



tipoGráfica | Revista de diseño
ABRIL, MAYO, 2006
BUENOS AIRES, ARGENTINA

ANIVERSARIO ROBERT BRINGHURST, CHRISTOPHER BURKE, MATTHEW CARTER, JORGE DE BUEN UNNA, CLAUDE DIETERICH, WOLFGANG HARTMANN, ROBIN KINROSS, GERRY LEONIDAS, MARTIN MAJOUR, JOSÉ MARTÍNEZ DE SOUSA, THOMAS MILO, JAMES MOSLEY, GERRIT NOORDZIJ, HRANT PAPAZIAN, FRED SMEIJERS, ERIK SPIEKERMANN, SUMNER STONE, ADAM TWARDUCH, GERARD UNGER, HERMANN ZAPP

Querida tipografía

TIPOGRAFÍA JAN MIDDENDORP

La emancipación de las sanserif. Nuevas estrategias de diseño tipográfico



ISSN 0328-7777



0 1

Esta revista está dedicada a la memoria de Martin Solomon (1932-2006).

DIRECTOR

Rubén Fontana
Representante de la Asociación Tipográfica Internacional (ATyPI) en la Argentina

CO-DIRECTORES

Pablo Fontana | Soledad Fontana | Zalma Jalluf

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Marta Almeida

DISEÑO GRÁFICO

Luis Luque

SUSCRIPCIONES

María del Carmen Varela

DISEÑO DE MAQUETA

Christoph Helletsberge

FOTOGRAFÍA

Nicolás de la Fuente

PÁGINA WEB

(b)igital»

CORRECCIÓN DE TEXTOS

Marta Castro

TRADUCCIONES

Peggy Jones | Martín Smoller (inglés)
Evelyn Gerson (alemán)

ASESOR ADMINISTRATIVO

Esteban Ramírez

COLABORADORES

Cristina Calderaro **ENTREVISTA**
Mónica Gruber **MEDIOS**
Lucas López **TIPOS**
Daniel Roldán **ANIVERSARIO**
Alejandro Ros **NOVAGRÁFICA**

COLABORAN EN ESTE NÚMERO

María Silvia Badoza **ARCHIVO**
Neville Brody **EXPOSICIÓN**
Ramiro Espinoza **INFORMA**
Natalia Fernández **INFORMA**
Soledad Fontana **EVENTO**
Víctor García **BIBLIOGRÁFICA**
Milton Glaser **EXPOSICIÓN**
Frida Larios **SEÑALÉTICA**
Virginia Pujol **INFORMA**
José Scaglione **TIPOGRAFÍA**
Laura Vázquez **BIBLIOGRÁFICA**

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de *tpG | tipoGráfica* 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 (*revista tpG | tipoGráfica*), el número del que ha sido tomado y el nombre del autor. Se ruega enviar tres ejemplares de la publicación del material citado.

La tipografía utilizada para la composición de esta revista es **Fontana no®**: regular, bold, itálica y versalita; y **Andralis no®**: regular, itálica y versalita.

La tapa de esta publicación se imprime sobre papel WITCEL METAL COLOR WHITE 250 g/m². Su interior, sobre COATED MATE 140 g/m² y ECONATURAL LIMESTONE 120 g/m², todos ellos de ARJOWIGGINS | WITCEL.

tpG | tipoGráfica
ES UNA PUBLICACIÓN PROPIEDAD DE Fontanadiseño SA
Viamonte 454, 6° piso 12
C1053ABJ Buenos Aires,
Argentina
TEL (54 11) 4311 1568
FAX (54 11) 4311 6797
E-MAIL info@tipografica.com
WEB www.tipografica.com

Impresión: AGI
Impreso en la Argentina
Registro de propiedad intelectual n° 399604
ISSN 0328-7777

COMITÉ ASESOR

FÉLIX BELTRÁN México DF (México)
GUI BONSIÉPE Colonia (Alemania), Florianópolis (Brasil)
NORBERTO CHAVES Barcelona (España)
RICARDO CICERGHIA Buenos Aires (Argentina)
MIGUEL DE LORENZI Córdoba (Argentina)
JORGE FRASCARA Edmonton (Canadá)
ANDRÉ GÜRTLER Basilea (Suiza)
STEVEN HELLER Nueva York (Estados Unidos)
VICTOR MARGOLIN Chicago (Estados Unidos)
ALEXA NOSAL Nueva York (Estados Unidos)
YVES ZIMMERMANN Barcelona (España)

CORRESPONSALES

FÉLIX BELTRÁN México DF (México)
PABLO COSGAYA Rosario (Argentina)
NORBERTO CHAVES Barcelona (España)
SILVIA FERNÁNDEZ Colonia (Alemania), Florianópolis (Brasil)
HUGO KOVADLOFF San Pablo (Brasil)
EDUARDO LÓPEZ Mendoza (Argentina)
VALENTINA MANGIONI La Plata (Argentina)
DIEGO VAINESMAN Nueva York (Estados Unidos)

SUSCRIPCIONES Y DISTRIBUCIÓN DE tpG EN TODO EL PAÍS

tpG | tipoGráfica Viamonte 454, 6° 12
C1053ABJ Buenos Aires, Argentina
TEL (54 11) 4311 1568
FAX (54 11) 4311 6797

DISTRIBUIDORES EN LA ARGENTINA

BAHÍA BLANCA
ESCUELA SUPERIOR DE ARTES VISUALES (0291) 452 4146
BUENOS AIRES

LIBRERÍA CONCENTRA (011) 4788 9568
LA PARAGRÁFICA (011) 4815 8156
LIBRERÍA TÉCNICA (011) 4314 6303
LIBRERÍA COMMTTOOLS (011) 15 5400 1857

CÓRDOBA

AMERINDIADOS (0351) 422 6817
AMERINDIALIBROS (0351) 422 4839

CORRIENTES

CEROTRES (03783) 435541

JUNÍN

ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN
VISUAL DEL NOROESTE BONAERENSE (02362) 43 3012
LIBRERÍA UNIVERSITARIA (02362) 43 3384

LA PLATA

CRISTIAN STAGNO (0221) 15 481 3349 | 480 2272
EL PASILLO LIBROS (0221) 15 465 1780

MENDOZA

LIBRERÍA TÉCNICA DE MENDOZA (0261) 429 0471 | 434 0307
GUSTAVO GARCÍA (0261) 4239416

NEUQUÉN

JAVIER CASTRO (0299) 443 0447

SAN LUIS

LA LIBRERÍA (0265) 742 7100

SANTA FE

ELIANA MÉRCURI (0342) 455 5160
INSTITUTO SUPERIOR COMUNICACIÓN VISUAL (0341) 425 2984

LUCA LIBROS (03492) 429 666

LIBRERÍA IMAGINEN TODO (0341) 4256895

PALABRAS ANDANTES (0342) 456 5272

TUCUMÁN

SOLEDAD BUMBACHER (0381) 434 5125 | 421 3102

DISTRIBUIDORES EN EL EXTERIOR DEL PAÍS

BRASIL

FAU EBSCO BRASIL (55) 21 224 0190

ESPAÑA

BINARIO LIBROS SL (34) 94 424 2391

ESTADOS UNIDOS

EBSCO INDUSTRIES, INC. (205) 991 1234

FRANCIA

ROWECOM FRANCE (33) 1 69 10 47 00

HOLANDA

SWETS BLACKWELL BV (31) 252 435111

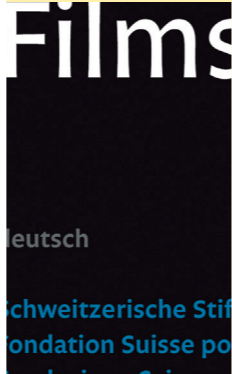
tpG | tipoGráfica n° 70

ABRIL, MAYO, 2006

08



32



CONTENIDOS

02 ENTREVISTA CRISTINA CALDERARO

Capacidades flexibles

03 EVENTO SOLEDAD FONTANA

Bienal Letras Latinas 2006

04 SEÑALÉTICA FRIDA LARIOS

Narrativa indígena

06 TIPOGRAFÍA JOSÉ SCAGLIONE

Fuentes inteligentes

08 ANIVERSARIO ROBERT BRINGHURST, CHRISTOPHER BURKE, MATTHEW

CARTER, JORGE DE BUEN UNNA, CLAUDE DIETERICH, WOLFGANG HARTMANN, ROBIN KINROSS, GERRY LEONIDAS, MARTIN MAJLOOR, JOSÉ MARTÍNEZ DE SOUSA, THOMAS MILO, JAMES MOSLEY, GERRIT NOORDZIJ, HRANT PAPAZIAN, FRED SMEIJERS, ERIK SPIEKERMANN, SUMNER STONE, ADAM TWARDUCH, GERARD UNGER, HERMANN ZAPF

Querida tipografía

En el vigésimo aniversario de *tipoGráfica*, veinte destacadas personalidades del ámbito de la tipografía responden sobre diversos temas, que van desde la historia de la letra hasta los nuevos parámetros para pensarla hoy.

32 TIPOGRAFÍA JAN MIDDENDORP

La emancipación de las sanserif. Nuevas estrategias de diseño tipográfico

Un nuevo paradigma de sanserif, aquellas que vieron su esplendor en los tempranos años del siglo xx, parece avanzar sobre el transitado universo de las letras sin serifas. Los parámetros de esta nueva generación se sustentan en la legibilidad de las mejores tipografías con serifas.

AGENDA

NOVAGRÁFICA ALEJANDRO ROS

Sensatez y sentimientos

41 EXPOSICIÓN MILTON GLASER, NEVILLE BRODY

Felipe Taborda: 100 carteles

42 BIBLIOGRÁFICA LAURA VÁZQUEZ

De la vanguardia a la historia en directo

43 VÍCTOR GARCÍA

Coherencia del pensar y el hacer

44 ARCHIVO MARÍA SILVIA BADOZA

La mujer obrera ingresa a las artes gráficas

46 INFORMA NATALIA FERNÁNDEZ

Mujeres en t-convoca

47 RAMIRO ESPINOZA

Conferencia Robothon & Premio Gerrit Noordzij

VIRGINIA PUJOL

Obituario Martin Solomon: ¿Qué grantypo!

