla, y eso es todo. Puede ser, pero personalmente ya utilicé pantallas de 300 dpi de resolución en 1988. La técnica necesaria para desarrollar pantallas de alta resolución ya

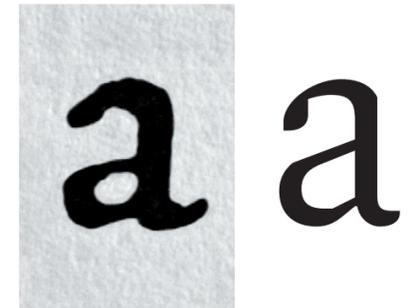
existe desde hace más de un decenio, pero esto no significa que esté disponible en los negocios.

Así las cosas, una parte importante del campo del diseño tipográfico, la producción de tipografías que puedan ser utilizadas en forma generalizada, estará fuera del alcance de una sola persona. Esta tarea volverá a recaer entonces en manos de las personas que tengan la organización adecuada: los estudios tipográficos de las empresas fabricantes de tipografías. El diseño tipográfico evoluciona en forma despareja, y la tan mentada libertad del último decenio parece tener un límite. No puede afirmarse a ciencia cierta que esto sea un problema, pero creo que los diseñadores tipográficos deberían procurar cruzar esta frontera. De algún modo, me parece que este esfuerzo es más meritorio que manipular las serifas de otro. ■

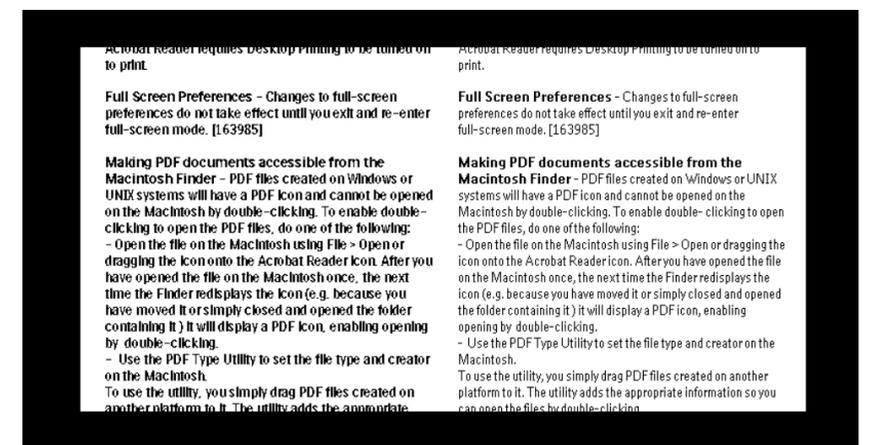
NOTAS

¹ La palabra pica indica el tamaño de cuerpo tipográfico correspondiente al período anterior a las medidas de los cuerpos tipográficos, tal como las conocemos actualmente. Una pica equivale aproximadamente al equivalente en la actualidad de 12 puntos. La expresión doble pica significa dos veces una pica, es decir, la medida que equivale a 24 puntos.

² *Hand hinted* es la expresión inglesa que se refiere a un proceso que puede efectuársele al formato de fuentes TrueType. Es posible introducir instrucciones adicionales a los contornos, para modificarlos de manera tal que la imagen en píxeles se vea bien y esté correctamente ubicada entre otras letras. Estas indicaciones deben ser agregadas para cada uno de los caracteres y para todos los tamaños, o por lo menos los tamaños de lectura (que oscilan entre los 8 y los 24 puntos).



La primera es una «a» de la tipografía Jensen, considerablemente afectada por la técnica de impresión tipográfica. A continuación, la Fresco, que es un diseño actual. Aunque existe una diferencia de quinientos años entre las dos tipografías, ambos caracteres se reconocen, sin ninguna duda, como una «a» minúscula.



Agregar indicaciones manuales a las fuentes de TrueType para mejorar la resolución en pantalla es una actividad compleja y que demanda mucho tiempo. Las modificaciones manuales no sólo garantizan que los contornos en píxeles de los caracteres en baja resolución luzcan prolijos, sino que también se establezca el espacio correcto entre los caracteres y se mantenga la jerarquía visual dentro de un diseño tipográfico. Así es como la negrita se ve negrita y la normal se ve de peso normal. La ilustración muestra exactamente las mismas fuentes, con las modificaciones introducidas a mano y sin ellas.

DISEÑO

EN UN ENTORNO SOCIOPOLÍTICO COMPLEJO E INESTABLE ES INDISPENSABLE LA PRODUCCIÓN DE MENSAJES VISUALES DIRECTOS QUE GENEREN CONCIENCIA SOCIAL PARA LOS RECEPTORES DE UNA COMUNIDAD TERRITORIAL HETEROGÉNEA EN LA QUE CONVIVEN DIVERSIDADES IDEOLÓGICAS ENTRE ÁRABES, JUDÍOS, LAICOS, RELIGIOSOS Y MOVIMIENTOS DE DERECHA E IZQUIERDA

DISEÑADOR LOCAL



DAVID TARTAKOVER

Desde 1975 trabaja en su estudio de Tel Aviv y se especializa en diversas temáticas de la comunicación visual. Su interés principal es la cultura, la política y el diseño ambiental.



DISEÑO LIBERADO. Este trabajo resume el concepto de la obra de David Tartakover, 1988. Fotografía: Zoom 88.



1



2

Soy un diseñador local. Mi relación con el lugar donde vivo es una parte inseparable de mi trabajo. Esta relación es cultural, social y política.

En la década del ochenta comencé a planificar, diseñar y producir afiches personales que representaban a mi sociedad y a su política. Me refería principalmente al conflicto israelí-palestino y a su efecto sobre la comunidad israelí.

Muchos de esos afiches son inaceptables para el público en general, pero constituyen también una manifestación de la libertad de expresión que existe en Israel. Son reacciones instantáneas ante sucesos y acontecimientos. Se hacen en forma rápida y fácil y se caracterizan por el uso de fotografías de periódicos, fotocopias, y por la yuxtaposición directa del texto sobre la imagen. En esta área de trabajo, planeo y produzco mis mensajes por una necesidad personal y no con propósitos comerciales. Entiendo que esta labor es la más importante de toda mi obra. En una realidad política de complejidad caleidoscópica que parece cambiar cada día, la única creencia constante que tengo es el venenoso efecto que la ocupación israelí de la Autoridad Palestina causa sobre la mente israelí. Tengo la necesidad de crear conciencia frente a este peligro permanente produciendo mensajes en los que creo.

Vivo en un lugar inmerso en conflictos entre árabes y judíos, laicos y religiosos, derecha e izquierda, e intento satisfacer esa necesidad creando imágenes directas, aunque a veces resulten dolorosas para mí y causen dolor a otros.

A continuación reproducimos un extracto de los textos del artista y crítico de arte Michael Sgan-Cohen (1944-1999).

AFICHES. SIN VALOR COMERCIAL. Los afiches de Tartakover deben considerarse en el contexto de una sociedad dinámica como es el Israel contemporáneo, donde la cultura judía y el resurgimiento nacional se emparentan con el sentido de la historia y con una fuerte razón de ser. Confrontados día a día con una severa realidad política, los israelíes tienen que lidiar contra un predicamento moral agonizante: ¿cómo pueden luchar por su supremacía sin comprometer su propia seguridad? Ante esta escena compleja, Tartakover realiza una poderosa contribución al proveerle a la sociedad a la que pertenece reflexiones acerca de la propia conciencia colectiva a través de una serie de símbolos, textos e imágenes profundamente impregnados de significados. Su obra adscribe a dos líneas principales: una que toma asuntos netamente culturales y otra que aborda en forma directa los delicados asuntos políticos de la región.

Uno de los afiches políticos de Tartakover muestra la silueta negra de un cacto espinoso de la variedad *sabra*. En gran parte de su obra, Tartakover emplea símbolos que tienen profunda resonancia para los israelíes. Podemos tomar el caso del uso del cacto autóctono, que en Israel guarda una significación particular en relación con su denominación árabe, *sabres*. Es una imagen cargada de contenido, dado que esta planta es común en las villas árabes y su

fruto –espinoso en el exterior y dulce en el interior– ha sido adoptado históricamente por los israelíes nativos como un símbolo para distinguirse de los inmigrantes. El texto hebreo de inspiración bíblica que acompaña a la imagen fue escrito a principios del siglo pasado por un miembro del grupo de intelectuales judíos autodenominados La Alianza de Paz (*Brith Shalom*), que desde la década del veinte en adelante proclamaron una actitud honorable, respetuosa y pacífica hacia los «habitantes de esta tierra», es decir, hacia los árabes palestinos, «pues ellos son sus hermanos». Este afiche resume la actitud personal de Tartakover.

Existe una argumentación que sustenta el afiche que realizó para el Tercer Aniversario de la Independencia de Israel. Tiene una sola imagen en el centro hacia la parte superior: la palabra *Shalom* (paz) recortada contra un cielo azul claro. La tipografía es delicada y moderna, aunque tradicional en su origen. El afiche fue enviado a un concurso y ganó el segundo premio. La obra resultó ser sorprendentemente profética, porque poco tiempo después de que se anunciaran los resultados del concurso, el entonces presidente de Egipto Anwar Sadat fue a Jerusalén para tratar el tema de la paz. A la luz de este suceso, los resultados parecieron mínimos en relación con lo que Tartakover había realizado para este afiche. Respondió a un *briefing* complejo e ideológicamente comprometido y con una sola palabra, una imagen y un símbolo dio en el blanco. En consecuencia, este afiche fue ampliamente utilizado y, desde entonces, se lo asocia con ese hecho histórico que abrió una puerta a la paz en el Oriente Medio. Su *timing*, como siempre, fue perfecto.

De esa misma época es el logo que realizó Tartakover para el movimiento Paz Ahora. Éste está compuesto por las dos palabras hebreas que forman esta expresión: la palabra «paz» (*Shalom*) en negro, con la misma tipografía moderna y a la vez tradicional empleada en el trabajo anterior, y la palabra «ahora» (*akshav*) en rojo, con letras sanserif modernas.

Los afiches de Tartakover ofrecen una respuesta inmediata ante los sucesos políticos y contienen sus imágenes más fuertes y contundentes. Con frecuencia, se valen de fotografías tomadas de la prensa diaria. Uno de ellos –hecho en repudio a la Guerra del Líbano– fue descrito por Itamar Levi de la siguiente manera: «La forma en que se ubica la leyenda *HaMaHaNeH HaLeUMI* (El Campamento Nacional) en el póster que conmemora los dos años desde que se iniciara la Guerra del Líbano es el eslogan de Likud, el



4



5

4. Y si... , 1980. «Y si llegaran a heredar su patria: no se acerquen a ella como un enemigo, sino acérquense a sus habitantes en el espíritu de la paz. No con malicia, ni transgresiones, ni con animosidad construirán la tierra de sus ancestros, sino por el amor a la misericordia, la honradez y la fe. Y amarán a los habitantes de esa tierra, pues ellos son sus hermanos de su propia carne, y no los descuidarán...»

5. LA VERDAD BROTA DE LA TIERRA, 1985. El emblema del impresor judío Menasseh Ben Israel, Amsterdam, 1635. El texto puede leerse tanto en forma horizontal como vertical.



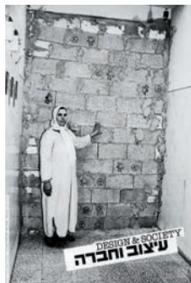
6

6. ARC DE TRIOMPHE, 2002. Declaración en repudio a la ocupación israelí de los territorios palestinos, publicada en ocasión del Día de la Independencia Israelí, durante la operación de las Fuerzas de Defensa Israelíes (IDF) en Cisjordania (abril, 2002).

שלום עכשיו

3

1. QUIÉN CONTARÁ LO QUE LE SUCEDIÓ AL PUEBLO DE ISRAEL, 1982. Afiche producido tras la masacre llevada a cabo por las fuerzas cristianas en los campos de refugiados palestinos de Sabra y Shatilla, Líbano (septiembre, 1982). Fotografía: David Seymour.
2. EL CAMPAMENTO NACIONAL, 1984. Afiche que conmemora los dos años de la invasión israelí en el Líbano.
3. PAZ AHORA, 1977. Logotipo para el Movimiento de Paz Israelí.



7



8



9

7. DISEÑO Y SOCIEDAD, 1988. Durante la intifada, el Museo de Israel en Jerusalén organizó una conferencia sobre el tema «Diseño y sociedad», que se desentendió de la realidad que acontecía a un kilómetro de distancia. Otra sociedad estaba luchando para formarse y Tartakover, en repudio a esta conferencia, realizó el afiche de una mujer palestina bloqueada como castigo. Los bloques tienen la insignia de las IDf. Fotografía: Derech Ha-Nitzotz.

8. MADRE, 1987. Fotografía: Jim Hollander, Reuters.

9. 1245 SOLDADOS ABANDONANDO EL LÍBANO, EN RETIRADA UNILATERAL, 1998. Afiche que reclama que las IDf abandonen el Líbano. Un año más tarde, éstas se retiraron. Fotografía: AP.

partido de derecha que por ese entonces estaba en el poder. El texto fue recortado de un afiche de propaganda electoral y pegado sobre la fotografía de un cementerio militar, otra clase de ‘campamento’ que también es ‘nacional’. La frase se yuxtapone a lo que el diseñador entiende como la consecuencia de este eslogan».

Un segundo afiche fue la respuesta de Tartakover a la masacre de refugiados palestinos de Sabra y Shatilla en el Líbano, perpetrada por árabes cristianos aliados de Israel (17 y 18 de septiembre de 1982). Nuevamente en palabras de Itamar Levi: «El póster muestra a una mujer lamentándose y circuló en ocasión del Año del Heroísmo que fue declarado públicamente durante la Guerra del Líbano (1983). Al día siguiente de un funeral militar, imágenes como ésta adquieren un impacto mayor en la tapa de los diarios. El texto *Mi yeMaLeL GVuRoT ISRaEL* ('Quién contará lo que le sucedió al pueblo de Israel') parece que hubiera sido cortado apresuradamente y pegado sobre la fotografía con cinta adhesiva. Un sentido de inmediatez impregna todos los afiches políticos de este autor. 'Quién contará lo que le sucedió al pueblo de Israel' es la frase que da inicio a una conocida canción festiva que relata los hechos heroicos de los Macabeos, es decir, los luchadores que en la revuelta judía del siglo II a. C. se opusieron a los conquistadores griegos. Para el público local, esta combinación encierra, quizás, un giro semántico más drástico porque la letra de la canción evoca inmediatamente el sonido de las voces alegres de los niños que la cantan en las celebraciones escolares de cada año. Aquí, la frase está confrontada con el lamento de una madre sobre lo que se presume es la tumba de su hijo. Sus rasgos son deliberadamente ambiguos. La mujer podría ser judía, del Cercano Oriente o árabe. ¿Por quién se lamenta, entonces? ¿Y por quién o por qué se está lamentando el diseñador?»

Hay una serie de afiches irónicos de salutación por el Año Nuevo, en los que Tartakover empleó las siete especies mencionadas en el Deuteronomio 8:8: trigo, cebada, vides, higueras, granadas, olivos, miel. Para representar la granada, por ejemplo, utiliza la fotografía de una granada de mano (en hebreo se emplea la misma palabra para denominar ambas) en una



10. SHANA TOVA (FELIZ AÑO NUEVO), 1987. Afiche de la serie «Las Siete Especies». La bomba de petróleo contiene aceite de oliva. El afiche fue producido en septiembre de 1987 como salutación por el Año Nuevo judío (*Rosh Hashanah*). Diciembre de 1987 marcó el estallido del levantamiento palestino, denominado la intifada. Fotografía: Oded Klein.

10

11. TREINTA AÑOS DE OCUPACIÓN, 1997. Afiche que conmemora el décimo tercer aniversario de la ocupación israelí de los territorios palestinos. La imagen es una conocida fotografía de los generales Dayan, Rabin y Narkis entrando en la ciudad vieja de Jerusalén (junio, 1967).

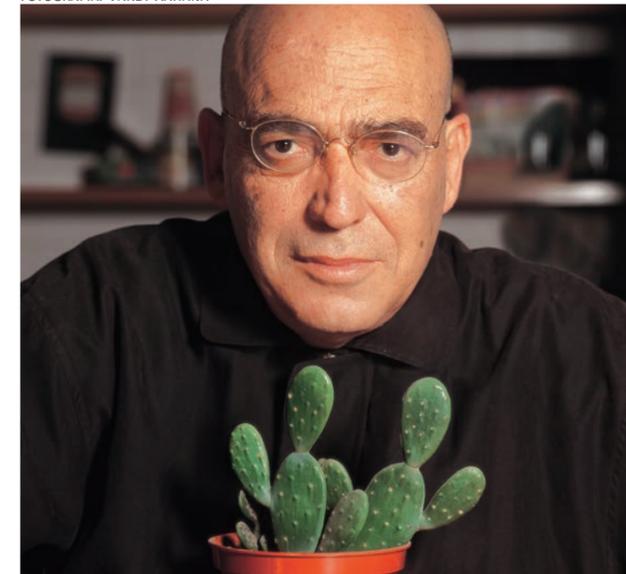


11

época en la que las granadas de mano eran arrojadas frecuentemente contra las patrullas armadas israelíes en los Territorios Ocupados. Para el aceite de oliva utilizó la fotografía de un cóctel molotov, en una botella de Coca-Cola. Esta imagen también resultó profética, dado que la intifada –el levantamiento del pueblo palestino– se inició poco después de que este afiche fuera impreso.

Una breve y provocativa declaración de Tartakover titulada *Diseño liberado* resume su actitud como comunicador visual: «Cuando Mordechai Vanunu (un técnico nuclear israelí que permanece en confinamiento solitario desde octubre de 1986 por revelar secretos atómicos) era llevado hacia la Corte bajo una fuerte escolta, presionó la palma de su mano contra la ventanilla del auto oportunamente para los reporteros que lo rodeaban. En ella estaba escrita con un marcador negro la fecha en la que había sido secuestrado y el lugar desde donde había sido llevado a Israel por los agentes del Mossad. Luego de la circulación de esta imagen, la publicación de esta información fue prohibida en Israel. En esta ocasión Vanunu actuó como un verdadero comunicador visual: les transmitió a los medios un mensaje directo en ‘tiempo real’.

FOTOGRAFÍA: VARDI KAHANA



DAVID TARTAKOVER

Nació en Israel en 1944. En 1968 se graduó en el London College of Printing. Estudió en la Bezalel Academy of Art and Design de Jerusalén y desde 1976 es profesor titular del Departamento de Comunicación Visual de esta institución. David Tartakover investiga y profundiza acerca de la historia del diseño gráfico israelí. Colecciona afiches, publicidades, juegos de mesa, packaging, etcétera. En 1996 publicó su libro *Lexicon | Album of Israel's ephemera of the 50's* (*Lexicon | Álbum de lo efímero de Israel en los 50*).