48 TIPOS LUCAS LÓPEZ

El futuro presente

EDITORIAL

Que lo parió

ZALMA JALLUF

Nuevo ciclo que comienza: el 2006 marca el inicio del año 20 en el correlato, ininterrumpido, de la edición de tipoGráfica. Veinte años que se agigantan, desmesurados, al ser vistos en el espejo de los setenta números que se completarán al final de este nuevo ciclo, que ya comenzó.

Sin embargo, muchos años son una vara escasa para medir el esfuerzo enorme de un proyecto abismalmente íntimo, tan individual que, más allá de colectivas solidaridades, siempre fue difícil de ser compartido. Y muchos números son también muy pocos para contar la magnitud de una tarea que, aunque en equipo, se aglutina alrededor de una y muy obstinada vocación de difundir, enseñar y transcribir, desde la tipografía, el oficio del diseño. Con la sola posibilidad de ser fiel al pensamiento de un modo propio, y la urgencia de aquello que batalla por existir en el universo cotidiano de lo prescindible, lo efímero, lo necesario, lo novedoso y, por supuesto, lo exitista, sin tener ninguna condición para ello. Sin mayores respaldos que las complicidades dialogadas número a número con nuestros lectores, seguidores y corresponsales, testigos de cada paso impreso, en este virtual evento.

Veinte años son propicios, entonces, a festejos y reflexiones, cuanto mejor asociados. La segunda Bienal Letras Latinas, organizada por tipoGráfica como celebración a la tipografía de Latinoamérica, acrecienta participaciones, actividades, escenarios de exposición, diseñadores y tipógrafos que van permitiendo reformular viejas tendencias. La tarea está siendo hecha. Y el resultado sólo puede redundar en beneficios; de la intuición a la profesionalización, las letras están transmitiéndole su noble oficio de herramienta estructural al diseño de la comunicación. Y esta tarea de alfabetizar el diseño cundió en la reformulación de programas de estudios, en la comprensión de la necesidad de este saber para profundizar la calidad de la formación del diseñador. Los motores ya en marcha diversificarán por caminos propios y ajenos, en letras nuevas, mucho más allá de veinte años y setenta números.

El motivo de tapa corresponde a una interpretación gráfica tomada de un diseño original de la Cultura Santa María registrado en el libro de Alejandro Fidone El diseño indígena argentino, La Marca Editora, Buenos Aires, 2001.

Capacidades flexibles

CRISTINA CALDERARO

Producir voluntariamente aquello que parece involuntario no es sólo una cuestión de musas. La metodología empleada, los factores ambientales y sociales son los verdaderos motivos que potencian y favorecen la aparición de nuevas ideas.

La imagen del pensador introspectivo que crea en soledad refleja la actitud contraria a la del ser creativo, un sujeto que está alerta y que intercambia sus ideas con los otros. A continuación, el psicólogo y consultor en temas de creatividad e innovación Eduardo Krestol repasa algunos aspectos de la capacidad creativa y confirma que ser flexible y estar abierto a nuevas experiencias resulta en un caudal ilimitado de ideas innovadoras.

¿SE NACE CREATIVO?

Para ser más exacto, se nace con diferentes capacidades, algunas más desarrolladas que otras; esto depende de cada individuo. Por eso se habla de inteligencias múltiples y, por ende, de creativities múltiples. De todos modos, a lo innato hay que sumarle lo adquirido, que no es poco. La creatividad puede potenciarse con la educación, la correcta utilización de técnicas de creatividad, un ambiente de trabajo adecuado y, por supuesto, una cuota de pasión sobre el tema que se va a desarrollar.

Es importante aclarar que la creatividad trasciende las profesiones. Los pintores o músicos son tan creativos como un ingeniero civil, o menos; por eso, no se trata de una capacidad exclusiva sino que es extensiva a las distintas áreas de un equipo de trabajo.

¿CUÁL ES LA DIFERENCIA ENTRE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN?

En una empresa la creatividad tiene que reflejarse en resultados, en beneficios concretos, en acciones. Los miembros de una empresa creativa no sólo deben desarrollar la exploración, la imaginación y la flexibilidad de su pensamiento (creatividad), sino también llevar sus ideas a la práctica: la innovación es la praxis de la creatividad. Sin innovación, la creatividad en la empresa carece de sentido, pues se convierte en un simple juego imaginativo, que no redunde en beneficios concretos para la empresa: desarrollar nuevos productos y servicios u optimizar procesos.

Creatividad e innovación son dos caras de una misma moneda.

LA INCERTIDUMBRE ¿FORMA PARTE DEL PROCESO CREATIVO?

En los procesos creativos no existen las garantías de éxito. Sólo a posteriori se puede corroborar si los nuevos caminos fueron los correctos. La creatividad se asocia con la exploración y con cierta cuota de riesgo e incertidumbre. Siempre que se generen nuevas ideas hay riesgos. Mucha gente prefiere transitar los caminos conocidos por temor al ridículo. Trabaja más con automatismos que con una actitud arriesgada.

Sigmund Freud decía que no se puede hacer una tortilla sin romper los huevos; con esto se refería a que una construcción superior requiere la resignación y la pérdida de la completud, ya que se alteran los componentes; tengo que «romper» la certeza, las garantías y la tranquilidad que me brinda el hacer las cosas siempre de la misma manera. La educación valora la repetición y coarta la espontaneidad y la posibilidad de explorar formas diferentes de hacer las cosas sin caer en los mecanismos tradicionales. No existe un modo único de hacer las cosas; cuando uno crea, hay un espacio de ambigüedad que debe ser transitado.

Lamentablemente, la educación formal que hemos recibido desde pequeños alienta a la memorización, la repetición y la lógica, y son muy escasos los espacios existentes para el desarrollo del potencial creativo. Se suma a ello que en el ambiente laboral no siempre se crean las condiciones necesarias para que las personas se expresen con total libertad. Es allí donde surge el miedo al ridículo y al fracaso, y se termina por plantear ideas ya conocidas.

LA PARTE EMOCIONAL ¿ES UN CONDICIONANTE?

Es indudable que los factores emocionales afectan el rendimiento creativo cotidiano. Hay días buenos y días malos. De todos modos, las empresas no pueden esperar esos días en los cuales aparecen mágicamente las buenas ideas. Necesitan generar mecanismos para que las ideas surjan en el aquí y ahora.

Hoy por hoy, el rendimiento profesional se sustenta en el trabajo en equipo, pero esto da origen a nuevos obstáculos, en especial, en cuanto a cómo construir vínculos, sumar ideas, desarrollar mecanismos para trabajar con los demás. El trabajo creativo se basa en la construcción colectiva de alternativas creativas a partir de

la buena disposición de los integrantes de un equipo en un clima de buen humor.

¿EXISTEN RECETAS?

Es importante saber que la flexibilidad de pensamiento se logra incorporando distintas habilidades que enriquecen nuestro quehacer. Como individuos, podemos pensar creativamente incorporando vivencias o experiencias que permitan tener una perspectiva más amplia acerca de un problema. Cuanto mayor flexibilidad tenga el sujeto en sus esquemas de pensamiento, más permeable estará a las nuevas ideas.

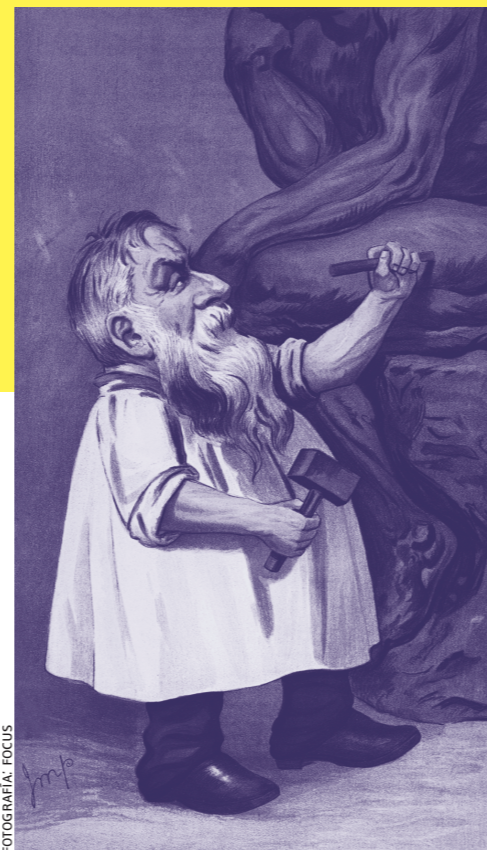
Si bien cada uno debe definir su propio proceso creativo, se pueden establecer dos grandes etapas. La primera tiene que ver con la exploración y la imaginación; la segunda se relaciona con el análisis, la evaluación y la selección de las ideas. La primera es la etapa de la divergencia: el momento de la apertura, de la generación de alternativas creativas. La segunda, el momento de la convergencia, del análisis y la evaluación, donde se buscan los resultados. La creatividad suele bloquearse cuando se mezclan ambos momentos y se evalúan las ideas mientras se intenta buscar alternativas, o cuando surgen nuevas ideas en la etapa de evaluación.

La divergencia requiere asumir la ambigüedad y la incertidumbre para poder elaborar más de una alternativa, y tener una dosis de humildad intelectual para cuestionar supuestos y abrir otras formas de pensamiento. En ocasiones, quedarse con las fórmulas conocidas y correctas impide comprender que «lo bueno» obstaculiza «lo mejor».

¿SE PUEDE CONTRIBUIR AL PROCESO CREATIVO?