Sus trabajos han recibido numerosas distinciones en Israel y en el extranjero: la Medalla de Oro en la VIII Bienal del Póster de Lahti, Finlandia (1990), la Mención de Honor en la Bienal Internacional del Póster de Helsinki (1997), la Medalla de Bronce en la 17 Bienal del Póster de Varsovia, Polonia (2000), la Medalla de Plata en la Bienal del Póster de Lahti, Finlandia (2001), entre otras. En 2002 recibió el Premio Israelí de Diseño.

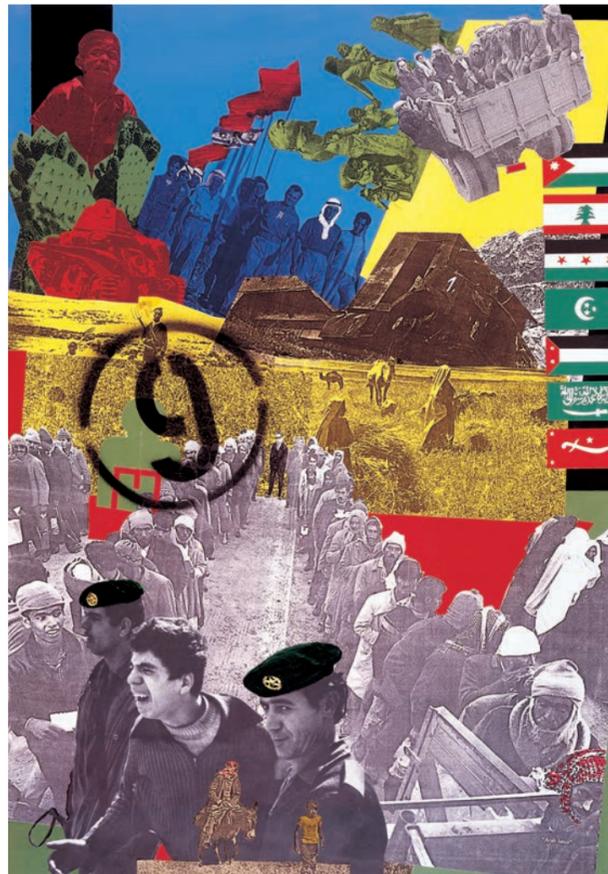
Ha sido curador de varias exposiciones de diseño israelí en el Museo de Arte de Tel Aviv. En esa sede, en 1993, planificó y coordinó la Primera Bienal Internacional del Póster. En 1997 fue curador de la exposición internacional de afiches denominada *Sharing Jerusalem* y en 1998, de la exposición *50 Posters for 50 Years* para el cincuenta aniversario de Israel. Actualmente es miembro de la AGI (Alliance Graphique Inter-

12. HAPPY NEW FEAR (FELIZ MIEDO NUEVO), 1995. Afiche para el Año Nuevo Judío (Rosh Hashanah). Fue producido en septiembre de 1995 como una expresión por las manifestaciones de violencia en la sociedad israelí. La noche del sábado 4 de noviembre de 1995, el primer ministro israelí Yitzhak Rabin fue asesinado por Yigal Amir, quien disparó tres balas en su espalda. Fotografía: Oded Klein.



Él no ornamentó el mensaje y no dudó en cuanto al tipo de letra o al color que utilizaría o en qué formato lo haría. Empleó con inteligencia y originalidad los materiales que tenía disponibles y creó con ellos una armonía entre el mensaje y la forma de transmitirlo. Como comunicador visual, me identifiqué con Vanunu, el diseñador gráfico, y su forma de trabajar».

En 1988 Tartakover produjo la que se considera su serie más ambiciosa: veintidós afiches acerca de la «Declaración de la Independencia» de Israel. La elección de este documento es muy significativa, dado que allí se establecen el caso histórico, los estándares y propósitos civiles y morales del emergente Estado Judío moderno. Tartakover resalta el documento pero utiliza toda clase de ambigüedad visual y simbolismo cromático para confrontar la realidad política y moral actual prevaleciente con los ideales nobles que contiene el documento. Su comprometida asociación de imágenes y clisés alcanza en esta serie su punto de inflexión. Los afiches recrean el documento histórico párrafo por párrafo, con el texto impreso en una tipografía constructivista moderna, pero con serifas. La utilización simbólica del material de archivo demuestra una combinación única de lo gráfico y lo tipográfico; la importancia de esta serie se mantiene aun en la actualidad.



Resulta inquietante el afiche que Tartakover realizó para el Año Nuevo de 1995, que contiene una pistola con la leyenda *Happy New Fear*. Dos meses más tarde, Yitzhak Rabin fue asesinado con una pistola. «Cuando produje este afiche, no preví el asesinato», argumenta Tartakover. «Estaba pensando en la violencia que había calado en la sociedad israelí: violencia entre árabes y judíos, hombres y mujeres, laicos y religiosos. El arma es el símbolo del nuevo israelí, el colono en los territorios ocupados, el conquistador. Inmediatamente después de este crimen atroz, el afiche adquirió un nuevo significado. Una imagen abierta se volvió herméticamente cerrada.»

Tartakover estaba impresionado por el asesinato de Rabin. «Yitzhak Rabin defendía la condición israelí. Era un oficial militar y fue llamado traidor por los rabinos inmorales, mesiánicos

13. PROCLAMACIÓN DE LA INDEPENDENCIA, 1998. Afiches de la serie «Declaración de la Independencia».

fanáticos que harían cualquier cosa para destruir los esfuerzos de paz por los que él se había preocupado.» Tartakover recuerda que, después de enterarse del asesinato de Rabin, «sentí como si a mí también me hubieran disparado. Estaba paralizado. Al día siguiente desarrollé un homenaje a Rabin que se publicó en la portada del diario de Tel Aviv, llamado *Ha'ir*».

Finalmente, y considerado como un aspecto más superficial del trabajo de Tartakover, advertimos la serie de afiches basados en la fotografía de una valija vieja, sobre la cual el autor pegó varios *stickers*, símbolos y logos –desde Visa hasta la naranja de Jaffa–. Algunos de ellos son claramente israelíes, pero otros podrían pertenecer a cualquier lugar. Esta serie puede interpretarse en varios niveles: desde la nostalgia (la valija vieja), hasta un símbolo del desplazamiento en el tardío mundo capitalista. O bien puede tratarse de cualquier otro desplazamiento, de gente cargando sus fardos con recuerdos personales. Tartakover, llevando su valija cargada de símbolos políticos y culturales, continúa avanzando para encontrar nuevos desafíos. ■



17



14



15

14. 35 AÑOS DE OCUPACIÓN, 2002. Declaración personal conmemorando el 35 aniversario de la ocupación israelí en Cisjordania. Basada en una famosa fotografía de los generales Dayan y Rabin cruzando las murallas de Jerusalén durante la Guerra de los Seis Días (1967).
15. LA INFANCIA NO ES UN JUEGO DE NIÑOS, 1998. Afiche para una exhibición. Deutsche Plakat Museum, Essen, Alemania.



16

16. FELIZ AÑO NUEVO, 1990. Este año fue la gran ola migratoria desde la ex Unión Soviética. Cientos de miles de nuevos inmigrantes llegaron a Israel. La imagen de la valija, símbolo del judío errante, es representativa de la diáspora judía. Fotografía: Oded Klein.
17. UNITED COLORS OF NETANYAHU, 1998. Declaración sobre el ex primer ministro israelí Benjamin Netanyahu. Medalla de Plata en la Bienal Internacional del Póster de Lahti, 2001. Fotografía: David Karp (AP).

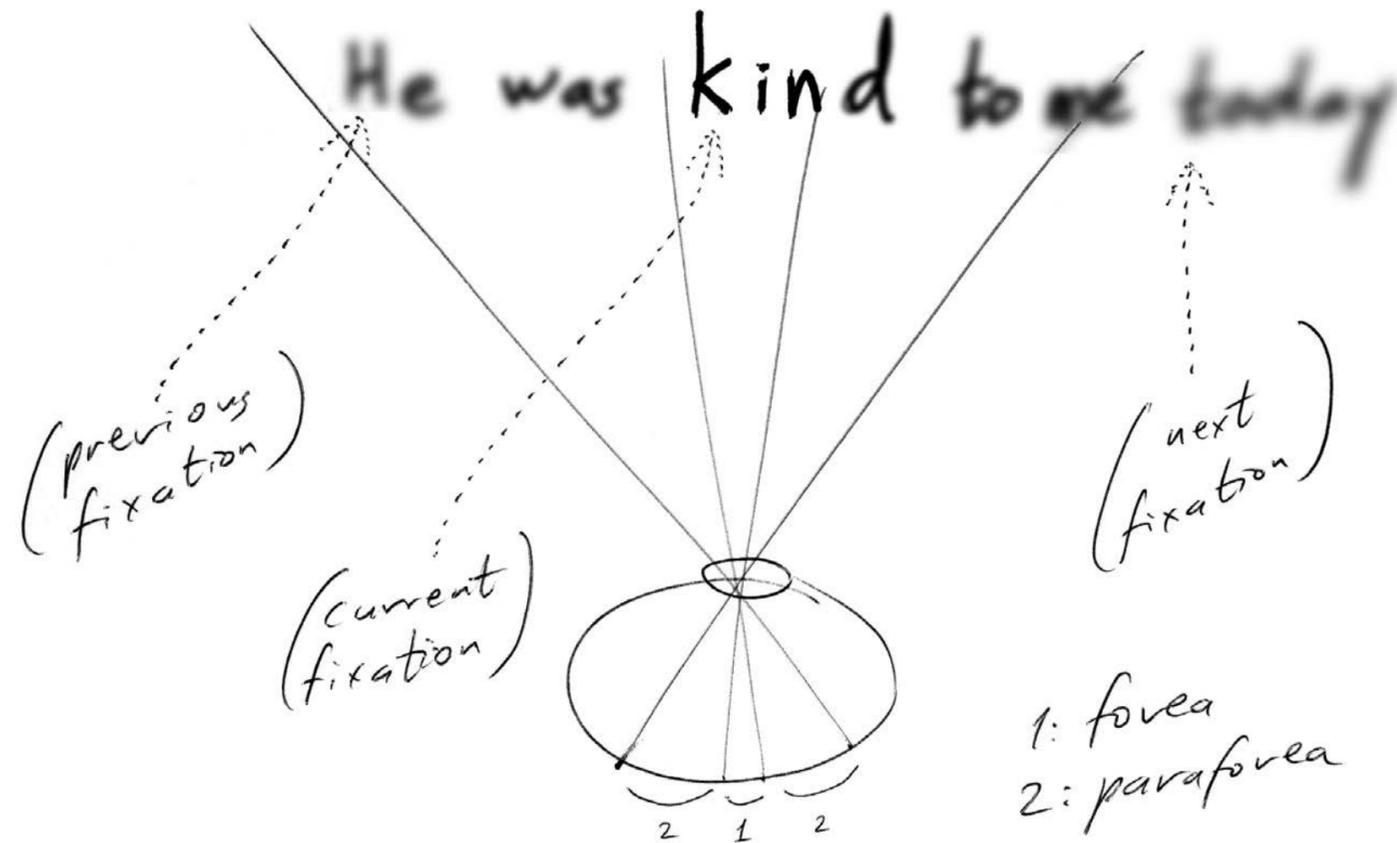
ALFABETO 2.0

UNA PROPUESTA TEÓRICA Y CIENTÍFICA PARA LA EMANCIPACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA Y EL AUMENTO DE SU FUNCIONALIDAD ES TRANSFORMAR SUSTANCIALMENTE LAS ESTRUCTURAS ALFABÉTICAS BÁSICAS DE USO CORRIENTE. DE ESTA MANERA, AUMENTARÁ LA LEGIBILIDAD DE LAS LETRAS



HRANT PAPAZIAN

Es armenio y actualmente reside en Los Angeles, Estados Unidos. Su perspectiva comunicacional se basa en la confluencia de tres culturas visuales. Asimismo, es diseñador multimedia y su verdadera vocación es «el blanco y negro, pero colorido mundo del diseño de tipografías no latinas». Se desempeña profesionalmente para las firmas Agfa, IKEA, Unitype y Narod Cultural Institute. Es miembro de ATypl.



PABLO COSGAYA Y JORGE DE BUEN UNNA:

Hrant Papazian no es alguien que pase inadvertido, excepto cuando uno se lo encuentra en la calle. En persona es casi anodino; sin embargo, en el anonimato de la Internet cambia de personalidad e irrumpe en los foros como caballo en cristalería, muchas veces con ideas que parecen alocadas pero que, en el fondo, están mucho mejor razonadas de lo que podría percibirse a primera vista.

Afirma lo que ya sabemos y por pereza mental no aprovechamos: que el alfabeto es un bien común de toda la humanidad, que merece y necesita reformas para cumplir mejor sus funciones. Sostiene sus propuestas con argumentos que además de sólidos son éticos, y nos presenta un panorama científico y crítico que no estamos acostumbrados a soportar.

No se trata de estar de acuerdo o no con Hrant, sino de conocer más a fondo su pensamiento a veces raro, a veces exótico, siempre enriquecedor. Se trata de cuestionarnos esta insana costumbre de aceptarlo todo porque sí. ¿A quién se le ocurre pensar que las letras, que tan bien nos han servido durante miles de años, pueden perfeccionarse con unos cuantos plumazos?

El pensamiento de Hrant inquieta, porque subvierte el estado de las cosas del diseño tipográfico. Es impertinente y divertido, desprejuiciado, enérgico en sus propuestas. El estudio de su trabajo exige tomar partido y prepararse para el debate.

El artículo que presentamos a continuación tiene un predecesor llamado «*Improving the tool*» (literalmente: «Mejorando la herramienta»). El texto original, cuatro veces más extenso, está incluido en una obra colectiva de título muy sugerente: *Graphic Design and Reading: Explorations of an Uneasy Relationship*, editada por Gunnar Swanson y publicada en el año 2000 por Allworth Press (más información en http://gunnars-wanson.com/GDandR/GDandR_Book.html). No fue en ese libro donde nos sometimos por primera vez al apasionado pensamiento de Hrant, pero sí donde encontramos un arsenal de argumentos que nos hablaban de reflexión, claridad mental y sensatez. Desde entonces sentimos el apremio por dar a conocer estas ideas a los lectores de *tipoGráfica*, y nuestro amigo Hrant Papazian, en una muestra de generosidad y gentileza, accedió a compendiar su excelente artículo, especialmente para este número.

Dibujo del autor que ilustra el campo visual. En esta representación se advierten las diferencias entre la visión de la fovea y la de la parafovea. La primera corresponde a una zona de alta definición que permite una fijación exacta de la imagen. La segunda comienza fuera de la fovea y su definición disminuye rápidamente cuanto más alejada esté de ésta.



1

tobacco tobacco

2

1. Diagrama de la agenda Palm Pilot que explica cómo deben ser dibujados los caracteres.
2. Comparación de los tipos Avant Garde y Gill Sans. Las características modulares de la primera familia presentan boumas más uniformes y, en consecuencia, más ambiguos, que las de la segunda. La modificación de las estructuras que subyacen en las letras reduce la ambigüedad de los boumas.

El alfabeto latino está adquiriendo mayor importancia en todo el planeta. Posee un nivel de abstracción que facilita el tránsito cultural; además, su sencillez compositiva, así como el hecho de que consta de un reducido conjunto de símbolos, lo hacen muy fácil de «cuantificar»: para automatizar su uso, desde los tipos móviles de Gutenberg hasta el conjunto ASCII de 8 bits. Pero el alfabeto también es imperfecto,⁴ específicamente, no está bien amoldado a la psicología visual humana ni al proceso de lectura de los adultos, como he de demostrar. El propósito de este trabajo es lograr un alfabeto mejorado que pueda leerse con mayor fluidez.

El alfabeto ha evolucionado a lo largo de los siglos, y, contrariamente a la percepción popular, continúa evolucionando. Fuera de algunas notables pero raras excepciones, como la estandarización carolingia de las minúsculas, esta evolución ha sido gobernada por fuerzas «no conscientes», tales como la necesidad de escribir con mayor celeridad. Sin embargo, a diferencia de las elecciones de diseño hechas consciente y concienzudamente, tales desarrollos pueden tener efectos perjudiciales. Por ejemplo, las minúsculas griegas «γ», «ν» e «υ» (que de hecho fueron resultado de la necesidad de escribir de prisa) son mucho más fácilmente confundidas que sus parientes mayúsculas «Γ», «Ν» e «Υ».⁵

ESCRITURA Y LECTURA. Hasta el advenimiento de los tipos móviles, leímos exclusivamente letras hechas a mano; los signos leídos y escritos eran los mismos. Sin embargo, con la propagación de la imprenta, comenzamos a leer formas cada vez más distantes de la mano. Esto es completamente normal —e incluso deseable—, dado que la escritura es fundamentalmente distinta de la tipografía.³ Esta diferencia es ejemplificada más contundentemente en la agenda Palm Pilot, la cual nos permite ejecutar letras manuscritas (ilustración 1) utilizando una «pluma», pero que, en tiempo real, convierte estos trazos en formas tipográficas dispuestas para ser leídas. De hecho, uno ni siquiera ve las formas que está escribiendo; ¡se trata tan sólo de ciertos *movimientos*, los cuales engendran las letras deseadas!

Por otra parte, la tipografía en general sigue estando muy subordinada a sus precursores manuscritos, colgada de ellos como un hijo. Si damos por hecho que la tipografía ya es un arte maduro y autosuficiente, esta fuerte dependencia parece poco natural o saludable; necesita adquirir la mayoría de edad si pretende alcanzar su genuina promesa.⁴ La mejor manera de apresurar la emancipación de la tipografía y aumentar su funcionalidad es a través de la reforma de nuestras estructuras alfabéticas básicas, apartándonos de la mano y apuntando hacia una mayor legibilidad.

NECESIDAD Y SACRIFICIO. Esta reforma apremia por su desafío y sus buenas intenciones. Pero una reforma, por definición, exige sacrificios, y, para que cualquier cambio sea viable, la necesidad de ese cambio deberá justificar cumplidamente cualquier sacrificio. Es poco probable que con una reforma al alfabeto se gane algo monumentalmente importante, de manera que no debemos esperar ningún sacrificio *activo* por parte del lector. Todo lo que deberíamos pedirle —y no necesariamente en forma explícita— es una mente receptiva. Esto significa que un alfabeto mejorado debe estar compuesto por letras que sigan siendo descifrables sin mediar un esfuerzo consciente de aprendizaje. Parecería imposible lograr un alfabeto mejorado y a la vez muy descifrado, pero un estudio de la cognición humana y de la psicología de la lectura revela la existencia de una vía muy interesante.