Con un ambiente de trabajo distendido y un estilo de liderazgo que potencie la producción del equipo se puede mejorar el proceso creativo. Por otra parte, las técnicas de creatividad son excelentes aliados para la producción creativa de los equipos. Aunque parezca una paradoja, en realidad la creatividad se potencia con estructuras. Hay estructuras limitantes como las vías de un tren, pero hay estructuras liberadoras, como una escalera que nos permite llegar a lugares que nunca podríamos alcanzar con la sola voluntad. Las técnicas son estructuras que facilitan y potencian nuestro pensamiento creativo.

Algunas de las técnicas son: los mapas mentales, las analogías, la técnica de inversión y el análisis morfológico, entre



La caricatura de Julius Mendes Price tomada de Vanity Fair, de 1904, muestra a August Rodin trabajando en El Pensador.

otras. Cabe aclarar que requieren un estilo de liderazgo que permita el cuestionamiento de los paradigmas existentes y que inste a los miembros del equipo a asumir un rol proactivo, implicándolos, con su iniciativa personal, en los objetivos de la empresa.

Ser un líder creativo no depende tanto de cuántas ideas se generen sino de cuán atento se esté a crear los espacios de participación para que tanto el personal de la empresa como el cliente puedan aportar soluciones innovadoras. Como se ve, la creatividad no sólo es talento; tiene que ver más con la «transpiración» que con la «inspiración».

¿ESTÁ TODO INVENTADO?

No, mientras los procesos individuales o colectivos sigan sistematizándose en pos de la generación de nuevas ideas que se expresen en productos y servicios. La creatividad tiene que ver con el fluir del agua que se adapta a nuevos recorridos, con visiones complementarias, que implican a todos en un proceso de mejoras en las que pueden ser protagonistas y cambiar las condiciones de trabajo.

Estamos inmersos en paradigmas culturales que operan como patrones inductores de la manera en que debemos percibir y hacer las cosas. La vida misma plantea un contexto de ambigüedad, y nunca sabemos con qué nos vamos a encontrar. Si bien la cultura en ocasiones opera obstaculizando la creación de nuevas perspectivas, también es cierto que se puede desarrollar una contracultura o una micro cultura que proponga esquemas renovados, que soporten la incertidumbre con el objeto de hallar nuevas alternativas.

CRONOGRAMA DE LA REGIÓN

A continuación se detallan las fechas y lugares de exposición de Letras Latinas en las demás ciudades que integran la Biental.

BOGOTÁ, COLOMBIA

Del 7 al 21 de julio de 2006
Biblioteca Pública Virgilio Barco
Av. Costanera 48 N° 61-50
CONTACTO cepuertas@hotmail.com

CARACAS, VENEZUELA

Del 14 de mayo al 14 de julio de 2006
Museo de la Estampa y del Diseño Carlos Cruz-Diez
Avenida Bolívar, Caracas
CONTACTO jcdarias51@iddar.com

LIMA, PERÚ

Del 27 de abril al 12 de mayo de 2006
Sala de exposiciones del Instituto Toulousse-Lautrec
CONTACTO gabriela@ideas-frescas.com

MONTEVIDEO, URUGUAY

Del 10 al 31 de mayo de 2006
Hall de exposiciones de la Facultad de Arquitectura
Boulevard Artigas 1031
CONTACTO taller@adinet.com.uy

SANTIAGO DE CHILE, CHILE

Del 8 al 16 de mayo de 2006
Escuela de Diseño Universidad Diego Portales
Av. Eusebio Steveaux, 823
CONTACTO Manuel@mafig.cl

SAN PABLO, BRASIL

Del 15 de mayo al 10 de junio
Centro Universitario SENAC
Av. Eng. Eusebio Steveaux, 823
CONTACTO ceciliaconsolo@uol.com.br

PUERTO DE VERACRUZ, MÉXICO

Del 4 al 26 de mayo
World Trade Center Veracruz
Boulevard Adolfo Ruiz Cortines N° 3497
Col. Ylang Ylang
Boca del Río, Veracruz
COORDINADOR pacocalles67@hotmail.com

Biental Letras Latinas 2006

SOLEDAD FONTANA

Quedan unas pocas semanas para que seamos partícipes, una vez más, de la fiesta de la tipografía latinoamericana: la Biental Letras Latinas. Las distintas sedes ultiman los detalles de esta exposición que albergará 70 trabajos seleccionados de un total de más de 450 fuentes participantes.

JURADO DE SELECCIÓN. Los 70 trabajos que se expondrán en mayo fueron seleccionados el 3 y el 4 de abril en la ciudad de San Pablo. El jurado estuvo integrado por un representante de cada sede: Camilo Umaña Caro (Bogotá); Rubén Fontana (Buenos Aires); Juan Carlos Darías (Caracas); Candelaria Moreno (Lima); Vicente Lamónaca (Montevideo); Rodrigo Ramírez (Santiago); Prescila Farías (San Pablo) y Francisco Calles (Veracruz). Un noveno jurado, Luciano Cardinali, de San Pablo, fue el encargado de emitir su voto cuando los ocho titulares no pudieron arribar a un resultado común. A diferencia de la Biental anterior, ninguno de los integrantes del jurado presentó proyectos de su autoría para conformar la exposición.

SEDE BUENOS AIRES. En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la exposición se desarrollará del 11 al 28 de mayo en las salas 5 y 6 del Centro Cultural Recoleta, ubicado en Junio 1953. Éste permanecerá abierto de martes a domingos de 14 a 21 h. La muestra estará integrada por las 70 fuentes seleccionadas impresas en tamaño A1. Los trabajos restantes que fueron recibidos se exhibirán en formato digital en varios monitores dispuestos a lo largo de la sala de exposiciones.

Como es habitual en la Biental Letras Latinas, una serie de actividades paralelas se desarrollarán en la sala contigua (5), durante las tres semanas que dure la exposición. Talleres de caligrafía para niños y adultos, visitas guiadas y siete charlas, algunas en formato de mesa redonda y otras en carácter de disertación, intentarán trasladar la discusión tipográfica hacia otros campos de estudio. En este contexto, la primera mesa estará encabezada

por Jorge Frascara y tendrá como eje el diseño de información en su aplicación a prospectos médicos. También en el área de la salud, la diseñadora gráfica Guillermina Noël, junto a profesionales de la fonología y la neurología, presentará su experiencia práctica sobre el uso de los signos tipográficos para la comunicación de pacientes con afasia.

En el campo de la educación, la profesora Elena Doba, junto a otros invitados, tratará de establecer relaciones entre el área de la formación inicial (niños de jardín de infantes) y la tipografía. De esta manera, la pedagoga reforzará la idea de establecer un esquema de investigación basado en las propiedades de la letra que contribuya a potenciar y estimular la lectoescritura infantil.

Las últimas charlas tratarán temáticas específicas. En este contexto, los diseñadores de tipografías Darío Muhafara, Aldo de Losa y Eduardo Tunni plantearán distintas experiencias sobre cómo abordar el diseño tipográfico. Finalmente, distintos personajes de la cultura, el escritor y periodista Esteban Peicovich, el poeta Darío Canton y la diseñadora Zalma Jalluf, entre otros, se darán cita en la presentación de *Andralis*, el nuevo libro de Ediciones tpG, merecido homenaje a uno de los personajes clave en la historia de la cultura y la tipografía en la Argentina.

Todas las actividades serán libres y gratuitas. El programa completo, junto con los horarios de los talleres, estará disponible en el stand de



tipoGráfica en la sala 6 del Centro Cultural Recoleta.

TIPOGRÁFICA 20 AÑOS. Durante el mes en el que transcurre la Biental Letras Latinas en Buenos Aires, la revista *tipoGráfica* festejará el vigésimo aniversario de su primera edición en 1987. En estos 20 años la revista se ha mantenido fiel a uno de sus principios básicos: la difusión continua de distintos proyectos, estudios e investigaciones relacionados con el campo de la tipografía. Por tal motivo, este año se inaugurarán los premios *tipoGráfica* al mejor diseño tipográfico. La Biental servirá como marco para el otorgamiento del premio a un tipógrafo correspondiente a cada una de las categorías que la integran.

Los premios serán entregados en San Pablo, para que los organizadores de cada sede puedan regresar a su país de origen y entregarlos al ganador correspondiente. En caso de que haya ganadores argentinos, éstos recibirán las distinciones el jueves 11 de mayo a las 19 h. De este modo, la revista espera homenajear a todos los que en estos 20 años fortalecieron el desarrollo de la disciplina en la región.

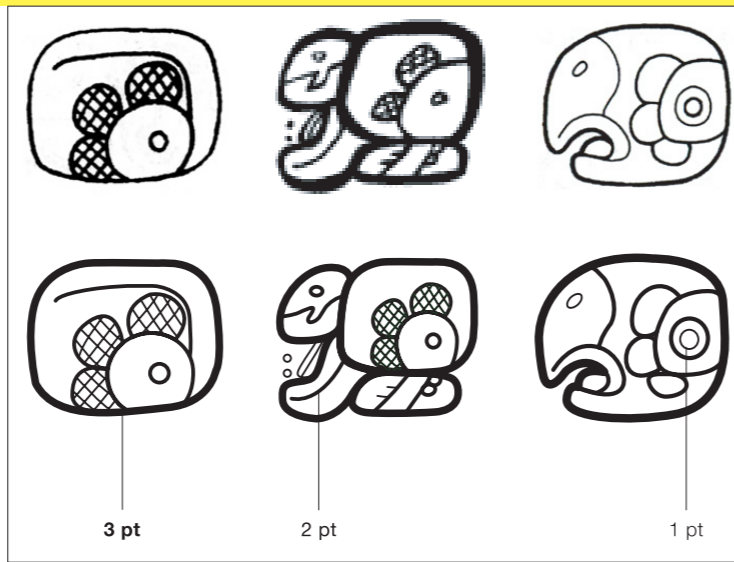
LA BIENTAL EN EL MUNDO. Como manifestación de las repercusiones que la Biental tiene internacionalmente, el diseño tipográfico latinoamericano traspasará sus límites geográficos y desde el 23 de junio hasta el 22 de julio la Biental Letras Latinas podrá verse en la ciudad de Edmonton, Canadá. La exhibición formará parte de los actos de bienvenida al nuevo director del Departamento de Arte y Diseño de la Universidad de Alberta y del evento anual *The Works!*, una serie de exposiciones itinerantes que se suceden de manera simultánea en Edmonton. Más adelante, en el mes de agosto y tal como ha sucedido en las dos versiones anteriores de Letras Latinas, la Biental formará parte de TypeCon, la reunión anual que organiza la sociedad de aficionados a la tipografía (SOTA), que este año tendrá lugar en la ciudad de Boston desde el 9 hasta el 13 de ese mes.