CÓMO LEEMOS. Una incontable suma de estudios, elaborados por las mentes más brillantes en el campo de la cognición lingüística, están aún por esclarecer la intrincada actividad de la lectura. No obstante, parece que tenemos una visión general con la cual la mayoría de los estudiosos coinciden.

Al leer, nuestros ojos saltan en pequeñas *sacadas*⁶ de un punto a otro de un renglón dado, fijándose durante una fracción de segundo en cada punto. Las sacadas varían en extensión, pero abarcan en promedio unos diez caracteres. A veces son muy cortas, provocando una fijación en la parte final de una palabra larga. A veces van hacia atrás, regresando a textos que ya han sido recorridos.

Durante una fijación, se procesan todas las palabras del renglón dado que caen en el campo visual, en paralelo. Sin embargo, la agudeza de la retina varía mucho a través de su superficie, y podemos hacer una demarcación clara entre la visión de la fovea y la de la parafovea. La primera es una zona más o menos circular de alta definición. Es la parte de la retina que recibe la imagen del punto de fijación exacto, pero sólo abarca unos tres caracteres. La visión parafoveal comienza fuera de la fovea y mengua rápidamente en definición: las cosas se ven más borrosas cuanto más alejadas quedan de la fovea.

La fovea es la única parte donde podemos distinguir e identificar claramente las letras que constituyen una palabra, y, cuando mucho, estas letras serán cuatro. Como la sacada promedio abarca unos diez caracteres, debemos concluir que la visión parafoveal —la cual nos presenta formas de palabras difusas, nebulosas— desempeña la función primordial en la lectura. De modo que el cerebro, por lo general, no necesita distinguir las letras individuales para saber de qué palabra se trata.⁶

Este fenómeno fue extensivamente estudiado por el psicólogo holandés Herman Bouma, y las imágenes difusas de las palabras han venido a ser llamadas «formas de Bouma». Por comodidad, adoptaremos el término *bouma* para significar la forma de una palabra.

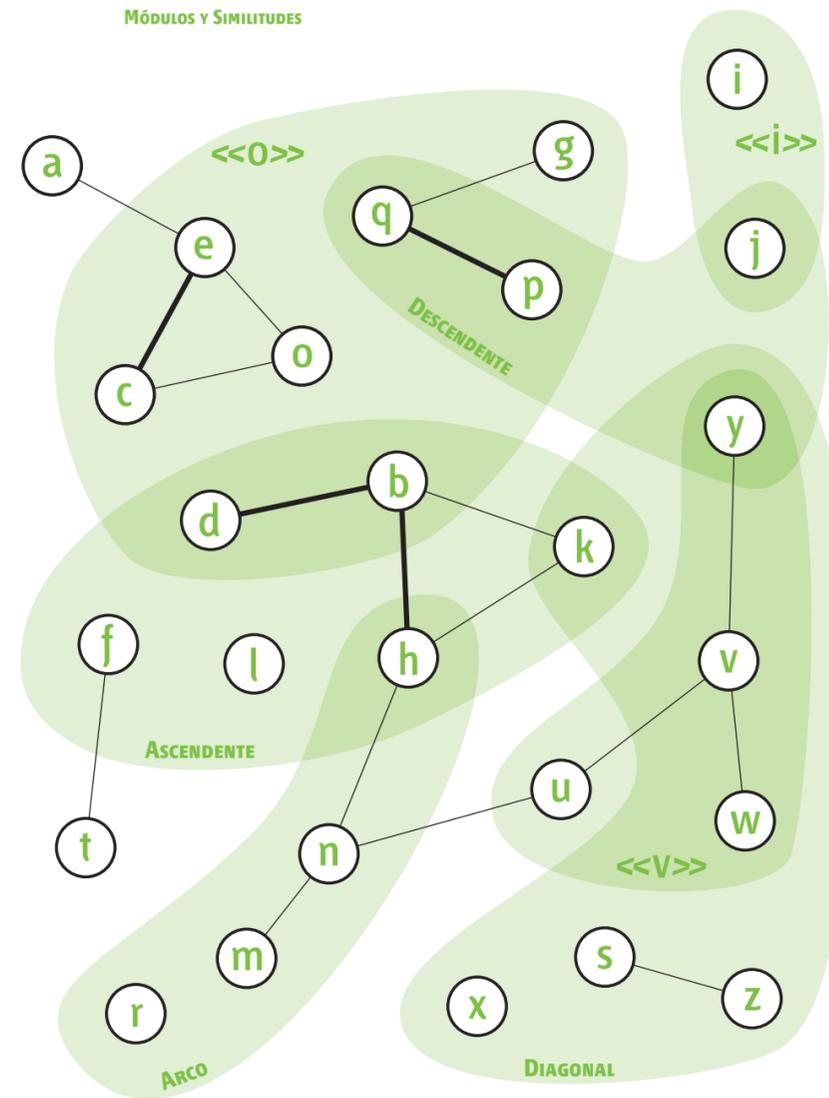
Un bouma se reconoce por comparación con otros boumas almacenados en el cerebro durante exposiciones anteriores. Mientras más palabras pueda uno reconocer con su visión parafoveal, menos serán las fijaciones que necesitará realizar, dado que las fijaciones suceden en puntos donde los boumas parafoveales no proporcionan suficiente información.⁷ Esto puede darse debido a una palabra infrecuente o a un bouma ambiguo. Es en este último caso donde, de hecho, enfocaremos nuestros esfuerzos reformativos.

DE MANERA QUE ¿CUÁL ES EL PROBLEMA? La legibilidad es proporcional a la velocidad de lectura, la cual a su vez se da en función de la comodidad con que se lee. La comodidad con que se lee es mejor evaluada cuando se refiere al número de sacadas que ejecutan los ojos del lector: mientras menos sacadas, más comfortable es la lectura.

Al examinar la precedente descripción del proceso de lectura, podemos hacer dos observaciones que podrían conducirnos a una mayor legibilidad. Una de las cosas que notamos es que el alfabeto latino se expande demasiado horizontalmente. Como las letras son más o menos cuadradas y forman las palabras mediante sucesiones horizontales, los vocablos suelen ser bajos y anchos. Esto provoca dos problemas: las palabras largas no caben en nuestra visión foveal, exigiendo a menudo dos fijaciones; la otra es que una ristra de palabras en un renglón rápidamente sobrepasa la agudeza de la retina, haciendo que las palabras subsecuentes queden fuera del alcance de la parafovea.

Como nuestra agudeza visual mengua en un patrón circular, necesitaríamos menos fijaciones al leer un texto que produjera boumas cuadrados. Para lograr que el alfabeto latino se adapte

MÓDULOS Y SIMILITUDES



3. Para cada tipo de ambigüedad necesitamos determinar las áreas problemáticas específicas del alfabeto convencional:
- Los *módulos* (planos de color) son conjuntos de letras que contienen los componentes que aportan ambigüedad a los boumas.
- Las *similitudes* (unidas con líneas) muestran los conflictos entre letras individuales. Las líneas más gruesas indican un mayor grado de ambigüedad que las delgadas.

a este molde, deberíamos hacer una de las siguientes cosas: comprimir considerablemente las letras en sentido horizontal; crear un nuevo alfabeto de letras-símbolos altos y angostos, o mantener las estructuras convencionales de los signos, pero apilando dos renglones de letras. Desafortunadamente, la primera solución genera signos de escasa legibilidad (puesto que las estructuras esenciales de las letras se hacen irreconocibles cuando se las condensa en exceso), mientras que las otras dos exigen un aprendizaje activo por parte del lector, y esto es algo que debemos evitar categóricamente.

La otra cosa de que nos percatamos es de que los boumas ambiguos causan problemas: cualquier duda en la identificación del bouma de una palabra provoca una fijación o, lo que es peor, una regresión. A pesar de que esto no puede evitarse con las palabras poco frecuentes, en la mayoría de los casos se debe a la posible figuración de un mismo bouma para más de una palabra. El nivel de ambigüedad varía ampliamente aun entre los diseños tipográficos convencionales. Debido a su alto grado modular y a que se asienta en la línea y el círculo básicos, los tipos Avant Gardé nos presentan boumas mucho más uniformes –en consecuencia, más ambiguos– que los Gill Sans (ilustración 2). Sin embargo, a contrapelo del diseño tipográfico corriente, el propósito de este trabajo es reducir lo más posible la ambigüedad de los boumas mediante la alteración de las definiciones abstractas que subyacen en las letras.

EL REMEDIO. ¿Cómo podemos lograr boumas menos ambiguos? En primer lugar, necesitamos determinar y resaltar las características que hacen distinguibles a los boumas. Su particularidad esencial es la silueta. El cerebro identifica los objetos sobre todo a través de su contorno externo. Esto es especialmente relevante en el caso de los boumas que se perciben con la parafóvea, ya que su aspecto borroso oculta mucho del detalle interior. Pero inclusive en la visión de la fóvea –donde se dispone de todos los detalles de la letra–, la silueta de la palabra tiene una importancia capital.⁸

Las características más prominentes de la silueta de un bouma son su anchura y las astas ascendentes y descendentes de las letras que lo constituyen. De hecho, es la falta de estas extensiones lo que hace que los textos en puras mayúsculas sean mucho menos legibles que los textos en minúsculas. Así que, en la modificación de las estructuras de las letras, debemos considerar, en primer lugar, los ascendentes y los descendentes, y, en segundo lugar, la parte comprendida dentro de la altura de equis. No obstante, las palabras que estas nuevas letras formen también deben permanecer descifrables en caso de que la exploración del texto no

sea por medio de los boumas (sino letra por letra), de manera que no nos podemos desviar demasiado.

EL MEOLLO DEL ASUNTO. Son dos los tipos de ambigüedad que debemos reducir. El primero y más importante es esa indeterminación de los boumas donde lo que debemos distinguir son las partes que las letras aportan a las palabras. La necesidad de reducir la ambigüedad de las letras individuales tiene una importancia secundaria. Para cada uno de estos tipos de ambigüedad necesitamos determinar las áreas problemáticas específicas del alfabeto convencional. El diagrama de Módulos y Similitudes (ilustración 3) representa ambos conjuntos de conflictos: los *módulos* son los agrupamientos de letras, formando juegos, los cuales representan aquellos componentes de las letras que aportan ambigüedad a los boumas; las similitudes muestran los conflictos entre las letras individuales,⁹ donde las líneas más gruesas indican un mayor grado de ambigüedad que las delgadas. ¿Qué técnicas podemos usar para desigualar la estructura de una letra?

1. Agregar o quitar elementos que no debiliten su legibilidad.
2. Modificar los elementos curvos hasta hacerlos angulares o rectos, y viceversa.
3. Tomar prestadas partes de la estructura de la mayúscula (si es que ésta es diferente de la minúscula).

Dado que sería poco práctico dar una explicación elaborada de todas las modificaciones de todas las letras, no lo intentaré aquí. Sin embargo, la ilustración 4 muestra una conclusión de las prolongadas maquinaciones mentales. Como ejemplo, veamos, sin entrar en detalles, el proceso de la letra «q».

Podría decirse que la esencia de la «q» es: una forma más o menos circular con algo que desciende a su derecha sin torcerse hacia la izquierda (para evitar que la letra se confunda con una «g»). La estructura convencional de la «q» exhibe dos módulos: descendente y «o». El primero tiene mayor importancia, ya que las extensiones son trascendentales en el bouma. No puedo torcer hacia la izquierda el asta descendente, pero no quisiera dejarla recta debido a que la «p» –la letra descendente más común– ya tiene un asta recta. Lo que puedo hacer es agregar una vuelta hacia la derecha. La forma exacta de esta vuelta puede ser determinada mediante la observación de la «y» reformada: para evitar similitudes, la hago angular, en vez de curva. Por lo que respecta al cuerpo de la «q», quisiera

reducir su condición modular de «o» haciéndola más angular. Hago esto primero en la parte superior, ya que las partes superiores de las letras tienen un mayor peso en el reconocimiento. Podría detenerme aquí, pero, para evitar una identificación con el módulo de la «c» reformada, puedo, además, aplanar la parte baja del cuerpo. Esto también se puede justificar debido a la necesidad de apartar la «q» de la «p», letra que tiene un asta curva en la parte baja del cuerpo. Ahora quisiera reducir las ambigüedades por similitud, donde sólo queda la «g», pero, a estas alturas, la «g» ya es suficientemente desigual.

EJECUCIÓN Y DISEMINACIÓN. Las figuras reales de las letras se derivan de sus esqueletos estructurales. En el diseño tipográfico convencional, las estructuras están, de alguna manera, laxamente definidas. Por lo que pudimos apreciar, empero, las estructuras del alfabeto reformado deben ser necesariamente más estrictas en su naturaleza. Por ejemplo, la parte media de la «w» no debe alcanzar la altura de equis. Aun así, todavía queda mucho espacio para un mundo de diversidad a través de variaciones en contraste, rigidez, peso, altura de equis, tamaño de los ascendentes y descendentes, formas de los remates y otros atributos.

Esta propuesta de reforma no es algo que se pueda imponer. Ninguna organización o entidad puede tener autoridad sobre su ejecución y adopción, por la sencilla razón de que el alfabeto es del «dominio público». No puede promulgarse, sino que debe ser acogida por los propios tipógrafos, con el apoyo de los diseñadores tipográficos.

El público lector, obviamente, tiene el encargo más importante en este esfuerzo, pero, por necesidad, en un plano no consciente. El alfabeto reformado ha sido fundamentado en la premisa de no exigir al lector ningún esfuerzo activo, para que el público no tenga que ser expuesto a prédicas sobre los beneficios de un libro compuesto en tipografía reformada. Por buena que pudiera ser la idea de poner en el colofón un anuncio breve y efusivo sobre el uso de una letra perfeccionada y poco ortodoxa, el noticiario vespertino no tendrá necesidad de emitir la noticia. La tarea más intimidante por ahora es convencer a los tipógrafos acerca de los beneficios de este esfuerzo, ya que ellos son los que ostentan el mayor potencial para aumentar la legibilidad. ■

Quisiera expresar mi agradecimiento a Peter Enneson por haberme señalado muchas referencias relevantes, así como por haberse enfriado en una fructífera discusión.

NOTAS

- ¹ «El defecto más grave del alfabeto inglés es que sólo dispone de veintitrés letras para representar alrededor de cuarenta y cuatro fonemas. (De las veintiséis letras, «c», «q» y «x» son superfluas.)» Insup Taylor y M. Martin Taylor, *The Psychology of Reading*, Nueva York, Academic Press, 1983, p. 93.
- ² De Derrick de Kerckhove y Charles J. Lumsden, ed. «Canons of Alphabetic Change» (Watt), *The Alphabet and the Brain*, Nueva York, Springer-Verlag, 1988, p. 133.
- ³ «Los aspectos visuales que distinguen la escritura manuscrita de las inscripciones monumentales o la imprenta son la elasticidad de la forma, la adaptabilidad en el tamaño y la mutabilidad del arreglo espacial.» Johanna Drucker, *The Alphabetic Labyrinth*, Nueva York, Thames & Hudson, 1995, p. 104.
- ⁴ «El principio de escribir con facilidad, que influyó en las formas del alfabeto durante los tiempos de los escribas, ya no puede tener significado alguno; hoy en día debemos contar con los requerimientos técnicos de la tipografía.» G. W. Ovinck, *Legibility, Atmosphere-Value and Forms of Printing Types*, Leiden (Holanda), A. W. Sijthoff, 1938, p. 213.
- ⁵ El término del original en inglés es la voz *saccade*, que se debe al francés Émile Javal (1839-1907), a quien se considera uno de los padres de la oftalmología. La palabra francesa elegida por Javal se refiere a las pequeñas vibraciones de la flama de una vela. En general, *saccade* se traduce como «sofrenada», «tirón» o «sacudida», pero el calco *sacada* parece estar suficientemente aceptado en el ámbito de la oftalmología. (n. del t.)
- ⁶ «El texto es una sucesión de palabras, pero la palabra no es una sucesión de letras.» P. A. Kollers, *Processing of Visible Language*, Austin (EE.UU.), Psychonomic Society, 1979, vol. 1, 5.
- ⁷ Insup Taylor sostiene que en inglés hay unas sesenta palabras que son cortas y comunes, por lo que muy rara vez dan lugar a fijaciones. «Psychology of Literacy», *The Alphabet and the Brain*, p. 215.
- ⁸ «El reconocimiento de la palabra es un determinante principal de la lectura, eje de cualquier teoría sobre los procesos de lectura.» H. Bouma, *Processing of Visible Language*, vol. 1, p. 225.
- ⁹ La parte de similitudes del diagrama se deriva parcialmente de los resultados de las investigaciones de Ovinck (véase la nota 4) y Bouma (*Visual Recognition of Isolated Lower-Case Letters*).

4. Aplicación de las conclusiones teóricas a partir de técnicas para desigualar la estructura de las letras del alfabeto.

HISTORIA

RAÚL MARIO ROSARIVO

GENEALOGÍA DE LA GRÁFICA ARGENTINA



AGN, DPTO. DOC. FOTOGRÁFICOS

EN LA DÉCADA DEL CUARENTA, FUERA DEL ÁMBITO PÚBLICO, UNA COFRADÍA DE DEMIURGOS SENTÓ LAS BASES DE UNA DISCIPLINA INTUITIVA. ESTA FILOSOFÍA MATEMÁTICA SE ESBOZÓ A PARTIR DE LA EXPLORACIÓN DE UN PRINCIPIO ORDENADOR, CONSTITUYENDO DE ESTA MANERA LOS ANTECEDENTES DE LA ARQUITECTURA TIPOGRÁFICA



FABIAN CARRERAS

Egresado de la Escuela Superior de Artes Visuales Martín Malharro, de Mar del Plata. Dirige el estudio Carreras dcv en Buenos Aires. Se especializa en identidad corporativa y estrategias de comunicación visual.

Raúl Mario Rosarivo amaba los libros y siempre sostuvo que éstos debían ser bellos. Dedicó gran parte de su vida a investigar los orígenes del libro impreso y a transmitir su conocimiento como un verdadero maestro. Tenía la certeza de que en la diagramación de los antiguos incunables existía un valor geométrico que respondía a la fórmula de la belleza.