Narrativa indígena

FRIDA LARIOS

Los mayas vivieron en la región mesoamericana comprendida entre México, Honduras, Belice, Guatemala y El Salvador desde el año 2500 a.C. En su cultura, precursora del mundo civilizado, los artistas desempeñaban un papel esencial en el desarrollo de la sociedad. Administraban gran parte del conocimiento de disciplinas como la astronomía, la meteorología, la historia, la matemática, la política y la religión. Su sistema de escritura aún se encuentra en proceso de desciframiento; aunque existieron intentos de interpretación desde que los españoles conquistaron la región, se consideró una labor prácticamente imposible. Lamentablemente, la mayor parte de los códices se quemó, aunque no fue posible destruir el testimonio tallado en piedra. Esta escritura corresponde a una de las lenguas muertas más preciosas e inteligentes, y es el tema del proyecto tipográfico denominado Nuevos Glifos Mayas.

La escritura maya es logosilábica, es decir que un símbolo puede ser compuesto por sílabas y logogramas al mismo tiempo, y es tan compleja como las escrituras egipcia y china. Las oraciones se componen en columnas pares y el patrón de lectura es de izquierda a derecha, de arriba abajo (Coe, 2001, p. 17). El hecho de que el lenguaje escrito fuera logográfico lleva a pensar que era un lenguaje elitista disponible so-



lamente para las clases privilegiadas, que preservaba el valor cultural de sus significados y aseguraba su supervivencia a través del uso selecto (Coe, 1997, p. 54).

El lenguaje maya se creó en forma práctica, y sólo permitía una limitada aplicación de temas. Estos temas específicos sirvieron para iniciar el proyecto de los Nuevos Glifos Mayas a partir de la creación de una clasificación básica, presentada en un primer libro, que divide el vocabulario jeroglífico maya en ocho categorías (figura 1): A) Dioses, B) Rituales, C) Guerra, D) Artistas, E) Humanos, F) Animales, G) Calendario, H) Números.

Un segundo libro contenía el diseño de un código cromático que

representa las ocho categorías. El código de color secundario representa la combinación de letras/colores, que muestra cómo algunos de los glifos tienen dos o más significados interrelacionados en más de una categoría (figura 2).

El vocabulario presentado en el libro del código de color no representa la totalidad de los jeroglíficos descifrados hasta ahora, sino sólo un ejemplo de cómo funciona el sistema. El código de color, único en su especie, puede ayudar a cualquiera que quiera comprender mejor el lenguaje escrito maya y servir como guía de educación para niños.

Actualmente los libros de texto presentan los glifos como si fueran escaneos de ilustraciones dibujadas *in situ* de acuerdo con las variaciones de los materiales (piedra, barro, cerámica o papel) donde fueron plasmados. Para lograr mayor legibilidad fue preciso vectorizar los glifos en computadora (utilizando Adobe Illustrator) (figura 3).

La tercera parte del proyecto abordó un problema de comunicación visual: ¿cómo comunicar fácilmente los significados de los glifos para que pueda entenderlos una audiencia no especializada? (figura 4).

Para arribar a esta respuesta, la aplicación más lógica era crear materiales gráficos que mejoraran la experiencia de los visitantes, residentes y turistas, y hasta personas iletradas y niños, en los sitios arqueológicos de la región. Se selec-



cionó el sitio arqueológico Joya de Cerén, en El Salvador (mi país de origen), patrimonio de la humanidad de la UNESCO, y luego se desarrolló una narrativa simbólica que explicaba los contenidos del lugar utilizando las conclusiones de la investigación. Éstas sirvieron para diseñar nuevos símbolos que preservan el contenido original, el sistema logográfico y el estilo maya, y presentan un lenguaje contemporáneo de mayor receptividad para los lectores (figura 5). Por último, los Nuevos Glifos Mayas fueron grabados en una tarima de madera que servía para caminar por los alrededores del lugar (figura 6).

Un tercer libro explica cómo cada uno de los Nuevos Glifos se compone a partir de los originales mayas, y sirve como libro guía para el visitante. La narrativa plasmada en la superficie de la tarima fue dividida en cinco secciones y relata la historia del lugar y de su descubrimiento, después de estar oculto por



las cenizas volcánicas desde el año 500 d.C.

Cada uno de los veintidós Nuevos Glifos se traducen al español y al inglés en un cuarto libro impreso en madera, que funciona como diccionario.

El camino de madera se integra con un sistema de navegación y de pictogramas de orientación que fueron diseñados sobre la base de los Nuevos Glifos. La tipografía complementaria es Herdecke Sans Regular, diseñada por Manfred Klein; su optimización en el diseño permitió adaptarse al estilo maya y al idioma español hablado en la región. Además cuenta con una versión bold que tiene caracteres orgánicos de rasgos peculiares que reflejan las formas naturales distintivas de los glifos. La madera de teca es el único material utilizado para la estructuración de la tarima y de las señales de orientación, que armonizan con el paisaje y evidencian un uso adecuado de los recursos locales (figuras 7 y 8).

La arquitectura y sus contenidos se demuestran a través de un mapa detallado donde se explican el recorrido y la navegación, que actúa con las estructuras arqueológicas del lugar (figura 9).

El sitio Joya de Cerén refleja el estilo de vida de sus residentes, inclusive su forma de comer, sembrar y dormir, muy diferente de la cultura de los templos religiosos que usualmente se encuentran en la región. Lamentablemente, la escritura maya no fue democrática; por ello, en la actualidad los Nuevos Glifos Mayas se convierten en un medio ideal para introducir a una audiencia general a la cultura de ciudadanos comunes (no de una elite) que vivieron 500 años después de Cristo.

La resistencia frente a la influencia dominante de la cultura norteamericana en Centroamérica fue uno de los motivos de esta investigación. El resurgimiento del lenguaje nativo es un camino viable para el desarrollo de símbolos culturales que inspiren a las generaciones venideras y permitan nuevas lecturas de las piedras sagradas.



1



2

1. Página del libro que contiene parte de las categorizaciones.
2. Código cromático (detalle Dioses).
3. Glifos vectorizados.
4. Lámina con instrucciones para la lectura (detalle).
5. Sistema de glifos completo.
6. Superficie de tránsito.
- 7 y 8. Símbolos, tipografía y sistemas de orientación.
9. Mapa del sitio (detalle).

FRIDA LARIOS Es salvadoreña, y actualmente reside en Londres. Su trabajo, Nuevos Glifos Mayas, ha sido distinguido en el Sign Design Award 2005 (categoría estudiante). Asimismo, es Master en Diseño de Comunicación del Central Saint Martins College de Arte y Diseño de la Universidad de Artes, Londres. Para más información, véase www.Ideas-Frescas.com/



4



7



8



9

REFERENCIAS

- Calvin, Inga E. *Maya Hieroglyphics Study Guide*, 2004.
- Coe, Michael D. y Kerr, Justin. *The Art of the Maya Scribes*, British Library Cataloguing - in Publication Data, 1997.
- Coe, Michael D. y van Stone, Mark. *Reading the Maya Glyphs*, British Library Cataloguing - in Publication Data, 2001.
- *Enciclopedia de El Salvador*. Editorial Océano, Barcelona.
- Garzarza, J. (ed.). *Desciframiento de escrituras mesoamericanas: códices, pinturas, estatuas, cerámicas*, Osney Mead, Oxford, Inglaterra, 1989.
- *Las identidades de El Salvador*. Compilación 2002. Anuario de Investigaciones 2, Separata de Investigación 2. Centro de Investigaciones en Ciencias y Humanidades, Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador.
- *Maya Hieroglyphic Writing*. *Maya Writing*, FAMSI (Foundation for Advancement of Mesoamerican Studies, Inc.), www.famsi.org/mayawriting/index.html, visitado el 22 de enero de 2004.
- Montgomery, John. *Dictionary of Maya Hieroglyphs*, Hippocrene Books, Inc., Nueva York, 2002.
- Montgomery, John. *Dictionary of Maya Hieroglyphs*. *Maya Writing*, FAMSI (Foundation for Advancement of Mesoamerican Studies, Inc.), <http://www.famsi.org/mayawriting/dictionary/montgomery/index.html>
- Montgomery, John. *How to Read the Maya Hieroglyphs*, Hippocrene Books, Inc., Nueva York, 1951.
- Schele, Linda. *Maya Glyphs: The Verbs*, University of Texas Press, 1982.
- Sheets, Payson D., et al. *Household Archaeology at Cerén*, Cambridge University Press, El Salvador, 1990.

Fuentes inteligentes

JOSÉ SCAGLIONE



Ligadura «lam-alef» Forma aislada de «alef» Forma aislada de «lam»

Las ligaduras en muchos alfabetos, como el árabe, se han desarrollado a lo largo de los siglos y son obligatorias.



Letra sigma del alfabeto griego, en su forma normal y su forma final.



Orden fonético Orden escrito

En este ejemplo, tomado del devanagari, la vocal es ingresada por teclado en su orden fonético pero debe ser reordenada según su forma escrita.