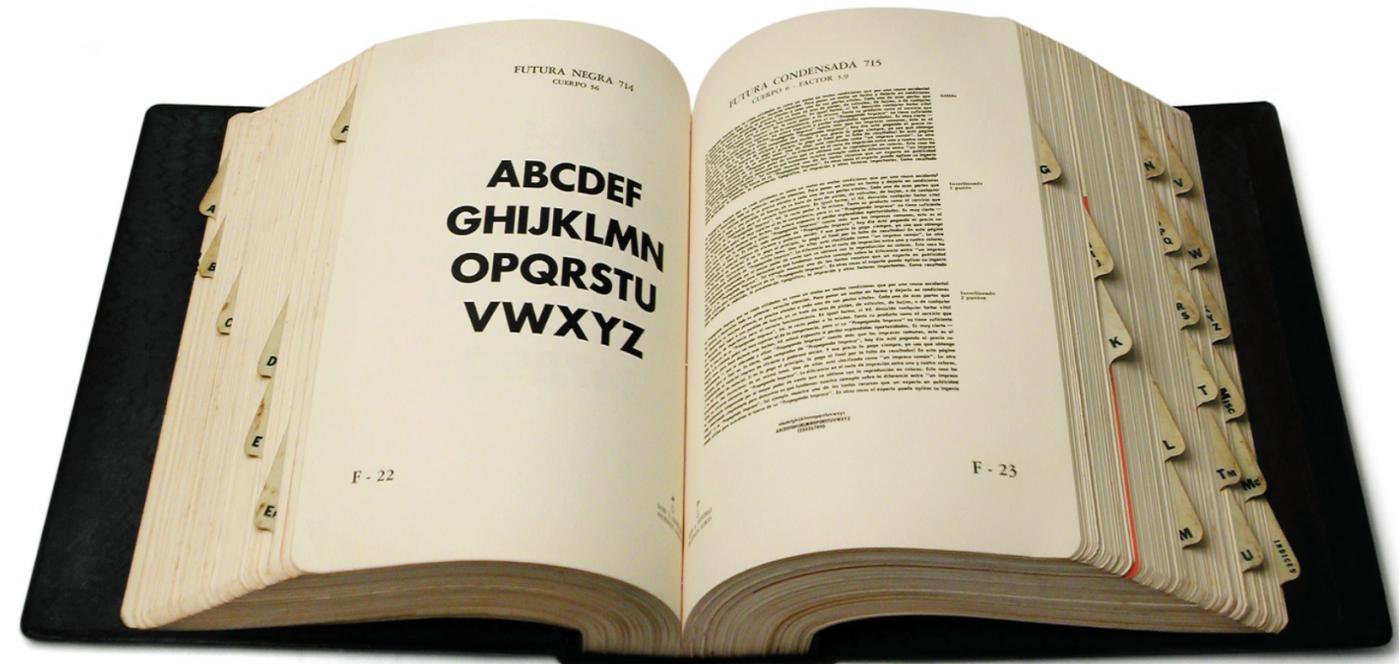
Comprender su vida, a cien años de su nacimiento, nos propone descubrir la diversidad de su obra, acercarnos a su enigmática personalidad y a los orígenes de las artes gráficas en la Argentina para identificar a los precursores, que lucharon por difundir y elevar la cultura del antiguo oficio tipográfico.

Rosarivo nació el 17 de julio de 1903 en Buenos Aires. Estudió en la Academia Nacional de Bellas Artes y en 1924 obtuvo el título de profesor de Dibujo. En su juventud inició la búsqueda de incunables, convirtiéndose en un coleccionista de libros clásicos, publicados por destacados impresores. En 1939 colaboró en la organización de la exposición del libro para el π Centenario de la Invención de la Imprenta. En esa oportunidad, le comentó al Dr. Teodoro Becú, organizador de la exposición, su sospecha de que en los viejos impresos del Renacimiento estaría contenido un valor geométrico fundamental.

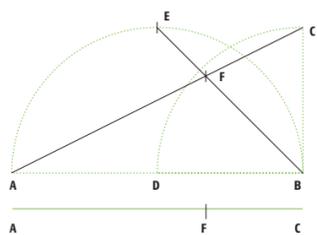
Su participación en ámbitos intelectuales lo vinculó con destacados literatos, y se inició en las artes gráficas como un ilustrador de autores

que abordaban temas de la cultura nacional. Trató exhaustivamente la temática del gaucho, los nativos y los paisajes del país.

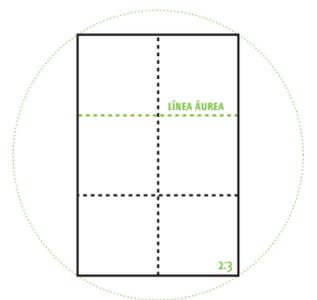
La Divina Proporción. La filosofía fue el punto de partida que Rosarivo utilizó para desarrollar su teoría. Tuvo particular interés en los principios matemáticos, platónicos y en el origen del Universo, y eligió la circunferencia que simboliza este concepto, considerada como la forma perfecta por su total equidistancia con todos sus puntos. En palabras de Rosarivo, «Argumento: por no-contradicción de que algo puede ser y no ser al mismo tiempo, se determina con certeza que el desorden se opone al orden, precisamente porque en el orden existe una relación armónica de partes naturalmente contraria a su opuesto, el desorden». Asimismo, consideraba que la geometría «posee entonces valor de punto de partida absolutamente seguro y armónico, por lo tanto estético, desde el cual es posible establecer el desarrollo de una técnica aplicable a las arquitecturas tipográficas».



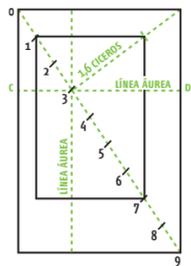
CATÁLOGO DE TIPOS. LOS CARACTERES DE LA PROTOTIPOGRAFÍA PUBLICITARIA ARGENTINA. Esta taxonomía tipográfica fue realizada en 1940 para el quinto aniversario de la creación de la imprenta. El ejemplar evidencia que las artes gráficas argentinas alcanzaron un desarrollo que superó los estándares latinoamericanos.



MÓDULO ÁUREO DE LA DIVINA PROPORCIÓN TIPOGRÁFICA. Para arribar al módulo áureo se debe partir del diámetro de una circunferencia A-B. Luego, desde el punto B, trazar una perpendicular B-c y, tomándolo como radio, trazar un arco que corte al diámetro A-B en el punto D. Con la misma abertura de radio haciendo centro en c, cortamos la semicircunferencia en el punto E. Si unimos los puntos A-c y B-E tendremos la intersección F y obtendremos dos módulos A-F y F-c (1,5 que es igual a 1,6 medida tipográfica).



RECTÁNGULO PI. La circunferencia es el punto de partida, y el rectángulo inscrito en ella representa la hoja de un libro o el pliego de impresión. Estas figuras configuran la identidad numérica entre el valor de la circunferencia y el número áureo, que es submúltiplo de 1 cícero, base de toda construcción legítimamente tipográfica.



CONSTRUCCIÓN DE LA DIVINA PROPORCIÓN TIPOGRÁFICA. Se traza una diagonal dividida en 9 partes iguales que establecen las superficies y secciones áureas. Se obtienen los márgenes inferior y superior con las secciones 0-1 y exterior e inferior con las secciones 7-9. Los puntos cerrados por 2 rectas verticales y 2 horizontales nos darán el rectángulo contenido. La sección dorada se establece simultáneamente trazando una horizontal c-d que coincidirá en el punto 3.

Su búsqueda del valor geométrico lo impulsó a revisar los libros compuestos por Gutenberg, Schoeffer y Jenson. Comenzó por medir las cajas tipográficas, el formato, y finalmente descubrió que en el colofón del libro el *Catholicon*, impreso por Gutenberg en Maguncia en 1460, se citaban en latín estas palabras: «Que no ha sido compuesto con la ayuda de la pluma, del punzón o del estilo, sino con formas y tipos de maravilloso ajuste, relación, concordancia y módulo al dios uno trino este libro fue terminado».

Partiendo de esta señal mencionada en el colofón (*deo trino*), Rosarivo tomó el guarismo 3, submúltiplo de 1 cícero, y 1 cícero = 12 puntos. A partir de allí, desarrolló su tratado, utilizando un módulo de razón tipométrica que deriva de la unidad de medida cícero, base legítima de toda medida tipográfica.

Para contener estas progresiones, le fue necesario encontrar un rectángulo, al cual Rosarivo designó Pi por estar inscripto dentro de la circunferencia. Resaltó que la tipografía y su unidad de medida tipométrica, y su relación con los rectángulos, contenido (donde se ubica el texto) y continente (el que determina la medida de la hoja) estaban construidos por la sección Áurea. Estos elementos fueron la fórmula para diseñar las páginas de un libro, partiendo de la tipografía, el diseño de los márgenes y el pliego de papel. Es decir, estos tres elementos vinculados en perfectas proporciones armónicas.

Según Rosarivo, Gutenberg poseía sus propios caracteres, que conservaba celosamente y que se supone usó en forma exclusiva para sus impresos. En 1947 publicó este redescubrimiento y lo llamó *La Divina Proporción Tipográfica Ternaria*; posteriormente, Jan Tschichold, en 1953, estudiaría también la construcción de los márgenes del libro.

HISTORIA GENERAL DEL LIBRO IMPRESO. Mencionar el nombre de Rosarivo en el ambiente bibliófilo genera una reacción inmediata. Se lo reconoce rápidamente por su obra *Historia general del libro impreso*, publicada en 1953, en la cual condensó su conocimiento acerca del libro y de alguna manera documentó el proceso que experimentó en sus investigaciones históricas. Describió en detalle las primeras formas de impresión hasta los orígenes de la imprenta en América y en la Argentina.

HERMANN ZAPF. La permanente búsqueda de información y verificación de su obra lo llevó a relacionarse con distintas personalidades de las artes gráficas.

Algunos años después de finalizada la Segunda Guerra, en 1952, Rosarivo se comunicó con Zapf, consultándolo acerca de las proporciones de la Biblia de Maguncia. Hizo traducir *La Divina Propor-*

ción Tipográfica al alemán, enviándosela a Zapf. La profundidad de los estudios de Rosarivo generó el reconocimiento de Zapf, y así fue como más tarde éste escribió la introducción de *La Divina Proporción Tipográfica Ternaria*. Dada la novedad de la proporción estética estudiada, el descubrimiento fue enviado a Maguncia, con el fin de que los eruditos del Museo Gutenberg de esta ciudad, cuna de los caracteres móviles, pudieran evaluarla.

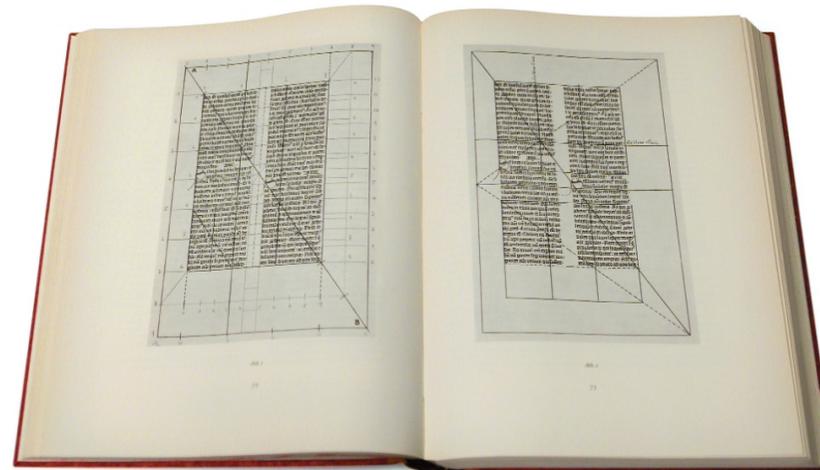
Por último, el estudio fue publicado en el *Gutenberg Jahrbuch* 1955, conmemorando el V Centenario de la Edición de la Biblia. Sus editores detuvieron la encuadernación del anuario del *Gutenberg Jahrbuch* para poder incluir el texto de Rosarivo.

Zapf, en sus libros *Manuale Typographicum* y *Hermann Zapf and his Design Philosophy*, describió el trabajo de su amigo y colega argentino. Rosarivo conocía perfectamente la magnitud de su descubrimiento y envió ejemplares de *La Divina Proporción Tipográfica* a sus colegas de América Central, Italia, Francia, Alemania y los Estados Unidos. La obra fue reconocida como la técnica más legítima y exacta para resolver todos los problemas de arquitectura tipográfica y la correcta imposición de formas en cualquier formato.

ESCUELA DE ARTES GRÁFICAS. Rosarivo comenzó su actividad docente en 1940, en la Escuela Industrial n° 9, especializada en la enseñanza de las artes gráficas. Como profesor de dibujo técnico, se desempeñó ininterrumpidamente hasta algunos años antes de su muerte. Por esta sede académica transitaron maestros de la importancia de Lino Enea Spilimbergo, Víctor Rebuffo, Vicente Forte y Juan Carlos Distéfano.

En la actualidad, la institución es la Escuela Técnica n° 15 Maipú, y sus alumnos aprenden a proyectar en los tableros de dibujo, a realizar composición tipográfica y a terminar sus diseños con la computadora. Allí los estudiantes obtienen el título de técnicos en Artes Gráficas.

PRIMEROS AÑOS DE LA IMPRENTA ARGENTINA. Rosarivo se incorporó a los Talleres Kraft, ubicados a pocos metros de la Escuela n° 9, en 1940, cuando la empresa contaba con trescientos agentes distribuidos en la Argentina y países limítrofes, lo que la convirtió en la imprenta más



LA BIBLIA DE 36 LÍNEAS DE GUTENBERG. Sistema de la *Divina Proporción Tipográfica* de la Biblia impresa por Gutenberg en 1456. Este hallazgo fue publicado en el Anuario Gutenberg, del Museo de Maguncia, Alemania, 1955.

poderosa de Latinoamérica. En sus inicios comenzó como un modesto taller de litografía, inaugurado en 1864 por Guillermo Kraft; no obstante, las láminas que producía demostraban verdaderos avances técnicos. El establecimiento incorporó los procedimientos más modernos de la época. El 4 de marzo de 1893 falleció Guillermo Kraft, y su hijo, que sólo tenía 19 años, puso en marcha la construcción del nuevo edificio de la sede central e introdujo la primera máquina de componer tipografía. Estos talleres fueron los primeros que implementaron en el país los fotocromos y el offset.

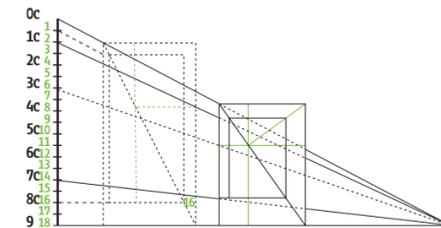
En su paso por Kraft, Rosarivo fue director de arte y encargado de la diagramación editorial. Su trabajo consistía, entre otras cosas, en realizar acuarelas, litografías e ilustraciones de las obras de los escritores y artistas más destacados del país. En 1944 The Limited Editions Club, de Nueva York, solicitó la impresión de una edición en inglés, sin valor comercial, de la obra de William Hudson. El libro *Far Away and Long Ago* fue ilustrado por Rosarivo con dibujos litográficos, de los mismos lugares donde transcurrió la vida del escritor inglés en la Argentina. En 1944 los talleres editan *Los Cuatro Evangelios*, que junto al libro de Hudson fueron los hitos más relevantes en la historia de los Talleres Kraft y Cía. y le otorgaron a Rosarivo un inmediato

reconocimiento social como artista del libro. Él entendía que para la creación de un libro era necesaria la integración de las distintas áreas, formando una comunión entre el autor, el ilustrador y el responsable de la composición tipográfica.

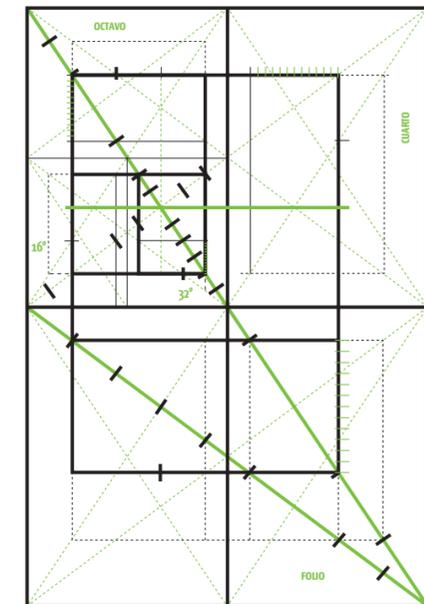
EL INSTITUTO ARGENTINO DE LAS ARTES GRÁFICAS. Rosarivo mantuvo una activa participación en el Instituto Argentino de las Artes Gráficas (actualmente, la Fundación Gutenberg), creado en 1914 por Antonio Pellicer Perayre. Esta escuela profesional gratuita impartía clases de dibujo, linotipia, composición tipográfica, gramática y ortografía, transportes e impresión litográfica y encuadernación, y era una institución modelo en Latinoamérica. Allí Rosarivo dictó conferencias y estableció una estrecha relación con sus alumnos, quienes lo alentaron a publicar sus investigaciones.

LA CIGA. En 1925, durante el período de posguerra, la Argentina se encontraba en pleno auge y perfeccionamiento mecánico. Un grupo de empresarios creó la Cámara de Industriales Gráficos de la Argentina. Rosarivo coordinó y promovió la organización de las actividades culturales de la CIGA, que también contaba con su revista bimestral, titulada *Argentina Gráfica*, especializada en comunicar los eventos de la industria y presentar los avances técnicos. Estaba auspiciada por fundidoras de tipos y proveedoras de insumos gráficos con sucursales en Córdoba, Rosario y Mendoza. Rosarivo formó parte de la comisión de prensa de la revista y escribió a lo largo de su carrera numerosos artículos en ella.

En 1944 organizó la Exposición del Libro Argentino. Se presentaron ejemplares de los In-



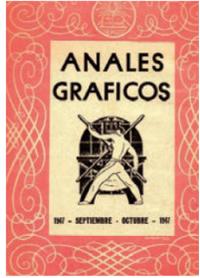
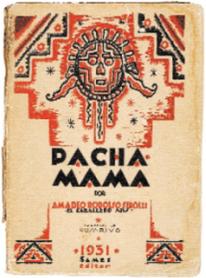
Molde para la creación de las páginas o folletos, en formato áureo (a la derecha) o bastardo (a la izquierda). La recta se secciona en 9, 12, 15 y 18 partes, aplicando el método de la Divina Proporción.



RECTÁNGULOS DINÁMICOS EN UN PLIEGO DE IMPRESIÓN. Rebatimiento de una página, primero en su lado mayor y posteriormente sobre su lado menor, hasta la consumación de la superficie total del pliego en formato folio, aumentando proporcionalmente el cuerpo y el interlineado de cada hoja.



FOTOGRAFÍA CEDIDA POR LA CIGA
Diálogo entre Rosarivo y los alumnos de un colegio secundario en la Exposición Formas y Etapas del Libro, 1966.



cunables Guaranítics, como denominaba Mitre a las obras provenientes de las doctrinas jesuíticas. En palabras de Mitre, la imprenta constituye en el Río de la Plata «un caso singular en la historia de la tipografía después del invento de Gutenberg. No fue importada: fue una creación original. Nació o renació en medio de selvas vírgenes, como una Minerva indígena armada de todas sus piezas, con tipos de su fabricación, manejados por indios salvajes recientemente reducidos a la vida civilizada, con nuevos signos fonéticos de su invención, hablando una lengua desconocida en el Viejo Mundo, y un misterio envuelve su principio y su fin».⁷ Esta exposición reunía volúmenes y hojas sueltas impresas por los niños expósitos y una magnífica producción de las imprentas del momento.

Rosarivo fue un estudioso de la tipografía y, continuando con la tradición iniciada en 1879 por los primeros tipógrafos argentinos, en 1953 organizó el Tercer Concurso Tipográfico, en el que participaron profesionales de todo el país. En 1952, junto a la CIGA, organizó el Gran Concurso Tipográfico y los trabajos premiados fueron publicados en la revista *Argentina Gráfica*. Ese mismo año, destacados impresores argentinos participaron en el Concurso Internacional «Premio Milano-Liegi», donde don Pedro Anzilotti, ex tipógrafo de la renombrada imprenta

PACHA MAMA. Uno de los primeros trabajos realizados por Rosarivo. Ilustraciones litográficas para la tapa e interior del libro *Pacha Mama*, publicado en 1931.
ANALES GRÁFICOS. Publicación mensual editada por el Instituto Argentino de las Artes Gráficas, 1947.
X CENTENARIO. Afiche realizado por Rosarivo para la Exposición del Libro. Obtuvo el primer premio en el concurso organizado por el Ministerio de Justicia e Instrucción Pública en 1940.

Amorrortu, obtuvo para la nueva imprenta Anzilotti el cuarto premio y una medalla de oro.

MENS AGITAT MOLEM. La pintura y la poesía fueron la forma de expresión que Rosarivo utilizó para traducir su visión del hombre. Su pintura posee un halo místico que coexistía con seres etéreos e imágenes simbólicas que reflejaron su visión del universo paralelo.

A pesar de su delicada salud continuó ilustrando, dictando clases y escribiendo artículos. «El hombre máquina avanza velozmente hacia la prefijada hora de su suicidio como ser pensante y particularmente humano. La inteligencia cibernética de los tecnólogos creará gobiernos en los que la tecnología acrecentará la esclavitud de las mayorías y el estudio de su desaparición biológica, preconizando lo útil sobre lo bello y lo práctico sobre lo humano. Sin embargo, la fuerza del espíritu no será destruida y ha de volver un renacimiento en el que la inteligencia técnica se encontrará al servicio del hombre.»

MEMORIA, OLVIDO E HISTORIA. La obra de impresores como Ghino Fogli o Francisco Colombo, sumada al trabajo de las instituciones educativas y, posteriormente, a las primeras manifestaciones gráficas y publicitarias, aportó los elementos básicos que posibilitaron el diseño gráfico actual.



Es difícil precisar por qué parte de este capítulo de la historia de la cultura gráfica argentina permanece ausente. Puede haber intervenido una suma de múltiples factores: los sucesivos cambios de técnica mecánica y tecnológica, la quiebra generacional en los años setenta, que generó una fragmentación entre el academicismo clásico existente y el movimiento contracultural. Además de ello, debemos considerar los episodios ocurridos durante la dictadura militar.

Éstos pueden ser sólo algunos de los motivos que influyeron en la memoria de la historia gráfica argentina, sepultando el conocimiento de los artesanos gráficos.

Actualmente se puede determinar que algunos elementos quedaron en el olvido. Los sistemas educativos elegidos por las primeras instituciones de educación gráfica del país y la impronta que permanece en las áreas de la arquitectura, la pintura y las artes plásticas nos aportan pausas claras para dotar de identidad a la enseñanza del diseño en la Argentina.

La implementación de la metodología de la investigación y la revisión del espíritu tipográfico de estos precursores nos aportan valores fundamentales para la reconstrucción de la historia gráfica argentina y propician un despertar de la tipografía, como otro de los elementos constitutivos de nuestra identidad. ■

Agradecemos la colaboración de Rubén Fontana, Graciela Quiñónez, Doyald Young, Trenti Rocamora, Hermann Zapf, directivos y maestros de la Escuela Técnica N° 15 Maipú.

NOTAS

¹ Este valor áureo 1,6 se construye para cualquier rectángulo áureo de cualquier medida. Basta multiplicar el lado menor por 1,5 para encontrar el lado mayor. Inversamente, el lado mayor dividido por el módulo, es decir 1,5, resulta el lado menor. Rosarivo hizo hincapié en no mezclar el sistema decimal con el duodecimal utilizado para la tipografía. Se considera 1,5 valor decimal y su equivalente tipográfico es de 1,6 cíceros, que equivale a 18 puntos.
² De Ugarteche, Félix. «Orígenes de la imprenta argentina», 1896, citado en *Pequeña historia de la imprenta en América*, Imprenta López, Buenos Aires, 1943.

CURSOS DE CALIGRAFÍA POR CORRESPONDENCIA

Una alternativa para los que quieran formarse con prestigiosos calígrafos internacionales sin cambiar de residencia.
 Calígrafos de la Cruz del Sur

Universidad de Roehampton

Este curso por correspondencia, organizado desde hace más de dieciocho años por esta institución en Inglaterra, es aconsejable para aquellos que quieran iniciarse formalmente en el estudio de la caligrafía, como también para quienes buscan desarrollar por completo su potencial caligráfico. El curso se compone de veinticuatro lecciones divididas en cuatro unidades, durante las cuales se les asignará a los alumnos un tutor que evaluará los trabajos y responderá preguntas.
 CONTACTO Ann Booroff, callicorres@roehampton.ac.uk

AGENDA

CONGRESO Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL

Silvina Rodríguez

CREANDO ESPACIOS DE COMUNICACIÓN

DEL 1 AL 4 DE MAYO DE 2003

Creando Espacios de Comunicación es un congreso internacional dirigido por Jorge Frascara que se llevará a cabo en mayo próximo en la Universidad de Alberta, Canadá. El objetivo definido por los organizadores es el de «explorar las nociones de interpretación, interacción, negociación y cultura en la creación de significados». El programa del congreso incluirá presentaciones de veinte minutos de duración y varias sesiones de trabajo, en función de proponer criterios que ayuden al desarrollo de mensajes eficaces, dentro de una rica y compleja concepción de la comunicación. Las presentaciones en el salón principal contarán con traducción simultánea. Otras presentaciones hechas en las sesiones paralelas serán en un idioma solamente, así como también las sesiones de los grupos de trabajo: unas serán en inglés y otras en castellano.

El congreso se verá enriquecido con la presentación de una exposición de diseño denominada «A través de significados». El objetivo de esta muestra es explorar diferentes posibilidades para redefinir el territorio del diseño de comunicación con el fin de desarrollar una comprensión más rica de los factores involucrados. Esta exposición, más que ningún otro ejemplo, representa la metáfora central del congreso: un espacio de comunicación dedicado a los espacios de comunicación.

Tradicionalmente, el diseño de comunicaciones ha estado basado en la noción de transmisión. Desde la apropiación de la terminología de Shannon por parte de los estudiosos de retórica en los años cincuenta, se ha realizado un esfuerzo sostenido para analizar los procesos de comunicación en función de definir las condiciones de enunciación que garanticen claridad en las comunicaciones. Durante el pasado reciente, sin embargo, se ha hecho cada vez más evidente que estilos cognitivos, contextos culturales, estados emotivos, intereses personales y sistemas de valores –para nombrar sólo algunas dimensiones– afectan la manera en que la gente interactúa con la información. Esto ha llevado a la concepción de que la comunicación no sólo se basa en la transmisión, sino también, y fundamentalmente, en la interpretación. La construcción de los

TRIENAL DEL PÓSTER DE TRNAVA 2003. LLAMADO A CONCURSO

HASTA EL 28 DE FEBRERO DE 2003

La Trienal del Póster de Trnava es un concurso y exposición público internacional de afiches producidos entre febrero de 2000 y fines de febrero de 2003. Está organizada por la Galería Jan Koniarek, el Centro de Diseño Eslovaco de Bratislava, la Academia de Bellas Artes y Diseño de Bratislava, el gobierno de la Ciudad de Trnava y la asociación civil POSTER.

Podrán participar diseñadores profesionales y estudiantes de diseño y arte. Cada participante podrá enviar hasta seis afiches,

Scriptorium St. Francis

Los cursos de caligrafía Foundational, Mayúsculas Romanas, Versales Tradicionales y Versales Modernas se componen de cinco a siete lecciones que los alumnos pueden completar desde su lugar de origen.
 PARA MÁS INFORMACIÓN, VISITAR www.thomasingmire.com/saintfrancis
 CONTACTO *Scriptorium St. Francis, 1040A Filbert, San Francisco, CA 94133.*

Cyberstudy

Es un programa de estudio on-line cuyas clases grupales se realizan dos veces al año y los trabajos se publican para su corrección en la red. Además, se puede acceder a cursos con tutores privados durante todo el año. Las temáticas a desarrollar son los estilos Carolingia, Mayúsculas Romanas, Foundational, Itálica, Unciales Modernas, Gótica, Copperplate y Versales.
 CONTACTO Kate McKulla, kmckulla@optonline.net

mensajes, entonces, en lugar de centrarse en torno a condiciones de clara y ordenada enunciación, debe orientarse hacia una buena conectividad con el público que busca. En este contexto, algunos autores han empezado a hablar de la comunicación como de una transacción, más que como de una transmisión. Una negociación tiene lugar. La tarea del diseñador no es la de traducir con miras a transmitir, sino la de crear un «espacio» donde la gente se encuentra con el mensaje y desarrolla su interpretación. La tarea del diseñador, entonces, es la de crear condiciones que favorezcan la interpretación del mensaje en cierta (aproximada) dirección esperada.

Partamos de la idea de que centrar la construcción de comunicaciones en paradigmas pretendidamente racionales y universales de claridad no es suficiente e incluso resulta engañoso. Exploremos la noción de que, como diseñadores, creamos espacios de comunicación, es decir, enmarcamos situaciones comunicacionales en las que la gente interactúa con la información. Procesos de auto-organización afectan estas situaciones de interacción entre gente y mensajes. Debemos entonces abandonar nuestra fe ciega en lógicas universales para la organización de mensajes y encontrar nuevas estrategias que, a pesar de variaciones traídas por actos de interpretación, garanticen un buen nivel de eficacia en los mensajes. Tal vez tendremos que desarrollar criterios más amplios, que incluyan en forma más consciente las muchas condiciones contextuales que rodean a un acto comunicativo. Para que una comunicación funcione debe haber marcos que encierren terrenos compartidos. Y esto es lo que podría denominarse «la creación de espacios de comunicación».

COMSPACE. CREATING COMMUNICATIONAL SPACES/CREANDO ESPACIOS DE COMUNICACIÓN

LUGAR **University of Alberta, Department of Art and Design**
3-98 Fine Arts Building
Edmonton, Alberta T6G 2C9, Canadá
 TELÉFONO **1 780 492 3261**
 FAX **1 780 492 7870**
 E-MAIL comspace@ualberta.ca
 INFORMES Y FORMULARIOS www.ualberta.ca/comspace/

cada uno en dos copias, de tamaño no menor que A3. Se deberán adjuntar diapositivas, fotografías y cd-Rom para utilizarlos en caso de que sean publicados. Los organizadores, junto con Icoagrada, premiarán a diseñadores gráficos, expertos en el campo de la comunicación visual e historiadores del arte que hayan promovido el diseño gráfico.

INFORMES Galería Jána Koniarka
 Zeleny kríček 3, SK-91701 Trnava, Slovak Republic
 E-MAIL gjk@nextra.sk, tpt@nextra.sk
 PARA MÁS INFORMACIÓN www.gjk.sk/

DICIEMBRE

E	AL 21	CURRICULUM O. Exposición de los trabajos seleccionados en el marco del concurso de artes visuales para obra inédita organizado por la Galería Ruth Benzacar. Lunes a viernes de 11.30 a 20 horas, sábados de 10.30 a 13.30 horas. LUGAR Galería Ruth Benzacar / Florida 1000, Buenos Aires TELÉFONO 4313 8480 E-MAIL galeria@ruthbenzacar.com
E	AL 28	LETTER FROM THE GIRL, MAILED AT THE GAS STATION. Es un video filme digital experimental, escrito y dirigido por Enid Baxter Blader. Usando el video digital para remitir al voyeurismo y los sistemas de vigilancia, y el filme para aludir a la historia de la cinematografía, <i>Letter</i> abreva en el <i>film noir</i> y su descendiente el <i>true crime</i> , los paisajes y la mitología del cine norteamericano, las películas de clase B y el cine independiente. Los primeros minutos de <i>Letter</i> recrean las primeras escenas del clásico del cine <i>noir Kiss me deadly</i> , reinventando su tensión y las inversiones del género. Filmada en Mount Washington, el lugar donde Charlie Chaplin rodaba sus películas mudas, la pieza hace referencia a un paisaje cinematográfico histórico. También se rodaron escenas en ambientes de ensueño: un desierto solitario, una pradera vacía, un auto avanzando por una carretera en las colinas de Hollywood. Los personajes están atrapados en un espacio pre-urbano, un tramo de calle trasera que anticipa las oscuras calles de Los Angeles. LUGAR Location One / 26 Greene Street, Nueva York SITE RECOMENDADO www.location1.org
E	AL 31	MARIO MERZ EN LA ARGENTINA. La obra del artista italiano Mario Merz se presentará por primera vez en la Argentina en una gran exhibición organizada por la Fundación Proa. La muestra se divide en dos partes, por un lado, un sector histórico con obras de las décadas del sesenta y del setenta, donde se podrá apreciar el valor y el aporte de Mario Merz en la historia del arte contemporáneo, y por otro, el artista realizará dos proyectos de instalaciones en las salas de planta baja y un proyecto especial con neón en la fachada del edificio. Mario Merz nació en Milán el 1 de enero de 1925. Durante la Segunda Guerra Mundial se unió al grupo antifascista «Justicia y Libertad». Fue arrestado en 1945, y durante su prisión dibujó incesantemente sobre cualquier material que tuviera a su alcance. En 1950 comenzó a pintar al óleo sobre tela. Su primera exhibición individual se realizó en 1954 en Turín, y en ella presentó obras cuyas imágenes orgánicas se consideran actualmente representativas del movimiento ecologista. Hacia 1966 empezó a utilizar objetos tales como botellas, paraguas, impermeables y tubos de neón. Junto a un grupo de artistas italianos fundó, en 1967, el movimiento conocido como Arte Povera en respuesta al consumismo de la sociedad capitalista y a la deshumanización de la vida cotidiana. Esta estética incorporaba la utilización de materiales propios de la vida de cada día y del mundo orgánico, creando sorprendentes obras que aportaron una nueva mirada sobre la estética contemporánea. En 1968, Merz adoptó el «íglú», su más importante marca de autor, y fue realizando distintas versiones de este concepto a lo largo de toda su carrera, utilizando materiales como vidrio, metal, arcilla, piedra o ramas y, frecuentemente, incorporando frases con leyendas políticas o literarias en tubos de neón. Su extenso trabajo y reconocimiento internacional lo incluyen también como artista conceptual y lumínico. La magnitud y trascendencia de su obra creativa lo presentan como uno de los artistas contemporáneos más representativos del arte de la segunda mitad del <i>siglo</i> <i>xx</i> . LUGAR Fundación Proa / Av. Pedro de Mendoza 1929, Buenos Aires TELÉFONO 4303 0909 E-MAIL info@proa.org PARA VISITAR ON-LINE www.proa.org

DEL 5		
E	AL 8	ART BASEL MIAMI BEACH. LUGAR Miami, Estados Unidos PARA VISITAR ON-LINE www.art.dj/miami_beach
DEL 31		

E	Vence el plazo para enviar trabajos para participar en la 14 Bienal Internacional del Póster de Lahti, organizada por la Asociación de Diseñadores Gráficos de Finlandia y el Museo del Póster de Lahti, con el auspicio de Icoграда. INFORMES Poster Museum Lahti Art Museum, PO Box 113, 15111 Lahti, Finland CONTACTOS Ulla Aartomaa 358 3 814 4542 E-MAIL ulla.aartomaa@lahti.fi Kari Savolainen 358 3 814 4546 E-MAIL kari.savolainen@lahti.fi FORMULARIOS www.lahti.fi/kulttuuri museot taide.html	
DEL 17		
E	AL 20	ART SAN FRANCISCO 2003. Exposición Internacional de Arte. LUGAR San Francisco, Estados Unidos PARA VISITAR ON-LINE www.sfiae.com