Desde el comienzo de la era de la tipografía digital, el proceso de diseño y uso de fuentes ha sufrido numerosos cambios, impulsados principalmente por los vertiginosos avances tecnológicos en el campo de la computación, tanto en hardware como en software. En los últimos años, estos cambios responden en gran parte al rol de las fuentes dentro del marco del desarrollo de software multi-lenguaje. Las grandes compañías de software comenzaron a cambiar de un esquema en el cual se producían múltiples versiones localizadas de un producto, a un esquema de producto único con soporte para varios idiomas. Este cambio comenzó en el núcleo de las computadoras personales: el sistema operativo. Tanto Apple como Microsoft dieron a sus sistemas operativos este nuevo enfoque, que permitía que la misma caja de un producto pudiera venderse en casi cualquier rincón del planeta. Las ventajas económicas de este modelo son indiscutibles.

En lo que respecta a la industria del desarrollo de fuentes, los sistemas operativos multi-lenguaje implicaban nuevas posibilidades... y también complicaciones. Eran necesarios nuevos formatos tipográficos que permitieran una integración correcta y sencilla de varios sistemas de escritura que difieren mucho de los estándares de aquellos basados en el alfabeto latino. Y también era necesario que estos lenguajes coexistieran en un mismo texto.

Los tres formatos tipográficos emergentes, AAT (Apple Advanced Typography), Graphite y OpenType, fueron desarrollados en gran medida para dar respuesta a estas problemáticas. Las llamadas «fuentes inteligentes» brindan nuevas e interesantes posibilidades a quienes desarrollan tipografías y a los diseñadores gráficos.

LA TORRE DE BABEL. Hay ciertas limitaciones que son inherentes a la tecnología digital. Las computadoras, pese a ser extraordinarias herramientas de diseño, son incapaces de comprender qué es una letra A. Sólo comprenden el código binario,

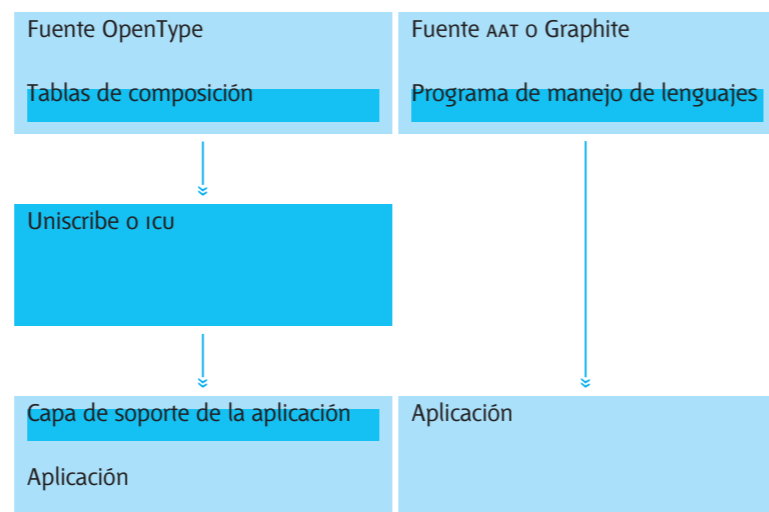
ceros y unos. En consecuencia, hace falta una serie de códigos asignados a los caracteres, de modo que la computadora pueda procesar los impulsos eléctricos que vienen del teclado.

Los primeros sistemas de codificación para fuentes (*encoding*) eran sistemas de 8 bits que permitían un máximo de 256 números o códigos, y, por lo tanto, ese mismo número de caracteres en una fuente. Las limitaciones y debilidades del modelo de 8 bits se hicieron evidentes en muy poco tiempo, sobre todo porque hay muchos sistemas de escritura que requieren más de 256 caracteres y porque una sola fuente puede incluir diversos alfabetos (cirílico, latino, hebreo, etc.). Otro importante problema era que muchos de estos sistemas de codificación no eran completamente compatibles entre sí. En otras palabras, podían utilizar el mismo código para diferentes caracteres o diferentes códigos para el mismo carácter. Esto hacía que la integridad de la información pudiera ser afectada al trasladarla de una computadora a otra.

Unicode nació principalmente para dar solución al problema de la multiplicidad y limitación de los sistemas de codificación de caracteres. Su objetivo es estandarizar un solo sistema de codificación que asigne un identificador único a cada carácter utilizado en el mundo. Los nuevos sistemas operativos, como Windows XP o Mac OS X, utilizan

Unicode para dar soporte multi-lenguaje a los desarrolladores de aplicaciones.

TRES DESEOS. La lista de objetivos para el desarrollo de nuevos formatos tipográficos es más compleja que extensa. Primero, que los formatos sean multiplataforma, es decir que puedan funcionar en diversos sistemas operativos (los tres principales son Windows, Mac OS y Linux/Unix). Segundo, que sean compatibles con Unicode para facilitar la producción y el funcionamiento de software multi-lenguaje. Y por último, que provean soporte para sistemas de escritura complejos y refinamientos tipográficos.



Unicode para dar soporte multi-lenguaje a los desarrolladores de aplicaciones.

SUSTITUCIONES Y LIGADURAS CONTEXTUALES. Cuando un glifo o conjunto de glifos tiene una forma alternativa de acuerdo con el lugar de la palabra en que se encuentre.

REORDENAMIENTO DE CARACTERES. Sobre todo en sistemas de escritura índicos, algunos glifos son trasladados al principio o al final de una sílaba, mientras que se ingresan por teclado en su orden natural fonético.

POSICIONAMIENTO. En algunas ortografías los glifos pueden ser re-posicionados de acuerdo con su contexto, como por ejemplo, algunos

idiomas de Asia en los que las marcas diacríticas van envolviendo otros caracteres.

BIDIRECCIONALIDAD. La utilización de distintos sistemas de escritura con direcciones diferentes en el mismo bloque de texto y los sistemas de escritura que son bidireccionales en sí mismos, como el árabe, donde el flujo de lectura es de derecha a izquierda pero los números se escriben de izquierda a derecha.

REFINAMIENTOS TIPOGRÁFICOS. Las mismas funcionalidades que permiten el soporte de sistemas de escritura complejos facilitan la implementación de algunos refinamientos en cuanto a composición de texto (figura 3).

DOS CONCEPTOS, TRES FORMATOS. Los nuevos formatos tipográficos son extensiones de TrueType, que está basado en un sistema de tablas que pueden ser agregadas al programa para proveer más información y funcionalidad. Los tres son compatibles con Unicode y dan solución al problema de los sistemas de escritura complejos, pero al analizarlos con más detenimiento, se hacen evidentes los matices que hay entre ellos.

AAT y Graphite se diferencian de OpenType en el manejo de la información asociada con los lenguajes. Los dos primeros formatos fueron concebidos para contener, dentro del programa de la fuente, toda la funcionalidad para manejo de ortografías. Históricamente, esto fue una función de las aplicaciones y no de las fuentes. Sus desarrolladores, Apple y SIL, respectivamente, integraron dentro de sus tecnologías sendos lenguajes de programación, con los cuales los diseñadores de una fuente pueden programar las particularidades y reglas de los idiomas que ésta soporta. Esto otorga a AAT y Graphite enorme versatilidad, porque no sólo pueden crearse fuentes para cualquier sistema de escritura existente, sino que también se podrán solucionar problemas de ortografía que todavía no han sido resueltos.

La gran falla del sistema planteado por SIL y Apple es que transfirió toda la responsabilidad por la programación del núcleo de lenguajes, de los programadores de software a los diseñadores de fuentes, quienes están indudablemente menos capacitados para esta tarea. Sin embargo, es probable que esto no represente un obstáculo para estas organizaciones, ya que hasta el momento no parecen tener por objetivo la masificación de sus formatos tipográficos. El desarrollo de Apple está motivado por la necesidad de un soporte multi-lenguaje para su propio sistema operativo, y SIL, por su lado, está impulsada por organizaciones religiosas y no por objetivos comerciales; de hecho, la mayoría de sus fuentes y escritos están disponibles gratuitamente en Internet.

La idea que está detrás de OpenType, concebido en forma conjunta por Microsoft y Adobe, es distribuir la carga del soporte de lenguaje en tres capas: la fuente, el sistema operativo y la aplicación (figura 2). El concepto es simple: el sistema operativo contiene un módulo llamado Uniscribe que ya tiene la información de manejo de los lenguajes más comunes, y la fuente sólo posee la información correspondiente a las sustituciones y cambios de posición de caracteres. Por ejemplo, si Uniscribe, juntamente con la aplicación Word, encuentra una letra sigma al final de una palabra, le asigna a este carácter una etiqueta. La fuente contiene la información necesaria para ordenar la sustitución del carácter por la forma alternativa de sigma que corresponde al final de una palabra.

El concepto de OpenType tiene mucho más sentido, por dos razones. En primer lugar, la tarea de programación involucrada tanto para aplicaciones como para fuentes es relativamente pequeña. Y en segundo lugar, existe un cierto estándar respecto de las funcionalidades posibles para diversos sistemas de escritura. La desventaja evidente es la falta de flexibilidad del modelo; al estar vinculado con



Formas alternas



Variantes de figuras



Ligaduras optativas



Puntuación sensible al contexto

Las fuentes OpenType permiten realizar con mínimo esfuerzo una serie de refinamientos tipográficos. Estas fuentes pueden contener formas alternas para diversos caracteres, ligaduras recomendadas y optativas, numerales proporcionales, tabulares, de caja baja y alta y puntuación sensible al contexto, entre otras funcionalidades.

Uniscribe, sólo se pueden implementar funcionalidades que ya existan en este último.

Una materia pendiente para las nuevas tecnologías es la compatibilidad multi-plataforma. Graphite no es compatible con Mac OS y AAT no es compatible con Windows. OpenType es compatible con Windows y con Linux, pero la compatibilidad con Mac OS se limita a las aplicaciones de Adobe de última generación. El sistema operativo de Apple no posee un módulo que emule a Uniscribe y, si bien es capaz de interpretar los caracteres y las tablas básicas de OpenType, no puede acceder a las tablas de posicionamiento y sustitución, que hacen a este formato una verdadera fuente inteligente.