ENERO

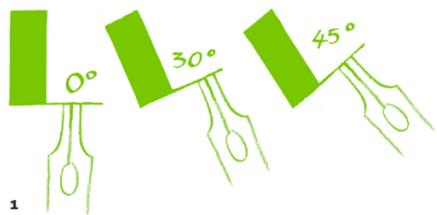
E	AL 5	RICHARD AVEDON: RETRATOS. Esta exposición que abarcará toda la carrera de Avedon mostrará cerca de 180 fotografías de artistas, escritores y figuras políticas e intelectuales. Como complemento se exhibirá hasta el 12 de enero la muestra «Retratos: un siglo de fotografías», compuesta por cincuenta obras maestras representativas de los primeros cien años del retrato fotográfico, desde los antiguos daguerrotipos franceses y norteamericanos hasta la obra de Diane Arbus. LUGAR The Metropolitan Museum of Art, Nueva York PARA VISITAR ON-LINE www.metmuseum.org
E	AL 12	IDEAL!LIVING. DE GERRIT RIETVELD AL DISEÑO HOLANDÉS. En esta exposición se exhibirán diseños de Rietveld y el «diseño democrático» de IKEA y las casas de muñecas del <i>siglo</i> <i>xviii</i> de Petronella de la Court, que proporciona una mirada comprensiva sobre el diseño de interiores a través de los siglos. Los trabajos de Rietveld estaban impregnados de fuertes convicciones sociales. Quería que sus diseños fueran accesibles al gran público, pero en la práctica sus ideas tuvieron poco éxito: en esa época la industria no podía producir sus diseños y el público no estaba listo para aceptarlos. El eslogan de IKEA, «diseño democrático», indica que sus muebles son verdaderamente para todos. También podrá verse hasta el 2 de febrero la exposición «Acerca de De Stijl», los presentaciones de Weininger, d'Ébneht y Vantongerloo, quienes durante los inicios, la fase internacional y el final de este movimiento trabajaron con las ideas de los artistas y arquitectos asociados con la revista <i>De Stijl</i> , publicada entre 1917 y 1932. LUGAR Centraal Museum / Utrecht, Holanda PARA VISITAR ON-LINE www.centraalmuseum.nl
E	AL 18	DOQUE: ARTE CONTEMPORÁNEO: HERNÁN MARINA. Espacio de difusión de proyectos de arte latinoamericanos que por sus características experimentales no se inscriben en galerías de arte tradicionales. LUGAR Joaquín Costa 47, bajos local 1, 08001 Barcelona, España E-MAIL info@doque.com PARA VISITAR ON-LINE www.doque.com
E	AL 19	BLAST TO FREEZE: ARTE BRITÁNICO DEL SIGLO <i>XX</i>. En esta exposición se advertirá la evolución del arte moderno en Gran Bretaña entre el período eduardiano y el que culmina con los artistas jóvenes de la última década. El comienzo y el fin de este período están marcados por un corte distintivo con el pasado: en el inicio estuvieron las actitudes belicosas de los vorticistas, encabezados por Lewis; en el cierre estuvo la exposición de obras de estudiantes de arte organizada por Hirst en un sector derruido de los <i>docks</i> de Londres. Durante los años intermedios, el arte británico abarcó desde las tradiciones locales hasta el modernismo internacional. Momentos de rebelión contra las convenciones, tales como las actividades del Grupo Independiente hacia 1950, y el Nuevo Arte que floreció entre 1965 y 1975. La exhibición tiene el propósito de presentar algunos ejemplos del perdurable legado de un gran grupo de artistas en el marco de los desarrollos sociales y políticos de la época. LUGAR Kunstmuseum Wolfsburg / Wolfsburg, Alemania SITE RECOMENDADO www.kunstmuseum-wolfsburg.de
E	AL 27	ARTISTAS MODERNOS RIOPLATENSES EN EUROPA 1911-1924. Se presenta una exposición que resalta la participación activa de Barradas, Borges, Pettoruti, Curatella Manes, Solar y Torres-García en el desarrollo de las vanguardias históricas que tuvieron lugar en Europa a principios del <i>siglo</i> pasado. La muestra reúne piezas clave de colecciones, bibliotecas y fondos hemerográficos públicos y privados e incluye pinturas, esculturas, grabados, afiches, libros, revistas y documentos de época. En aquellos años, estos artistas argentinos y uruguayos viajaron a Europa y se integraron activamente en las nuevas propuestas teórico-estéticas que allí surgían. Del mismo modo, evidencia cómo los artistas e intelectuales latinoamericanos reflexionaron acerca de las particularidades regionales que a su vez podían aportar e integrar a las vanguardias. LUGAR Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (Malba) / Av. Figueroa Alcorta 3415, Buenos Aires E-MAIL info@malba.org.ar PARA VISITAR ON-LINE www.malba.org.ar
E	AL 31	Proyecciones y pinturas del artista Richard Cuerden. LUGAR Vertigo Gallery / 62 Great Eastern Street, Londres PARA VISITAR ON-LINE www.vertigogallery.co.uk
E	DEL 17	CEAL FLOYER. EXHIBICIÓN. En esta muestra individual que se verá en Génova, presentará su obra «Helix», una forma plástica en la que talló círculos de distinto diámetro. Para cada uno de ellos halló un objeto de uso cotidiano que se adapta a esa medida. Al mismo tiempo, presentará una instalación construida con todas las versiones de las «Variaciones Goldberg», de Bach. Sus objetos se acercan a la idea de universalidad que propone la filosofía para dar a los objetos reales una esencia ontológica. LUGAR pinksummer / Génova, Italia PARA VISITAR ON-LINE www.pinksummer.com
E	AL 20	ART SAN FRANCISCO 2003. Exposición Internacional de Arte. LUGAR San Francisco, Estados Unidos PARA VISITAR ON-LINE www.sfiae.com

FEBRERO

DEL 6		
E	AL 10	DOQUE: ARTE CONTEMPORÁNEO: MÓNICA VAN ASPEREN. Espacio de difusión para los nuevos lenguajes latinoamericanos. LUGAR Joaquín Costa 47, bajos local 1, 08001 Barcelona, España E-MAIL info@doque.com PARA VISITAR ON-LINE www.doque.com
C	AL 15	Vence el plazo para participar en el Concurso Internacional de Arte Digital Mosto & Rojas Arte en Internet, que será exhibido en www.mosto-rojasarte.com. Podrán participar con una obra los artistas argentinos y extranjeros, sin límite de edad. Los artistas premiados pasarán a integrar la galería On Line Mosto & Rojas Arte. El jurado estará integrado por Eduardo Miretti (Argentina), Gustavo Fares (Estados Unidos) y Alexei Tarkhanov (Rusia). INFORMES Mosto & Rojas Arte / Paraguay 934, 1° G, (1057) Buenos Aires, Argentina TELÉFONO/FAX 54 11 4 328 1675 E-MAIL info@mostorojasarte.com
E	AL 16	BLINKY PALERMO. Esta exposición presenta obras de Blinky Palermo que muestran de manera completa su trayectoria artística. A lo largo de los catorce años en los que se desarrolló su carrera, Palermo exploró los límites de la pintura abstracta. Para él la fuerza de la pintura residía en las posibilidades del color para evocar una gran diversidad de sensaciones y para traspasar los límites de formato de la pintura tradicional. Su trabajo evolucionó hacia una pintura más simplificada, influido por artistas de De Stijl, como Piet Mondrian, y coincidiendo con una gran perfección en el montaje de sus obras, compuestas a menudo por varias partes diferenciadas. Además de dibujos, grabados, objetos pintados o la pintura mural que realizó entre 1963 y 1977, en esta exposición se reconstruirá también la instalación que Palermo llevó a cabo para la Bienal de Venecia en 1976. LUGAR MACBA Museo de Arte de Barcelona / Barcelona, España SITE RECOMENDADO www.macba.es
E	AL 23	OBRAS MAESTRAS DE LA COLECCIÓN FOTOGRAFICA DEL MUSEO DE ORSAY. Esta presentación, que inaugura la galería permanente de fotografía, reúne algunas de las obras más sobresalientes de la colección del Museo. El conjunto seleccionado se extiende desde principios de la técnica hasta los años veinte. La exhibición se inicia con daguerrotipos, esencialmente franceses, muchos de los cuales son fotografías primigenias. Prosigue con pruebas raras de los años 1840-1850, obras de los pioneros de la fotografía sobre papel como Fox Talbot, y de franceses, como Hippolythe Bayard. La década de 1850, considerada como la edad de oro de la fotografía francesa, se encuentra particularmente bien representada en la colección del Museo, con obras de Nadar, Gustave Le Gray y Charles Nègre. El final del <i>siglo</i> está ilustrado por disés tomados por artistas, pintores y grabadores como Degas, Bonnard y Rivière, que practicaron esta técnica en calidad de aficionados. La presentación se cierra con las tendencias modernistas del medio en torno a las obras de Atget, fotógrafo del <i>siglo</i> <i>xix</i> erigido en pionero de la modernidad fotográfica a principios del <i>xx</i> , y las de los pictorialistas anglosajones, tales como Haviland, Steichen y Stieglitz. LUGAR Museo de Orsay / París, Francia PARA VISITAR ON-LINE www.musee-orsay.fr
DEL 3 Y 4		
CC	3 Y 4	Inscripción y pruebas de nivel para los Cursos de Verano 2003, organizados por el Centro de Lenguas Extranjeras de la Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Duración: 6 semanas, del 5 de febrero al 18 de marzo. Cursos intensivos: 8 horas semanales, distribuidas en cuatro clases semanales de 2 horas cada una. Talleres de conversación: 4 horas semanales, distribuidas en dos clases semanales de 2 horas cada una. HORARIOS mañana y tarde/noche. INFORMES M. T. de Alvear 2230, 5° piso, oficina 515 TELÉFONO 4508 3800 interno 165 E-MAIL cle@mail.fsoc.uba.ar
DEL 13		
E	AL 18	ARCO. FERIA INTERNACIONAL DE ARTE CONTEMPORÁNEO. LUGAR Parque Ferial Juan Carlos I, Madrid, España E-MAIL arco@ifema.es PARA VISITAR ON-LINE www.arco.ifema.es
DEL 17		
C	17	Vence el plazo para presentarse en el concurso Interactive Media Design Review, organizado por la revista <i>id Magazine</i> . Este concurso premia los diseños interactivos más innovadores del año en las categorías cd-Rom, dvd, juegos, software, websites y trabajos experimentales. Los diseños ganadores serán publicados en Internet y en la edición de noviembre 2003 de la revista <i>id</i> . INFORMES Y FORMULARIOS <i>id Magazine</i> E-MAIL idcompetitions@fwpubs.com PARA VISITAR ON-LINE www.idonline.com

MARZO

DEL 6		
E	AL 10	THE ARMORY SHOW 2002. Feria Internacional de Nuevo Arte. LUGAR Nueva York, Estados Unidos PARA VISITAR ON-LINE www.armoryshow.com
DEL 21		
C	21	Vence el plazo para presentar trabajos en el concurso fotográfico Miradas del Encierro. Convoca Proyecto Ave Fénix, de la Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Ave Fénix es un proyecto de trabajo en cárceles que depende de la Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA y se desarrolla, desde 1997, en el marco de los Centros de Estudios Universitarios de las unidades carcelarias del Servicio Penitenciario Federal. Cuenta con el apoyo de la carrera de Trabajo Social. El Proyecto Ave Fénix tiene como objetivo «modificar la percepción que la sociedad tiene de las personas detenidas». Para lograrlo trabaja junto a grupos de personas detenidas, buscando generar una lógica vincular que permita el reconocimiento del otro en tanto persona. A su vez, se incentiva el intercambio entre personas detenidas y aquellas que no lo están, subvirtiendo con ello los efectos que el encierro produce tanto en el interior como fuera de la prisión. El concurso se encuentra abierto a la participación de cualquier persona, sin límite de edad ni distinción de nacionalidad o lugar de residencia. Las obras de aficionados a la fotografía o de profesionales se incluirán conjuntamente, sin considerarse categorías separadas. Las imágenes deberán ser alusivas a la situación de encierro en la cárcel, y pueden referirse al ámbito físico, climas, sucesos, metáforas, expresiones, etcétera. Se han estipulado dos categorías: a) Ensayos (comprenderán entre 5 y 10 fotografías) y b) Fotografías individuales (se establece un máximo de 10 obras por autor). Todas las fotografías deberán presentarse en papel, color o blanco y negro. Podrán realizarse con técnica libre, y quedan excluidos los procedimientos que no sean fotográficos. Tendrán que presentarse sin montar y su tamaño máximo no podrá superar los 30 x 40 cm. Las obras deberán estar acompañadas por un título breve, lugar de la toma, nombre y apellido del autor, número de documento, teléfono, dirección postal y electrónica, en caso de disponer de ella. Esos datos deberán consignarse al dorso de la obra. Con carácter optativo se podrá incluir una reflexión respecto de lo que sugiere la fotografía, en no más de 200 palabras. Se considerarán tanto las obras inéditas como las no inéditas. Las fotografías deberán enviarse en paquete cerrado a la Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Concurso Miradas del Encierro, Proyecto Ave Fénix, Marcelo T. de Alvear 2230, 5° piso, oficina 509, (1122), Ciudad de Buenos Aires, Argentina. También podrán entregarse personalmente en la misma dirección, de lunes a viernes en el horario de 11 a 18 horas. La selección de las obras se realizará durante la última semana de marzo de 2003 y los resultados se notificarán durante la primera semana de abril. INFORMES Proyecto Ave Fénix. Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. M. T. de Alvear 2230, 5° piso, oficina 509 TELÉFONO 4508 3800, interno 164 E-MAIL avefenix@mail.fsoc.uba.ar
DEL 27		
D	AL 29	GRAFICEUROPE: CONGRESO PAN-EUROPEO DE DISEÑO GRÁFICO. GraficEurope responde a la demanda de un congreso de alto nivel que esté a la altura de las habilidades y experiencia de los profesionales de todo el mundo. El evento combina presentaciones de renombrados diseñadores, quienes tratarán una amplia gama de temas relacionados con los negocios, la creatividad y la ética. LUGAR Barcelona, España PARA VISITAR ON-LINE www.GraficEurope.com

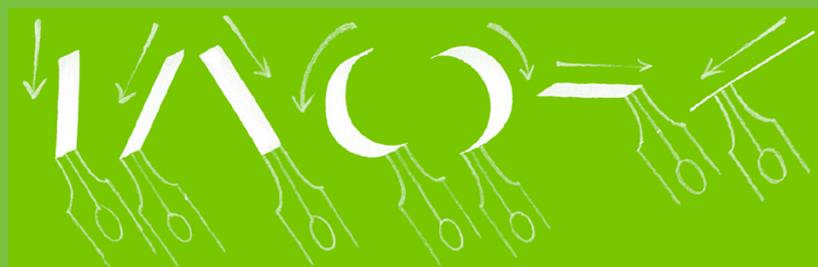


El aspecto formal de una escritura está supeditado al empleo de factores precisos estrechamente relacionados con el modo de utilización de la pluma ancha. Para obtener una buena escritura formal será necesario mantener las constantes y similitudes entre los caracteres para contribuir a la belleza y legibilidad de los manuscritos.

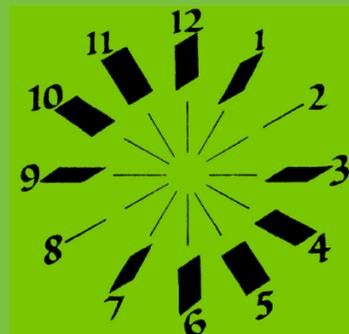


LOS PRINCIPIOS DE LA PLUMA ANCHA

CALIGRÁFICA ■ BREVE INSTRUCTIVO DE LA ESCRITURA MANUAL
Anna Ronchi



4. Teniendo la pluma inclinada a 30° se obtienen los siguientes trazos.



5. En el famoso esquema del «reloj de Johnston» se advierte la variedad de trazos que se pueden obtener a 30°.



6



7



8. A través del estudio del esqueleto se puede comprender la construcción de los arcos de letras como la «n».



9. Se puede apreciar cómo se modifica la forma al reducir el número de trazos.



10



11

Consideraremos el caso de la caligrafía que deriva del uso de la pluma ancha y dejaremos de lado la posibilidad de variar la presión de la punta para obtener distintos espesores de trazo. A partir de estas consideraciones, el aspecto de una determinada escritura depende de siete factores precisos que están relacionados con la pluma. Cada calígrafo, aplicando las siguientes siete reglas, puede estar seguro de obtener una buena escritura formal: una escritura con constantes y similitudes entre caracteres de formas distintas, lo que contribuirá a la belleza y a la legibilidad. Quien estudie la escritura de cualquier manuscrito deberá hacerlo bajo estos mismos aspectos, antes de comenzar a reproducirla.

1. ÁNGULO DE ESCRITURA. Lo primero que se debe tener en cuenta es cómo orientar la pluma sobre el papel. Aquí existe un problema práctico del que dependen la distribución y la ubicación de los trazos gruesos y finos en una escritura. En primer lugar observamos que se obtiene el trazo más fino moviendo la pluma en dirección a una diagonal que coincide con el ángulo de escritura. El trazo más ancho será perpendicular al trazo fino (imagen 1).

Un ejemplo de escritura que se realiza con la pluma horizontal (o casi horizontal) es la uncial, y si observamos sus formas, notamos que los trazos gruesos y los finos se disponen según la vertical y la horizontal. Si miramos las curvas, vemos que el punto de mayor espesor se encuentra en la mitad de la altura de la letra, teniendo en cuenta la horizontal (imagen 2).

Ahora comparemos este ejemplo escrito con la pluma horizontal, con otro escrito con la pluma inclinada a 30°, y observaremos las diferencias en la disposición de los trazos gruesos y finos (imagen 3). En el segundo caso hay una tensión diagonal, porque los puntos finos de las curvas están unidos entre sí por una línea diagonal imaginaria y el espesor mayor está ubicado en posición oblicua, teniendo en cuenta una diagonal (inclinada a 30°) perpendicular al eje. De esta manera, el ángulo constante determina una tensión y una disposición de los espesores que dan uniformidad a un alfabeto, si el ángulo queda siempre fijo.

Para determinar con qué ángulo fue realizada una escritura antigua o desconocida, es necesario individualizar los trazos finos porque éstos nos demostrarán la posición de la pluma. El ángulo que observamos en la imagen 4 es muy usado (por

ejemplo, en las mayúsculas romanas o en el Foundational) y necesita estudio; por ejemplo, el trazo horizontal es generalmente un poco más ancho que la mitad del trazo vertical. Para obtener una horizontal de igual espesor que la vertical habría que cerrar el ángulo a 26,5°. En este diagrama vemos que el máximo espesor se obtiene a las 11 h y el opuesto a las 2 h (imagen 5).

2. EL PESO. La altura de una escritura está determinada por la cantidad de veces que la pluma entra en la altura de la letra. Para el Foundational, se sabe que su peso formal es de cuatro veces y media el ancho de la pluma. Si aumentamos esta relación, tendremos un alfabeto claro y si la reducimos, uno oscuro (imagen 6). El mismo resultado se puede lograr manteniendo la altura de las letras pero utilizando una pluma más gruesa (letras negras) o más fina (letras claras). Quien estudie la escritura antigua, tiene que encontrar primero una pluma metálica que corresponda al ancho del trazo y después debe hacer pruebas para medir cuántas veces la pluma entra en la altura de la minúscula sosteniéndola verticalmente (imagen 7).

3. LA ESTRUCTURA. LA CONSTRUCCIÓN. Mientras escribimos seguimos una línea imaginaria, que es la estructura de las letras, el esqueleto sobre el cual se componen y se unen los distintos trazos. El esqueleto de una escritura evidencia las formas base (como la «o») sobre las cuales se construyen las otras letras; a través del estudio del esqueleto se puede comprender la construcción de los arcos de letras como la «n». Todas las letras dentro de un alfabeto deben tener formas en común, anchos proporcionales y otras constantes que les dan un carácter unitario. Por ejemplo, el Foundational está basado en una «o» redonda, los arcos nacen bien arriba y son redondos; es una escritura amplia (imagen 8).

«DUCTUS.» TRES PRINCIPIOS IMPORTANTES
4. EL NÚMERO DE LOS TRAZOS. En la caligrafía formal se



12. Un aspecto fundamental en la escritura será considerar el factor de la velocidad. La escritura más veloz acentúa las características subjetivas del escriba.

construyen las letras con trazos separados; por el contrario, en la escritura diaria (tal vez con una birome) podemos construir una letra en un solo trazo, así como también palabras enteras sin levantar la lapicera. Veamos con este ejemplo cómo la forma se modifica si reducimos el número de los trazos; cuanto más formales son las letras, más numerosos son los trazos (imagen 9).

5. EL ORDEN DE LOS TRAZOS. Éste y la dirección de los trazos son aspectos funcionales y prácticos; de hecho, para nuestra mano, nuestro ojo y nuestras costumbres (desde que escribimos de izquierda a derecha) es más fácil empezar una letra con el trazo ubicado más a la izquierda, para después desplazarse gradualmente hacia la derecha (imagen 10).

6. LA DIRECCIÓN DE LOS TRAZOS. Puede demostrarse fácilmente que la mano, al escribir, se mueve con más comodidad de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha, y que la pluma corre mejor llevándola hacia abajo que hacia arriba (imagen 11). Esto ha determinado costumbres objetivas, válidas a través de las épocas y para todas las escrituras. Sin embargo, en ciertos casos, mover la pluma a contrapelo puede dar vida a signos muy bellos y con interesantes efectos.

7. LA VELOCIDAD. Es natural tener cierta velocidad o ritmo al escribir, y por ello nosotros regulamos la escritura para dar forma intencional a nuestras letras. Cuanto más velozmente escribimos, más pierden las letras sus formas y se degeneran, mostrando otras cualidades como la espontaneidad y la libertad (imagen 12). Ciertas letras, como las elegantes mayúsculas romanas, se escriben con mucha lentitud y atención; también el Foundational es bastante lento; en cambio, la cancelleresca es, por su naturaleza, rápida. Por lo general, cuando escribimos rápidamente tendemos a inclinar las verticales y a ligar las letras entre sí, y esto, al estudiar una escritura, nos dará indicios de su ejecución.

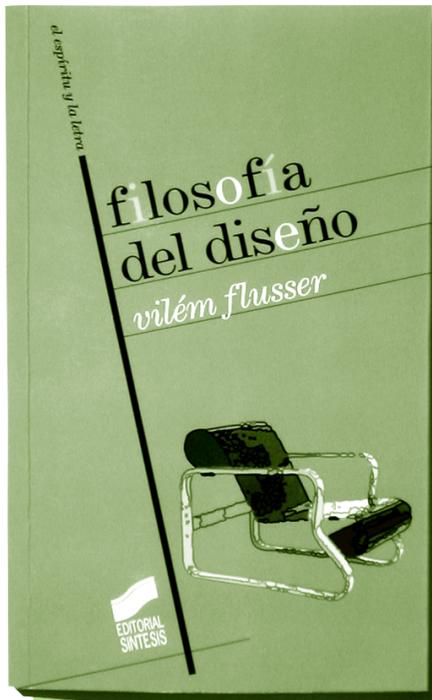


DANIEL PONCE. Es escritor y docente. Dicta los talleres de Semiótica y Estética de la Fotografía en Extensión de Ciencias Sociales (UBA). Es profesor en la Escuela Argentina de Fotografía y coordina talleres de escritura.

METÁFORAS DE LO OBVIO

BIBLIOGRÁFICA

UNA LECTURA SIMBÓLICA DE LOS OBJETOS



Filosofía del diseño. Vilém Flusser. Editorial Síntesis, Madrid, 2002.

En el principio fue el *ardid*. Por lo menos, así nos dice Vilém Flusser que ocurrieron las cosas. «*Ardid*», cuyo rastreo etimológico lleva hasta el griego clásico, es sucedáneo de «máquina».

Para el autor, las máquinas, aun las primitivas —pensemos en un hada de piedra, por ejemplo—, son *formas* que sirvieron para engañar, pero... ¿engañar a quién o a qué? La respuesta aparece cuando pensamos al hombre como hacedor de mediaciones: se engaña a la naturaleza para dominarla, para medrar sobre lo indeterminado y amenazante. Desde el *homo sapiens* hasta los artistas de vanguardia, pasando por técnicos y científicos, la producción de cultura implica una adecuación de medios materiales (piedras, tierra, palos, etcétera, que, como extensión de lo anatómico, tiendan a modificar el entorno: crear cultura será, entonces, incidir sobre la naturaleza, y para incidir habrá que *diseñar*, crear signos operativos que vayan tomando el caos en entidad cognoscible.

Sobre las premisas anteriores transcurre el texto de Flusser; una compilación de ensayos de un pensador singular. Nacido en 1920 en Praga, donde vivió hasta poco antes de la invasión de Alemania, Flusser es hijo de su tiempo y de su ciudad, aunque gran parte de su vida haya transcurrido en San Pablo, Brasil, ciudad donde profesó filosofía y en la cual, alrededor de los sesenta, comenzaron a publicarse sus ensayos. La Praga de su niñez es la de los últimos años de Kafka y la del círculo lingüístico de Jakobson; después Europa y la fenomenología, y por último, América del Sur. Tal es su periplo. Flusser murió en un accidente automovilístico en 1991, cuando empezaba a ser reconocido por sus ensayos, donde se cruzan la indagación filosófica, la lingüística y el análisis de los medios.

Filosofía del diseño es un conjunto de preguntas. Y no está lejos de la ensayística revulsiva de McLuhan y aun de Foucault, donde el análisis del contexto de producción de ideas y los fenómenos culturales se imbrican y articulan. Asimismo, puede tener puntos de encuentro con ciertas postulaciones del neoevolucionismo antropológico de Ardrey, contenidas en la hipótesis del hombre cazador.

Postular un sujeto cuya historicidad está cualificada por su adecuación al medio y su dominio de la técnica tampoco difiere demasiado del evolucionismo clásico. Sin embargo, Flusser se distingue por hacer

jugar una concepción ontológica al hablar de las conquistas culturales. De esta manera, *la palanca* como símbolo de la primera herramienta, o *la rueda* como emblema del progreso, aparecen como epifenómenos de la condición del ser, en virtud de sus intercambios discursivos con la naturaleza y, por ende, su diferenciación de ella.

Los ensayos de *Filosofía del diseño* toman el concepto de *forma*; por lo tanto, nadie encontrará en él un decálogo de posibilidades estéticas, sino una formulación de «lo inestable» de la materia y «lo estable» de las ideas. Flusser, apelando a Platón, nos dice que lo que vemos, hecho con nuestras herramientas, las cosas, procede de una abstracción que va acompañándonos como un molde ideal que variará a partir de la realización del objeto.

Entonces, por un lado están los instrumentos, como extensiones de lo anatómico, las ideas —o la Idea— y después las particularidades fisonómicas de las cosas. El decurso evolutivo provocaría una dialéctica de absorciones y rechazos, y una lucha entre lo nuevo y lo arcaico. A grandes rasgos, la estructura argumental de la obra es ésta.

¿En qué radica su originalidad, entonces? En principio, en el aspecto sincrético del dispositivo teórico: una suerte de armonía hegeliana donde la lucha por la síntesis procede por el encuentro de los opuestos; sujeto histórico y naturaleza luchan en una relación indisoluble que tiende a provocar nuevas instancias y, por ende, un desarrollo de la Idea. Sumado a esto, Flusser apela a una lectura metafórica de lo obvio; resume a símbolos las tecnologías. Y, por último, postula un cuadro de situación: el camino que va desde las primitivas herramientas hasta llegar a la noción de *aparatos*.

El *ardid* para engañar a la naturaleza —una palanca para reducir el peso de una piedra y manipularla— es la base, según Flusser, para «allanar el camino para una nueva cultura» (digamos que para el ocurrir de la cultura misma) y entender a la historia de la humanidad como «historia de la fabricación».

Para Flusser, la derivación de aquellos intentos, las herramientas como extensión de lo anatómico y como concreción particular de una idea, culmina en una vuelta a la idea pura, tomada ésta como intercambio de información. Hoy, y cada vez más, los objetos a intercambiar y las herramientas que los

instituyen no son otra cosa que meros actos de información. Parece decirnos, entonces, que lo que comenzó siendo un *ardid* prototecnológico para engañar el imperio de la naturaleza, con toda su esencia discursiva, vuelve a ser lo que era: un flujo de *ardides* sin estatuto de verdad, aunque operativos, provisionales y, por ende, fluctuantes.

Diseñar, para Flusser, es postular una idea que se torne incidente sobre el campo de lo real, y a la vez es «apartar obstáculos (naturales) para aprender a morir».

Los *ardides* condujeron a la fabricación de objetos, a diseñarlos de acuerdo con necesidades, y después hubo un «culto a los objetos», para culminar en una materia aparente, producida por la información. El tráfico de objetos concluirá así en transacciones de mensajes. Las herramientas evolucionaron en máquinas, y éstas en *aparatos*. Los últimos aparatos, los más tecnificados (computadoras, cámaras digitales, radares, aparatos de exploración espacial, etcétera), producen mensajes, argumentos encadenados que remiten a datos y crean virtualidad. Flusser intenta formular una noción general del *diseño*, sin particularizarlo, del mismo modo que un neoplatónico hubiese expuesto la idea de la Virtud o el concepto del Bien; aunque su intento no se agota en un poner en orden las ideas filosóficas o sujetarse a la tradición, restaura el idealismo para habernos de las metáforas.

Los ensayos contenidos en *Filosofía del diseño* apuntan a ser leídos como una argumentación de pensamiento crítico, en ruptura con el historicismo materialista, pero a la vez, como una indagación del intercambio de signos a lo largo de un decurso. No es un recetario para caracterizar y dividir en compartimientos los distintos momentos de producción cultural, sino que es una red de preguntas sobre la acción de las ideas para transformar la materia y dotarla de instrumentalidad.

En su aspecto más radical, propone una lectura simbólica de los objetos como si nos preguntara: ¿es posible denunciar a las cosas como máscaras de una idea? Y si es posible, ¿para qué sirvieron y para qué sirven estas máscaras? Lo que nos permite preguntarnos si no es pura discursividad lo que vemos, si no se trata de un texto cuyos núcleos —las metáforas— pueden acceder a la materialidad y configurarse en mesas, sillas, ventanas o edificios.



FÉLIX BELTRÁN. Es profesor titular de la Universidad Autónoma Metropolitana, México, y coordinador del Archivo de Diseño Gráfico Internacional de esa institución. Ha escrito múltiples trabajos de investigación en diseño.

LA DEFINICIÓN PRECISA

DISEÑO: PRÁCTICA Y FUNCIÓN ESPECÍFICA

Un libro que fue influyente para mí, y que todavía lo es, se titula *Olvide todas las reglas que le hayan enseñado sobre diseño gráfico. Incluso las de este libro*. En él Bob Gill aborda sus principales conceptos acerca de la adecuada práctica del diseño gráfico de acuerdo con su función específica. Cuando era alumno de Bob Gill en la School of Visual Arts de Nueva York, veinte años antes de que se publicara el libro, tenía conocimientos de esos conceptos, pero menos definidos. Esta escuela era un centro que contaba con docentes relevantes como Milton Glaser, Ivan Chermayeff, George Tscherny, Tony Palladino, George Lois y Henry Wolf; todos fueron los representantes de un diseño gráfico donde las ideas eran un medio para una rápida comunicación de conceptos.

Esta experiencia fue decisiva para mí. En un aspecto pude cuestionar ciertas reglas establecidas en el diseño gráfico tradicional, en otro, considerar que la estética en diseño gráfico debía proceder de la función, es decir, de cómo eran los componentes de esa comunicación. En este sentido, el libro de Bob Gill se convirtió en una consulta permanente para los alumnos de esta carrera.

Antes de asistir a sus clases, para mí ya eran evidentes su posición y sus conceptos a través de varios de los trabajos editados en las principales publicaciones de la época. En especial un anuncio que realizó para la televisión, donde el objetivo era recrear a una secretaria tonta para una comedia que se titulaba *Private Secretary*. En este comercial él reflejaba a través de la tipografía, de manera precisa, la esencia de esa comedia; el título estaba escrito en una tipografía característica de las máquinas de escribir de la época, con algunas erratas para evidenciar las deficiencias que tiene una secretaria tonta. Debajo, tres puntos y luego el crédito del canal también con erratas, pero nunca las suficientes, como para dificultarle la lectura al público.

Hace algunos años, en Nueva York, en una entrevista que le realicé a Bob Gill, nuevamente el diseñador enfatizaba la importancia que tiene una definición precisa, tanto de los problemas como de su estratificación. Esto no resulta frecuente en la práctica del diseño gráfico.

El planteo de Gill, analizar aquello que se espera del diseño gráfico, concretamente es enfrentar

los problemas. Replantearlos es cuestionar los recursos y los objetivos. En la actualidad, atraer la atención del público resulta la principal de las aspiraciones de la comunicación y el libro de Bob Gill resulta indispensable para al menos intentar detener ciertas tendencias efectistas que no dosifican los objetivos, para las cuales lo principal es captar la atención a través de una creatividad desenfrenada.

La crítica del diseño gráfico es apremiante. Desde una posición más analítica, se pueden enfrentar sus desviaciones y la función de la tipografía no sería preocupante, sino una manera de preservar las ideas y hacerlas accesibles al público a través de la lectura.

Actualmente no cuento con el libro de Bob Gill, porque lo perdió uno de mis alumnos. Sin embargo, no me afecta porque sus conceptos permanecen nítidos en mí: los considero definitivos para el diseño gráfico.



UNSPECIAL EFFECTS FOR GRAPHIC DESIGNERS. Bob Gill. Graphis, agosto, 2001.

Bob Gill. En la actualidad vive en Nueva York y se desempeña como diseñador, ilustrador y profesor. Después de trabajar de manera independiente en los Estados Unidos, en 1960 se estableció durante quince años en Londres, donde fundó junto a Fletcher y Forbes el estudio de diseño F/F/F, que ahora se conoce como Pentagram Design. En 1975 regresó a los Estados Unidos para escribir y desarrollar el musical multimediale *Beatlemania*. El libro *Unspecial Effects for Graphic Designers* es la versión actualizada de *Olvide todas las reglas que le hayan enseñado sobre diseño gráfico*, escrito por Bob Gill y publicado originalmente en 1975. Humorístico y profundo, el libro de Gill desarrolla la metodología de su trabajo a través de textos cortos y descriptivos. Estos ensayos breves le otorgan al lector herramientas fundamentales para tomar decisiones de índole profesional. Según Gill, hay que «investigar un tema como si no supieras nada al respecto y no finalizar hasta que surja algo interesante o, mejor aun, algo original para decir». *Olvide todas las reglas que le hayan enseñado sobre diseño gráfico* fue publicado en castellano por la Editorial Gustavo Gili.

FEMENINO Y SINGULAR

ARCHIVO

El DISEÑO EN SU VERSIÓN DE GÉNERO
Griselda Flesler



1



3



AGN, DPTO. DOC. FOTOGRAFICOS



CIPORAH (CIPE) PINELES (1908-1991)

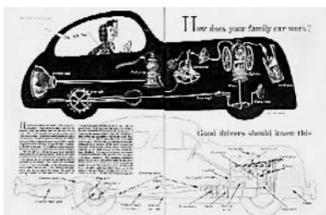
Nació en Viena en 1908. En 1922, después de una prolongada estadía en Polonia, emigró junto a su familia hacia los Estados Unidos.

Estudió en el Pratt Institute en Brooklyn, Nueva York. En los años treinta, comenzó a trabajar para el Dr. Agha, director de arte de las revistas *Vanity Fair* y *Vogue*. Influida por sus progresivas ideas en diseño editorial, finalmente se posicionó como directora de arte de *Glamour*. Aun trabajando específicamente para una revista de modas, Pineles diseñaba según los criterios editoriales empleados en periódicos destacados. A propósito de su larga trayectoria laboral en las publicaciones de Conde Nast, Pineles logró ser admitida como la primera mujer del Art Directors Club de Nueva York.

Durante la Segunda Guerra Mundial, Pineles trabajó en París con su marido William Golden, y una vez finalizada la guerra, se destacó como directora de arte de la innovadora revista *Seventeen*. Realizó en esta revista un trabajo significativo, ya que fue la primera directora de arte que contrató pintores reconocidos para ilustrar productos editoriales de consumo masivo; entre ellos figuran Andy Warhol, Ben Shahn, Ad Reinhardt y Richard Lidner. En 1950 fue nombrada directora de arte de *Charm*, una revista pensada para mujeres insertas en el mercado laboral. Luego dirigió *Mademoiselle*. Después de la muerte de su marido, Pineles trabajó como diseñadora y consultora independiente.

En 1975, fue la primera mujer elegida por el Art Directors Hall of Fame.

Cipe Pineles falleció en 1991, a los ochenta y tres años. En 1996, fue premiada *post mortem* con la medalla AIGA.



2

Cipe Pineles es una puerta de acceso para la revisión y argumentación histórica de las mujeres diseñadoras del siglo xx. Una tarea curiosamente poco desarrollada aún en estos días...

Pionera del diseño gráfico norteamericano, entre 1930 y 1960 Cipe Pineles fue directora de arte de revistas como *Glamour*, *Seventeen*, *Charm* y *Mademoiselle*. Colaboró en la creación de la identidad corporativa del Lincoln Center en los sesenta. Asimismo, enseñó durante veinticinco años a varias promociones de estudiantes en la Parsons School of Design, Estados Unidos. Su vida profesional se desarrolló en una época en la que pocas mujeres estaban involucradas en el campo del diseño. Se conformó así como un modelo para la siguiente generación de mujeres diseñadoras.

Desde una mirada histórica, sus contribuciones al diseño gráfico fueron fundamentales en una época en la que la disciplina se consolidaba. En los años de la primera posguerra, Estados Unidos fue el destino de muchos artistas e intelectuales provenientes de Europa. Allí se los recibió con un significativo interés por un mercado editorial que necesitaba sistematización y profesionalización.

En la década del treinta, Cipe Pineles empezó a trabajar con Mehemed Fehmy Agha, principal director de arte de las publicaciones de la editorial Conde Nast. Allí asimiló rápidamente los conceptos del gran diseñador turco-ruso, en los que consideraba fundamental pensar el diseño desde el contenido de las revistas y no como mera decoración. Agha fue un fuerte crítico de las revistas «rejuvenecidas» a partir de las nuevas teorías acerca de la tipografía moderna, en la cual conceptos como la «adecuación a la función» y el «equilibrio asimétrico» se aplicaban a «textos eduardianos y fotografías victorianas».¹ De alguna manera, lo que Agha impulsaba era modificar el estatuto del diseñador. Pineles se encargaría de demostrarlo: las diseñadoras también pensaban.

Podríamos afirmar que el diseño gráfico encontró en el período de entreguerras los cimientos teóricos que consolidarían la disciplina. Alemania, a través de los estudios tipográficos de Jan Tschichold, Herbert Bayer y Paul Renner, dispuso las tendencias de la nueva tipografía moderna. Las publicaciones norteamericanas no tardarían en adoptar la nueva visión. Revistas como *Vogue* y *Vanity Fair* fueron pioneras en introducir los nuevos lineamientos e innovaciones provenientes del viejo continente. El manejo tipográfico se racionalizaba y los fotógrafos reemplazaban una larga tradición de ilustradores. «Los títulos y el texto podían ubicarse en cualquier sector de la página. La fotografía se antepuso a los figurines ilustrados y fue reproducida a lo largo de toda la página.»²

En 1942, Pineles se hizo cargo de la dirección artística de *Glamour*. Como directora de arte, generó un espacio donde los colaboradores pudieran desarrollar sus ideas libremente.