Dadas las características de estos tres nuevos formatos, es claro que OpenType está destinado a convertirse en un nuevo estándar a medida que nuevas aplicaciones sean compatibles y utilicen las capacidades de este formato. Adobe CS2 y Quark 7 ya poseen acceso a las funciones especiales de OpenType.

REFERENCIAS

- Adobe Systems Inc. OpenType specifications. En: <http://partners.adobe.com/jasntech/type/opentype/tablist.jsp>
- Apple Computer, Inc. Apple Advanced Typography Fonts. En: <http://developer.apple.com/fonts/TTRefMan/1RM06/Chap6AA1Intro.html>
- Correl, Sharon. Graphite, an extensible rendering. En: http://scripts.sil.org/cms/scripts/render_download.php?site_id=nrsi&format=file&media_id=Graphite_uc17_paper_pdf&filename=Graphite_uc17_paper_pdf.pdf
- Hallissy, Bob. Rendering Technologies Overview. En: http://scripts.sil.org/cms/scripts/page.php?site_id=nrsi&item_id=iws-Chapter07&highlight=
- Hudson, John. «Unicode, from text to type.» En: *Language Culture Type*, Nueva York, ATypl y Graphis, Inc., 2002, p. 30.
- IBM, International components for Unicode. En: <http://oss.software.ibm.com/icu>
- Jenkins, John H. «The Unicode character glyph model: Case studies.» En: *Sixteenth International Unicode Conference*, 2000.
- Movitz, Arleigh. AAT Font Quality specification. En: <http://developer.apple.com/fonts/TTQualSpec/0504/0504.html>
- Unicode, Inc. The Unicode standard version 4.0. Edición on-line, <http://www.unicode.org/versions/Unicode4.0.0>

Querida tipografía



¿Qué otra revista podría tratar tan íntimamente a la tipografía? En su cumpleaños número veinte, veinte preguntas a veinte destacadas personalidades sirven para sondear el estado actual de la letra, así como para arriesgar vaticinios acerca del devenir de los signos.

En Buenos Aires, en mayo de 1987, se publicó el primer ejemplar de *tipoGráfica*, la primera publicación argentina dedicada al diseño, la comunicación y la tipografía.

En 2006 la revista ingresa en la vigésima temporada editorial, y como ha ocurrido en cada aniversario, desde la celebración de sus primeros nueve números (1990), sus siete años (1994), la conmemoración de su década (1997) y el encuentro internacional «Tipografía para la vida real» con que agasajamos 15 años y 50 números (2001), la revista ha de celebrarse con un nuevo evento especial: la segunda edición de la Bial Letras Latinas.

El que presentamos es un simple homenaje de *tipoGráfica* a «la tipografía». Veinte preguntas elaboradas especialmente para este número aniversario interpelan a destacadas personalidades relacionadas con la cultura de la letra para que nos acerquen sus opiniones sobre problemáticas tan universales como puntuales acerca de la naturaleza tipográfica.

Robert Bringhurst, Christopher Burke, Matthew Carter, Jorge de Buen Unna, Claude Dieterich, Wolfgang Hartmann, Robin Kinross, Gerry Leonidas, Martin Majoor, José Martínez de Sousa, Thomas Milo, James Mosley, Gerrit Noordzij, Hrant Papazian, Fred Smeijers, Erik Spiekermann, Sumner Stone, Adam Twardoch, Gerard Unger y Hermann Zapf comparten generosamente sus conceptos con nuestros lectores, sumándose a las cálidas saluciones de los miembros de nuestro comité asesor y coresponsales.

Estos argumentos abren perspectivas y plantean inquietudes que sólo permiten reforzar una certeza común: la tipografía es una entidad en sutil evolución pero en constante refinamiento.

El último texto escrito por Martin Solomon para *tipoGráfica* nos llega en este mismo contexto y se vuelve una oportunidad única para agradecerle, de alguna manera y en la inmensidad de un abrazo para siempre, al gran maestro que nos acompañó desde los primeros números.

Sirvan estas palabras como homenaje a su memoria.

QUERIDA *tipoGráfica*, POR RUBÉN FONTANA. Estos 20 años, originalmente impensados, nos encuentran cumpliendo en plenitud aquello que idealizamos en tu alumbramiento.

En estos 20 años fuimos fieles a nuestros objetivos primeros: afianzar la educación divulgando información en el idioma de nuestra región; impulsar los conocimientos desarrollados en Latinoamérica; participar activamente mediante acciones concretas en su difusión por medio de exposiciones, conferencias, ediciones específicas y, básicamente, dar nacimiento e impulso a la Bial Letras Latinas, que en esta segunda versión vuelve a llenarnos de asombro.

Desde tus páginas nos hablan los más encumbrados especialistas del mundo. Con su opinión fuimos construyendo un cuerpo de información hasta hace unos años impensado. Fuiste el vehículo que nos acercó textos, imágenes y teorías; el pensamiento imprescindible para nuestro crecimiento.

Qué más podríamos pedirte, perseverante universidad *tipoGráfica*, si a la luz de tus opiniones, tus debates, tus artículos, fuimos reuniéndonos para aprender. Hay en tus páginas el reflejo del estado de la cultura tipográfica, el diseño y las comunicaciones, y quiero reconocerte públicamente, decirte en nombre de todos, que te estamos agradecidos.

1987

TIPOGRÁFICA N.º 1, JULIO DE 1987

1. «La carrera de Diseño Gráfico en la USA», Guillermo González Ruiz
2. «Reportaje a Claude Garamond», Rubén Fontana
3. «Cuando el *packaging* es el producto», Eduardo Cánovas
4. «Las nuevas tecnologías de la imagen: esa vieja idea», Nelly Schnaith
5. «El sentido de ser del diseño», Silvia Fernández
6. «Diseño y moda», Norberto Chaves
7. «La dieta llegó a la familia tipográfica», Martín Mazzei
8. «Retórica y comunicación visual», Cecilia Iuvano
9. «Una visión de Cassandre. Reportaje a Juan Andralis», María Teresa Bruno
10. «Diseño y país», Hugo Kogan

TIPOGRÁFICA N.º 2, SEPTIEMBRE DE 1987

1. «La carrera de Diseño en La Plata», Silvia Fernández
 2. «La pasión de los símbolos gráficos. Reportaje a Lance Wyman», Diego Vainesman y Adrián Levin
 3. «Las amadas causas perdidas», Ronald Shakespear
 4. «La gráfica salvaje», Rubén Fontana
 5. «La señal de Dios en la posmodernidad», Eduardo López
 6. «El discurso visual y sus medios de expresión», Cecilia Iuvano y Beatriz Podestá
 7. «Procesos de diseño», Ricardo Blanco
- Especial *tipográfica* Amsterdam: Design 87, Ico-građa. Entrevista a Willy de Meij, Norberto Chaves y Oriol Pibernat, Jorge Frascara y Niko Speibrnk

TIPOGRÁFICA N.º 3, DICIEMBRE DE 1987

1. «La carrera de Diseño en Cuyo», Cecilia Iuvano
 2. «La gráfica del Di Tella (1960-1970)», testimonios de: Guido Di Tella, Enrique Oteiza, Jorge Romero Brest, Juan Carlos Distéfano, Rubén Fontana y Juan Andralis
 3. «La agonía de ir y venir», Mario Mariño
 4. «Diseño: un idioma común». De la conferencia de Folon y Glaser en la Bau
 5. «El poder de la puntuación», Martín Solomon
 6. «Diseño y reflexión teórica», Norberto Chaves
 7. «Ariadna y el hilo mágico», Silvia Fernández
- Especial *tipográfica* San Pablo, Hugo Kovadloff

1988

TIPOGRÁFICA N.º 4, MAYO DE 1988

1. «La miscelánea tipográfica como soporte de la imagen», Martín Solomon
2. «Imagen, rock & Soda», Tite Barbuza
3. «La buena letra», Rubén Fontana
4. «El renacimiento de la caligrafía. Entrevista a Hermann Zapf», Félix Beltrán
5. «David Suter. Ampliando la palabra», Adrián Levin
6. «Los códigos de la percepción, del saber y de la representación en una cultura visual», Nelly Schnaith
7. «Aprender la imagen», Facundo de Zuviria
8. «Type 1987», Diego Vainesman
9. «El Madrid de la movida. Modelo de convicción», Silvia Fernández
10. «Ulm, la moral del objeto», Ricardo Blanco

TIPOGRÁFICA N.º 5, AGOSTO DE 1988

1. «La gráfica en juego», Daniel Higo
2. «Extrañas parejas tipográficas», Martín Solomon
3. «Diseño y computación. Entrevista a Claudio Pri-lick», Oriol Pibernat
4. «Ordenador y forma visual de las ideas», Oriol Pibernat
5. «Haciendo memoria. Entrevista a Leslie Segal», Diego Vainesman
6. «Un ejercicio de 20 años», Rubén Fontana
7. «Ese oscuro objeto del diseño», Eduardo López
8. «Proyecto de graduación», Patricia Calderón
9. «Mirar y dejarse mirar», Humberto Rivas
10. «John Bell y la tipografía moderna en Inglaterra», Bengt Oldenburg

TIPOGRÁFICA N.º 6, NOVIEMBRE DE 1988

1. «Creatividad, ritmo, metamorfosis y misterio», Eduardo Cánovas
 2. «Anomalías tipográficas», Martín Solomon
 3. «Flecha Veloz», Ronald Shakespear, Jorge Frascara, Silvia Fernández y Tite Barbuza
 4. «El diseño de la tipografía Videtur, una nueva imagen para textos en televisión», Axel Bertram
 5. «A pesar de todo, todo avanza», Osvaldo P. Amelio-Ortiz
 6. «La enseñanza del diseño industrial», Reinaldo Leiro
- Especial *tipográfica* San Francisco, Primo Angeli, Kit Hinrichs, Michael Mabry y Michael Vanderbyl



01 ROBERT BRINGHURST CANADÁ

Es poeta, lingüista, tipógrafo e historiador del arte y la cultura. En sus estudios multilingües, se ha preocupado por la literatura oral indígena norteamericana. Es autor de *The Elements of Typographic Style*.

¿QUÉ PAPEL DESEMPEÑAN LA CULTURA TIPOGRÁFICA Y EL PENSAMIENTO TIPOGRÁFICO EN EL DESARROLLO DEL DISEÑO?

LA MENTE TIPOGRÁFICA. Hace mucho tiempo, cuando era estudiante de arquitectura, uno de los libros que más valoré fue *Architecture without Architects* (La arquitectura sin arquitectos), de Bernard Rudofsky, publicado en 1964. Rudofsky (que falleció en 1998 a la edad de 93 años) fue arquitecto e ingeniero. Estudió en Viena, trabajó durante algún tiempo en San Pablo y después de la Segunda Guerra Mundial se estableció en Nueva York. Consideraba que el diseño, tanto consciente como inconscientemente, era el término metro de la cultura, y lo entusiasmaba descubrirla tanto en la vestimenta, el calzado, las herramientas, los cercos, las carreteras, las redes de pesca y la forma de los campos de los agricultores como en imponentes obras arquitectónicas. Descubrió que muchos de los mejores diseños del mundo fueron creados por personas que no son diseñadores, en tanto que algunos de los peores diseños eran creados por personas bien pagas y supuestamente muy capacitadas.

Architecture without Architects elogia el diseño excelente y la ingeniería no profesional de las granjas y los depósitos japoneses, los pueblos de pescadores griegos, los pueblos de montaña españoles e italianos, los graneros de los dogon, las fortalezas en el desierto marroquí, una mina de sal polaca del siglo *XI* y muchas otras estructuras, todas construidas con herramientas sencillas, materiales y conocimientos locales transmitidos de una generación a otra mediante la lengua hablada y el ejemplo, pero nunca mediante el lenguaje escrito.

¿Por qué los complejos habitacionales estadounidenses, construidos por profesionales que cuentan con enormes recursos, son tanto más feos que los pueblos en los acantilados de los dogon, las aldeas de ladrillos de barro en las montañas de Yemen o las casas subterráneas en Henan?, se preguntó Rudofsky. Otra de sus preguntas favoritas era: «¿Cómo esperas tener una gran arquitectura si te vistes con ropa tan fea?»

¿Existe la tipografía sin tipógrafos? Sí, pero pertenece casi totalmente al pasado, al igual que lo mejor de la arquitectura popular. Pertenece a la época anterior a la imprenta y al término y concepto de *tipografía*. Pertenece a la época de los prototipógrafos, los escribas.

Cuando el único modo de capturar el lenguaje era escribir a mano, nadie aprendía a leer letras sin aprender además a escribirlas, y casi nadie dominaba el arte de la lectura sin dominar también el arte de la escritura. Algunas personas, claro, lo hacían mejor que otras. Pero todos los que utilizaban libros y documentos aprendían a participar activamente, no sólo en forma pasiva. Si una persona sabía leer, también sabía diseñar y producir un manuscrito aceptable. Estos prototipógrafos sentaron las bases del oficio. Contaban con todas las habilidades intelectuales, visuales y no mecánicas de un tipógrafo, aunque no se les hubiese ocurrido denominarse así.

Después del invento de la imprenta, leer se convirtió en una actividad cada vez más pasiva. Y lo es más aun como resultado del uso generalizado de las computadoras. Ahora muchas personas no pueden escribir letras si no es por medio del teclado. Para ellos, escribir literalmente ya no es una actividad humana. ¿Cómo esperas cocinar y comer buena comida si escribes con letras prefabricadas? ¿Cómo esperas escuchar buena música si vives a base de una dieta compuesta de Helvetica de mala calidad y una Times New Roman aun peor?

El uso de las computadoras ha generado interés en la tipografía en personas que antes

no sabían nada de ella. Pero ¿adónde puede encaminarse este interés, si falta la experiencia básica de escribir letras a mano? De modo que la tipografía se ha convertido para muchos en un espectáculo, como el básquetbol y el hockey, la música, la literatura e incluso la arquitectura, y para unos pocos, en una profesión ejercida por celebridades. Sin embargo, para algunos sigue siendo un oficio honesto, como la música y la literatura.

Cuando los caracteres, el largo de las líneas, el tamaño de las páginas, los márgenes y hasta el color y la textura del papel y la tinta vienen prefabricados, estandarizados y esterilizados, como el pan barato elaborado con máquinas, entonces el espíritu de la tipografía se esconde o se marcha indignado. Cuando eso ocurre, manipular texto se convierte en un subdepartamento del diseño gráfico, incoloro, tedioso y complicado.

¿Pueden los diseñadores gráficos actuar como los guardianes de la tipografía? No, a menos que también sean tipógrafos, y rara vez lo son.

Si en un diseño sólo participan fotografías y dibujos, o formas, colores y motivos no tipográficos, entonces el diseñador no necesita poseer visión o habilidad tipográfica. Ni siquiera necesita saber que existe el lenguaje escrito. Pero si hay texto, aun si hay una sola letra, entonces se evoca al lenguaje humano en forma visual y el diseñador debe responder, sea caligráfica o tipográficamente. Esto significa que él, o algún miembro del equipo de diseño, debe poseer una mente tipográfica.

Una mente tipográfica está tan alerta a lo invisible como a lo visible. Es una mente que tiene por lo menos cuatro patas: en el ámbito de lo visible, de lo manual, del lenguaje y de lo abstracto.

Un tipógrafo no es una especie de diseñador. Es una especie de escriba. Uno que ha aprendido pacientemente a trabajar en forma indirecta, y que ha reemplazado la pluma y el pincel por una red de máquinas. Aunque pareciera que la mayoría del tiempo trabaja

en una modalidad visual, el principal deber del tipógrafo no es hacia lo gráfico, sino hacia el lenguaje y hacia esa cualidad de la palabra que me gusta llamar poesía, que hace vivir al lenguaje.

En términos sencillos, lo que impulsa al tipógrafo es la existencia de algo para *decir*. O, si se prefiere, de algo que *habla*.

El lenguaje se habla antes de escribirlo. Se lo escribe para que sea leído, y se lo lee sólo para que el oído de la mente lo escuche nuevamente, donde se saborea y digiere. El diseño gráfico está relacionado con cosas que sólo existen en forma visual. La tipografía tiene que ver con cosas visibles sólo de manera incidental.

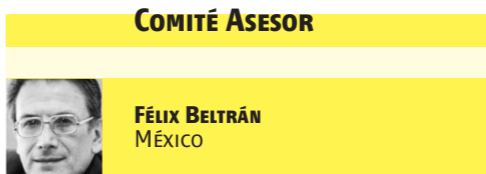


02 CHRISTOPHER BURKE GRAN BRETAÑA

Es tipógrafo, diseñador de fuentes (*FF Celeste, Celeste Sans y Parable*) y escritor, autor de Paul Renner, maestro tipógrafo (*Campgráfico*).

¿CUÁLES SON HOY LOS ENCUENTROS Y DESENCUENTROS ENTRE LOS DISEÑADORES TIPÓGRAFOS Y LOS USUARIOS DE TIPOGRAFÍA?

El vigésimo aniversario de *tipoGráfica* coincide casi exactamente con el de la autoedición. La tipografía probablemente sufrió más cambios con la revolución electrónica que en cualquier otro momento desde su invención. Ha incrementado de modo significativo el acceso a la tecnología que interviene en todas las etapas previas a la impresión propiamente dicha. En la actualidad, los diseñadores también pueden ser compositores y técnicos de imagen, lo que exige una reevaluación de la educación en la esfera del diseño gráfico. Tal vez ahora existan proporcionalmente más tipografías de mala calidad que antes de la época digital, pero esto se debe en parte a que la tecnología digital hace que la tipografía sea más elástica y, por lo tanto, se amplía el margen para su maltrato.



COMITÉ ASESOR

FÉLIX BELTRÁN MÉXICO

Es profesor titular de la Universidad Autónoma Metropolitana (México) y miembro de honor de la Academia Mexicana de Diseño y del Type Directors Club. La International University Foundation (Delaware) le otorgó el título de doctor Honoris Causa.

Es evidente que la escritura, en relación con la tipografía, está entre los inventos más trascendentes de la historia. En su transcurrir, en sus diversas etapas y en la evolución de sus medios, la tipografía se incrementó principalmente a partir del invento de Johannes Gutenberg, así como de los medios electrónicos. A principios del siglo *xx*, el campo de la tipografía logró un amplio desarrollo con las influencias de ciertas posiciones teóricas y de movimientos como el futurismo, el dadaísmo y el constructivismo, que propiciaron una de las etapas de ruptura más radicales.

La historia de la tipografía, que en sus inicios sirvió para preservar las ideas a nivel social, se incrementa en las circunstancias del siglo *xx* especialmente a partir de otras preocupaciones, para dar cuenta de funciones tales como facilitar la lectura y evocar los contenidos. En estas circunstancias, para la tipografía fueron definitivas varias de las publicaciones más relevantes del siglo *xx*: las inglesas *The Fleuron* y *Typographic*, la norteamericana *Visible Language*, y en los últimos años, por qué no, la argentina *tipoGráfica*.

La contribución de *tipoGráfica* no tiene paralelo en las circunstancias actuales, y entre sus principales articulistas se han encontrado figuras tales como Yves Zimmermann, Norberto Chaves, Jorge Frascara, Andre Gürtler, Victor Margolin, Enric Satué, Guillermo González Ruiz, Ronald Shakespear, Ricardo Blanco, Martín Solomon, Hermann Zapf, Gui Bonsiepe, Wolfgang Weingart, Herbert Spencer, Win Crowwel, Otl Aicher, Saul Bass, Dietmar Winkler, Alan

Fletcher y Paul Rand, entre otras destacadas personalidades que han sabido delinear diversas posiciones teóricas, aportes a las funciones de la tipografía y referencias para una práctica más adecuada a través de los atractivos medios electrónicos.