Para Pineles, las revistas femeninas no eran un simple catálogo de *pin up girls*, sino un medio para mostrar el nuevo rol que la mujer había asumido. Debían ser un servicio para la mujer moderna. Su trabajo para *Seventeen* da cuenta de ello. Su intención fue la de generar una publicación genuina, dirigida a una franja adolescente cuya visión del mundo después de la Segunda Guerra Mundial comenzaba a cambiar vertiginosamente. Aquellas adolescentes «ingenuas» serían las jóvenes contestatarias de los años sesenta. A su vez, la diseñadora se valió de los mejores artistas contemporáneos: «Es mérito de Pineles la innovadora idea de utilizar artistas reconocidos para ilustrar publicaciones del mercado masivo. Esto es importante porque atrajo la atención de un público joven y además permitió a las bellas artes acceder al mundo comercial.»³

Sin embargo, fue a partir de 1950, con la dirección de *Charm*, cuando Pineles desarrollaría al máximo sus concepciones del diseño. *Charm*

era: «La revista para las mujeres trabajadoras». Si bien las publicidades impresas en la revista no pudieron alejarse del estereotipo de mujer artificiosa del *american way of life*, en el cuerpo principal de la publicación se logró algo distinto: «Tratamos de hacerlo en forma atractiva sin utilizar los clisés de falso *glamour*. Se podría decir que tratamos de comunicar lo atractivo de la realidad en oposición al brillo del país del nunca jamás [...]».⁴

En 1961, Pineles dio un giro en su carrera y decidió trabajar en forma independiente. A la vez se inició como docente de diseño, actividad que desarrollaría hasta mediados de los años ochenta. Su labor en la Parsons School of Design se orientó al curso de diseño editorial y al desarrollo de un programa de diseño promocional de la Escuela tanto en Nueva York como en Los Angeles. Pineles falleció a los ochenta y tres años en Nueva York, ciudad que la vio nacer como profesional del diseño.

Según Martha Scotford, Cipe Pineles es recordada, exclusivamente, en las notas al pie de la historia del diseño norteamericano, oculta detrás de las figuras de sus dos maridos, también diseñadores. A mediados del siglo xx, corrientes teóricas posestructuralistas le adjudicaron el mismo valor al texto principal que a las notas al pie. Quizá sea hora de ser consecuentes con esta idea.

NOTAS

¹ Véase Agha, M. F. «¿Qué hace que una revista sea moderna?», en Beirut, Michael, Helfand, Jessica y otros, *Fundamentos del diseño gráfico*, Ediciones Infinito, Buenos Aires, 2001, pp. 82-84.

² Scotford, Martha. «Cipe Pineles: Artist as Art Director», en: Steven Heller y Georgette Ballance, *Graphic Design History*, Allworth Press, Nueva York, 2001, p. 161.

³ Scotford, Martha. Op. cit., p. 162.

⁴ Scotford, Martha. Op. cit., p. 163.

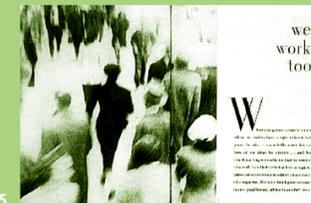


AGN, DPTO. DOC. FOTOGRAFICOS

Las mujeres comienzan a tener más participación en la vida pública. En la escena local, un grupo de simpatizantes femeninas colocan carteles del Partido Socialista; marzo de 1930. Una ciudadana cumple con su deber cívico en las elecciones del 11 de noviembre de 1951.



4



5



6



7

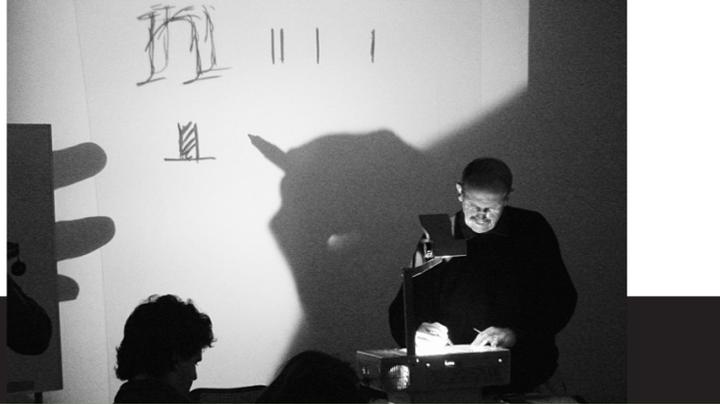


8

- 1 Tapas de *Seventeen*, década del cincuenta.
- 2 Y3 Doble página (1956) y tapas (1951 y 1954) de *Charm*.
- 4 A6 Dobles páginas de *Charm*, 1950 y 1956.
- 7 Y8 Doble página (1950) y tapa (1949) de *Seventeen*.

Las imágenes fueron extraídas de:

- Krey Jjenssen, Elisabeth. *Leading the way for women in design*, Departamento de Arte de la Universidad del Estado de Minnesota, <http://krypton.mnsu.edu/~jensse/cipepineles/intro.html>
- University of Minnesota Duluth, http://www.d.umn.edu/~jkmetz/GDH/04-17-01_4.html



El tipógrafo y docente André Gürtler.

INFORMA

CALIGRAFÍA EN SANTA FE

MARIANA OLIVA

Durante los días 5, 6 y 7 de septiembre, en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad Nacional del Litoral, profesionales, docentes y alumnos reflexionaron acerca de la importancia de la caligrafía para el diseño en comunicación visual, a partir de la presencia de Calígrafos de la Cruz del Sur.

Las Jornadas de Caligrafía en Santa Fe, organizadas en conjunto por la Cátedra Gorodischer de Taller II y la Secretaría de Investigación y Extensión de la FADU/UNI, se iniciaron con una conferencia abierta sobre la formación del calígrafo, a cargo de Betina Naab. El ritmo ameno, la claridad conceptual y la belleza de las imágenes expuestas fueron una prueba evidente de la calidad organizativa del evento.

El *workshop*, a cargo de la calígrafa

María Eugenia Roballos, estuvo dedicado al aprendizaje del estilo caligráfico Foundational y de los principios básicos para la construcción de caligrafías con pluma chata. Fue estimulante reencontrarse con herramientas ya olvidadas. Con entusiasmo, la mano perseguía la perfección del trazo en un intento obstinado por capturar la exquisita forma de cada carácter. Hubo también momentos de distensión, reservados para la experimentación con herramientas alternativas.

Además, tuvo lugar una exposición de Caligrafía Aplicada al Diseño de Identidad, integrada por cincuenta logotipos de Calígrafos de la Cruz del Sur. Las Jornadas concluyeron con el lanzamiento del concurso «Composición caligráfica», destinado a la creación de una trama caligráfica para ser aplicada en papeles exclusivos de la firma Paper Argentina®.



DIPLOMA EN TIPOGRAFÍA

EDUARDO CASTILLO Y LUIS ANTONIO ROJAS

«Cada vez que mis hijos me piden que les lea un cuento, no puedo evitar analizar la tipografía con la que está impreso. Cuando transito por la calle, sucede algo aun peor: me descubro atenta a cada cartel, a cada letra.» Este comentario corresponde a una alumna del curso de posgrado denominado «Diploma en Tipografía: diseño de fuentes digitales», llevado a cabo durante el año 2002 y cuya primera versión finalizó en noviembre, en la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

La cita expuesta anteriormente sirve para resumir con exactitud el principal objetivo propuesto por el Diploma: instalar en la conciencia y la mirada de los diseñadores chilenos un elemento esencial del diseño —durante mucho tiempo soslayado en nuestro país—, como es la tipografía.

El Diploma 2002 responde al esfuerzo de un grupo de profesionales que han querido profundizar en el estudio y el trabajo realizado con tipografía de una manera profesional y rigurosa, profunda y sistemática. Estas características no habían sido abordadas en Chile hasta la actualidad. Por ello, se formó el DET (Departamento de Estudios Tipográficos), un espacio que propone tres líneas de trabajo: la docencia, la investigación y el desarrollo. El Diploma corresponde al primero de los campos.

El Diploma contó con la participación de treinta y tres alumnos y tuvo una duración de seis meses, con dos sesiones semanales de tres horas cada una. La primera sesión abordaba las temáticas desde el punto de vista teórico (historia y escuelas en materia de diseño tipográfico, casos de estudio, etcétera).

La segunda constó de un trabajo práctico con el objetivo de que cada alumno diseñara una fuente de tipo display, como primera experiencia de profundización en el tema.

Esta primera versión del Diploma contó con el importante apoyo de los tipógrafos André Gürtler y Rubén Fontana. Gürtler participó en varias clases donde corrigió trabajos, desarrolló los proyectos de sus alumnos en Suiza y mediante una clara vocación docente contribuyó a afianzar el compromiso que requiere esta disciplina. Su presencia fue significativa, tanto para los profesores como para los alumnos.

Asimismo, Rubén Fontana cerró el ciclo participando de una clase donde analizó los proyectos desarrollados por los alumnos. Su mirada y sentido crítico fueron también un aporte y una motivación para continuar nuestro trabajo en la Universidad.

El balance general del proceso es positivo. Los alumnos expresaron que en este espacio nuevo a nivel local, la recepción de conocimientos forjó perspectivas relevantes. El grupo de profesores logró afianzarse en un equipo capaz de enfrentar proyectos complejos y, fundamentalmente, implementarlos en la práctica profesional. ¡Bien por la tipografía!

PARA MÁS INFORMACIÓN
fgalvez@puc.cl



SIGUIENDO A OTL

NOVAGRÁFICA

RESEÑA DE AFICHES REALIZADOS ENTRE 1946 Y 1960
Alejandro Ros



1949

El trabajo práctico y teórico de Otl Aicher representa un tipo de funcionalismo estructural ampliado y refinado y evidencia un acercamiento holístico y racional a la comunicación visual en cuanto a su importancia social.

Las referencias utilizadas para este artículo han sido extraídas del libro de Martin Krampen *Otl Aicher – 328 Plakate für die Ulmer Volkshochschule*, de la editorial Ernst & Sohn, Alemania, 2000. El libro recrea la manera en que Aicher demuestra una gramática original y práctica en la organización gráfica de los afiches. Su autor acompañó el desarrollo de Aicher desde que era su alumno hasta que se desempeñó como su compañero de trabajo.

Otl Aicher inscribe en su obra el interrogante acerca de un lenguaje que no sólo elimina la ilusión naturalista de lo real y el hedonismo perceptivo, sino que hace de la parodización de las convenciones representativas su modo de referirse a lo concreto. Estas alusiones constantes aseguran el dominio de su lenguaje, pero excluyen a aquel espectador que no transforme su percepción visual en una experiencia igualmente innovadora.

Al reducir las referencias semánticas de su comunicación, su contenido anecdótico y narrativo, y al acentuar el juego sintáctico con los colores y las formas, exige una disposición más cultivada para acceder al sentido de su producción.



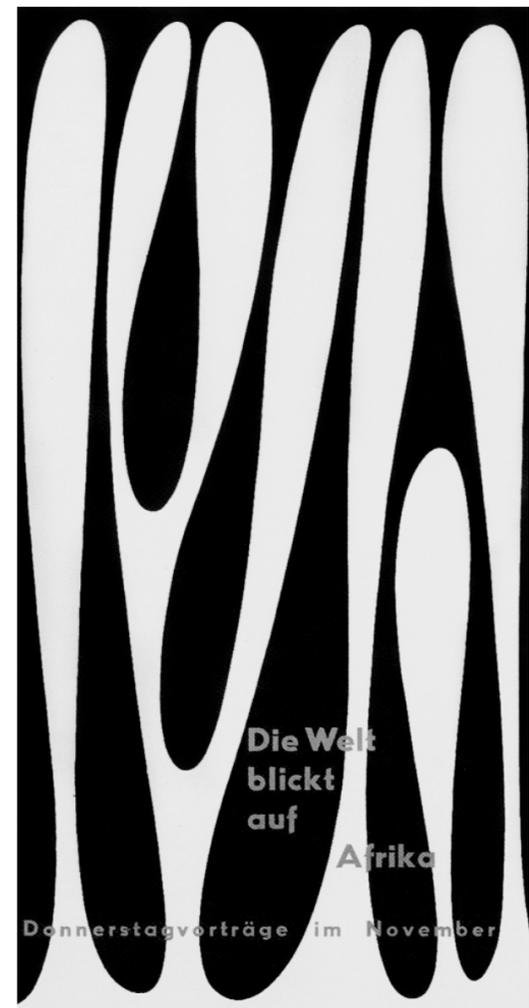
1953



1948

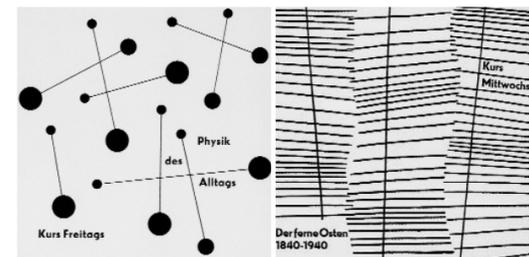
1960

1949



1951

El período entre 1946 y 1960 corresponde a la etapa inicial del diseñador, cuando comenzó sus estudios en la Academia de Artes Plásticas de Múnich, hasta los primeros años como co-rector de la hfg ulm (Hochschule für Gestaltung, Escuela Superior de Diseño de Ulm).



1951

1952

ARISTÓCRATAS DEL DISEÑO

DISCOGRÁFICA | MANIFESTACIÓN DEL GUSTO INGLÉS EN LOS SETENTA
Lucas López



Wish You WERE HERE. Fotografía tomada por Aubrey Powell y Peter Christopherson.

Latidos de corazón. Un helicóptero en vuelo rante. Una corrida acelerada. Una explosión y risas vengativas. El disco, uno de los más vendidos de la historia de la música, se tituló *The Dark Side of the Moon* (1973), del grupo Pink Floyd. El diseño de la portada, un prisma sobre fondo negro que refracta un arco iris de seis colores, fue la creación de un enigmático estudio de diseño inglés llamado Hipgnosis, estrellas del diseño discográfico en el firmamento de la década del setenta.

Fundado a principios de 1968 por el genial Storm Thorgerson y Aubrey Powell, ese mismo año Hipgnosis diseñó la primera de muchas portadas para Pink Floyd. El disco, *A Sourceful of Secrets* (EMI, 1968), exhibe una sólida expresión de la estética hippie inglesa. El tercer disco del grupo, titulado *Atom Heart Mother* (EMI, 1970), fue otra portada que reveló verdadera originalidad. A partir de la simple fotografía de una vaca pastando en el campo, Hipgnosis diseñó una poderosa imagen que sintetiza el paisajismo mágico de la época. La portada del recordado *Wish You Were Here* (EMI, 1975) es otro ejemplo cabal del compromiso que asumía el estudio de diseño con el grupo. Un hombre de riguroso saco y corbata le estrecha la mano a otro que, literalmente, se está quemando vivo. Lejos de la posibilidad de retoque digital, la acción requirió un doble de riesgo.

Esta portada, con el paso de los años, se convirtió en un verdadero prodigio de la metáfora visual. El sobre interno propone imágenes del mismo tenor metafórico.

En *Animals* (EMI, 1977), un inquietante cerdo inflable de 35 pies de largo surca el cielo londinense sobre el Támesis. Durante varios días el itinerario del animal fue fotografiado por once fotógrafos en distintas ciudades.

Hipgnosis trabajó para la santa trinidad del rock de los setenta, conformada por los grupos Pink Floyd, Led Zeppelin y Genesis. Otros grupos y solistas a las órdenes del estudio fueron 10cc, el ex Genesis Peter Gabriel, Black Sabbath, Paul McCartney, Styx y el ex Pink Floyd Syd Barrett. El diseño de Hipgnosis para el disco debut de este último, titulado *The Madcap Laughs* (EMI, 1970), es un conmovedor retrato de la creciente alienación del músico. La foto fue tomada en el sótano donde Syd se reclusó prácticamente de por vida.

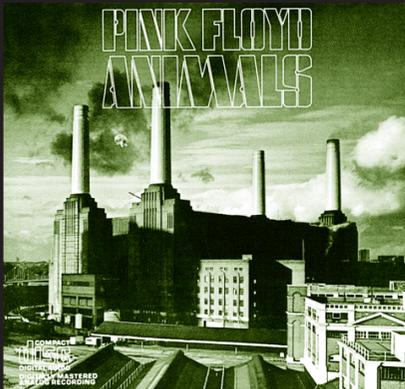
El trabajo del grupo se concentraba en todos los recursos propios del diseño: tipografía, ilustración, fotografía y tecnología de la impresión, trabajando al mismo tiempo con los mejores profesionales. El diseñador George Hardie aportó sofisticación tipográfica a muchas de las creaciones y también integró Hipgnosis. El desarrollo visual propuesto fue un antídoto necesario frente al culto de «espadas y hechiceros» de las bandas de rock progresivo. La popularidad de sus integrantes creció enormemente; su estilo de vida era propio de las estrellas del rock, eclipsando a

otro talento de la época: el ilustrador Roger Dean, famoso por sus creaciones místicas para el grupo Yes. Su estética de cuento de hadas se evidencia en los discos *Fragile*, *Close to the Edge* y *Yessongs*.

Para mantener el estándar y la excelencia técnica de sus diseños, Hipgnosis necesitaba costosos presupuestos, que siempre conseguía a partir de una notoria habilidad para negociar con las compañías discográficas y los managers. Powell comenta en su libro *Tapas de álbum clásicas de los 70* (1994): «Era una época gloriosa para ser indulgentes, musical, creativa y financieramente».

Storm Thorgerson y Aubrey Powell cerraron Hipgnosis en 1983. El legado visual del estudio fue una de las mejores contribuciones a la historia del diseño de portadas de discos. Powell se dedicó a la floreciente industria del video musical. Thorgerson continuó diseñando gran cantidad de álbumes y también videos para Pink Floyd, además de trabajar para muchos otros grupos. En 1982, escribió y diseñó los libros *Walk Away Rene* y *The Goodbye Look*, y junto a Roger Dean editó una serie de libros bajo el nombre de *Album Cover Art*. El sitio Web de Storm Thorgerson exhibe actualmente un contundente portfolio de trabajos que resume la obra de un diseñador esencial para entender una década gloriosa de la música.

PARA MÁS INFORMACIÓN VISITAR
www.stormthorgerson.co.uk



1. ANIMALS. El cerdo inflable fue una idea del cantante Roger Waters.
2. THE MADCAP LAUGHS. El piso fue pintado por el músico Syd Barrett especialmente para la fotografía.
3. ATOM HEART MOTHER. Según Thorgerson, «una foto sin mayores atributos técnicos pero con un resultado notable».