Mis felicitaciones a Rubén Fontana, extensivas a sus colaboradores, en el *xx* aniversario de la aparición de *tipoGráfica*, una excelente contribución cultural.

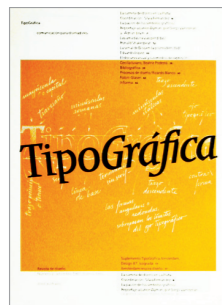


NORBERTO CHAVES ESPAÑA

Es asesor en diseño, imagen y comunicación, radicado en España. Es autor de La imagen corporativa y El oficio de diseñar (*Gustavo Gili*), La marca corporativa, junto con Raúl Belluccia, y El diseño invisible (*Paidós*).

APOLOGÍA. Si hoy yo dijera, en Barcelona, que pienso crear una revista bimestral de diseño gráfico, sin financiación oficial, con un horizonte de veinte años, en castellano con versión en inglés, con una media de cinco textos extensos y diez artículos breves que cubran desde lo técnico hasta lo político-ideológico, excelentemente ilustrada a color y con profusa información, mis amigos me felicitarían por mi idealismo y me recordarían que si en la mismísima Barcelona no existe nada semejante no ha de ser por casualidad. El equipo de *tipoGráfica*, sobreviviendo a las crisis, lo ha logrado en Buenos Aires.

Para valorar esa proeza, hay que ponerla en contexto y recordar que la carrera de diseño gráfico cuenta con escasos respaldos conceptuales y, para peor, respira una polución icónica tan seductora como pernicioso. Esta pobreza e indefensión son alentadas, además, por una imagen generalizada de la profesión que la asocia con la subcultura de lo *fashion*, absolutamente ajena al oficio y su disciplina. Agréguese la expansión del modelo del consumo y la inva-



1989

TIPOGRÁFICA N.º 7, MAYO DE 1989

1. «Pequeña teoría del cartel [I]», Norberto Chaves
2. «Concerto grosso», Martín Solomon
3. «Diseño Olímpico», Mónica Caparrós y Daniel Capella
4. Escuela Panamericana de Arte: 25 años haciendo la suya», David Lipzyr, Nicolás Jiménez, Jorge Frascara, Pino Milas, Martín Mazzei y Gustavo Kohnszce
5. «I want my MTV», Diego Vainesman
6. «Packaging: la gráfica como producto», Eduardo López
7. «Educar innovadores», Gui Bonsiepe
8. «Foto», «cuadro», «copa?», Nelly Schwaith
9. «Rolis: un nuevo programa tipográfico», María Teresa Bruno y María Laura Garrido

TIPOGRÁFICA N.º 8, AGOSTO DE 1989

1. «Pequeña teoría del cartel [II]», Norberto Chaves
2. «¿Cómo puede uno diseñar al estilo de la tipografía suiza?», Wolfgang Weingart
3. «Análisis del signo gráfico en el NOA», Gabriela Rodríguez Cometta y Cristina Gómez
4. «Diseño gráfico: ¿arte o ciencia social?», Jorge Frascara
5. «Hibridez y metamorfosis», Martín Solomon
6. «Perspectivas del diseño industrial y gráfico en América latina», Gui Bonsiepe
7. «Mi interés en la tipografía. Entrevista a Herbert Spencer», Félix Beltrán
8. «El diseño gráfico en Chicago», Victor Margolin

TIPOGRÁFICA N.º 9, NOVIEMBRE DE 1989

1. «Pequeña teoría del cartel [III]», Norberto Chaves
2. «De la Helvetica a la Haas única», André Güntler, Christian Mengelt y Eric Gschwind
3. «XXXX selección del Type Directors Club», Robert Cox, Georgia Deaver, Karrie Jacobs, Robert Knecht, Klaus Schmidt, Rubén Fontana, Ed Bengtson y Diego Vainesman
4. «Evolución de la página impresa [I]», Cecilia Luvaro
5. «Refinamiento de espacios [II]», Martín Solomon
6. «Señal de diseño», Ronald Shakespeare
7. «Identidad cultural y diseño», Ricardo Blanco, Mario Mariño y Arturo Montago
8. «Joel-Peter Wilkin», Humberto Rivas

A la inversa, la tecnología actual permite más adelantos y, potencialmente, una calidad más alta.

De modo similar, la tendencia a diseñar tipografías «basura», merced a los programas de diseño tipográfico, no ha afectado la creación de nuevas tipografías digitales serias. Debido a la naturaleza conservadora de la tipografía, la tecnología siempre procurará desarrollar al máximo las convenciones existentes. Una esfera en la que aún hay pocas convenciones es el diseño en la World Wide Web. Más allá de la optimización de las tipografías para pantalla, el diseño de sitios en la Web es realizado mayormente por aficionados. El alcance y la naturaleza de Internet casi excluyen el papel tradicional que desempeña el tipógrafo en relación con el control y el arreglo del aspecto gráfico del lenguaje. Pero la tecnología para la pantalla progresará hacia una mejor resolución de la imagen tipográfica, volviendo a acercarse a la tradición impresa. Esto ya puede verse en adelantos recientes, como la tinta electrónica.



03 MATTHEW CARTER
GRAN BRETAÑA

Con una amplia experiencia en tecnologías tipográficas, desde el diseño manual hasta el digital, es autor de *Snell Roundhand*, *ITC Galliard*, *Bell Centennial*, *Helvetica Compressed* y *Verdana*, entre otras.

¿CUÁLES ERAN LOS PARÁMETROS DE EXCELENCIA TIPOGRÁFICA PARA LOS TIPOS METÁLICOS? ¿QUÉ SE EXIGE DE UNA FUENTE DIGITAL EN LA ACTUALIDAD?

Mi padre, que fue historiador de la tipografía, comenzó una conferencia sobre los detalles técnicos de la tipografía con estas palabras: «Un tipo es algo que puedes levantar y tener en la mano». Eso fue en 1968, y estaba exagerando un poco; en ese momento los tipos bidimensionales necesarios para la fotocomposición ya eran una realidad comercial, aunque todavía se fabricaban tipos de tres dimensiones. En 1970 diseñé para Mergentha-

ler Linotype una tipografía para periódicos llamada Olympian, que se presentó simultáneamente como tipografía para Linofilm y como matriz para Linotype. Fue el último diseño nuevo en metal producido por la cursal estadounidense de la empresa. Treinta años más tarde, el periódico *The Philadelphia Inquirer*, que había utilizado Olympian en metal y en película, me pidió que diseñase una versión digital. Aproveché la oportunidad para eliminar de los caracteres las últimas trazas originadas por el metal, pero esto no fue más que un retoque superficial. La principal diferencia entre Olympian de 1970 y Olympian de 2000 es el cambio en el diseño de los números, que antes tenían la misma altura que las mayúsculas y que ahora son más bajos y presentan algunos de los trazos ascendentes y descendentes de los números de estilo antiguo similares a las minúsculas. No existe ningún motivo técnico para este cambio. Los nuevos números de caja baja podrían haber sido confeccionados perfectamente como matrices de bronce, pero estoy seguro de que si las hubiese diseñado en Mergenthaler en 1970, me habrían dicho que no respetaban las convenciones del diseño de periódicos y que, por lo tanto, no eran comercialmente aceptables, por mucho que hubiese argumentado que eran menos prominentes y más legibles en el texto. En otras palabras, las modificaciones de la versión digital de Olympian responden a motivos culturales. En los últimos 30 años, el diseño de periódicos se ha vuelto menos conservador, y actualmente los lectores (y los editores, y las editoriales) están más familiarizados con los números de estilo antiguo. Al fin y al cabo, la tipografía Georgia los tiene, y se trata de una tipografía de pantalla diseñada para ser distribuida masivamente por Microsoft.

Un «tecnodeterminista» diría que el cambio del gusto tipográfico a la aceptación de los actuales números modificados de Olympian es el resultado de la invención de la computadora personal, porque el acceso a

las herramientas de diseño de tipografías y a los formatos de fuente abierta fomentó una tipografía más innovadora. Creo que probablemente esto es cierto. De hecho, me animo a decir que la tipografía se inventó para multiplicar la información; por definición, más información significa mejor información; más tipografía significa mejor tipografía. La principal diferencia entre la tipografía de la época de mi padre y la de la mía es simplemente que hoy día hay más tipografías. Qué suerte tengo.

Para mi padre los tipos eran algo tangible. Para mí son intangibles, pero no una abstracción. Más allá de la tecnología que se utiliza para plasmarlos en una página, de papel o de vidrio, la tipografía tiene una forma concreta. Theodore Low De Vinne, el erudito tipógrafo estadounidense, escribió: «El diseño de tipografías no cuenta su historia, sino que esconde sus métodos», y yo le creo. En 1894, De Vinne patrocinó el diseño y la fundición de la tipografía Century. Yo realicé la versión digital de Century. Mi nieta está aprendiendo a leer con un libro impreso en Century. Century es Century. Si examinase en detalle el libro de mi nieta, probablemente podría darme cuenta de si el tipo es de metal, película o digital, pero si le explicase lo que estoy haciendo pensaría que estoy loco. Y tendría razón. Es tan sabia como De Vinne.



04 JORGE DE BUEN UNNA
MÉXICO

Es egresado en *Diseño de la Comunicación Gráfica*. Actualmente realiza investigaciones acerca del diseño editorial, la ortotipografía y la comunicación escrita. Es autor del Manual de diseño editorial (*Ediciones Santillana, México, 2000*).

¿CUÁLES SON, EN LA ACTUALIDAD, LAS NECESIDADES QUE EL LIBRO IMPONE AL DISEÑO TIPOGRÁFICO?

El libro, después de haber sido el principal medio impreso durante medio milenio, ha

1990

TIPOGRÁFICA N.º 10, MAYO DE 1990

1. «Los incunables, 1450-1500», Cecilia Luvaro
2. «Sistema de orientación en ciudades», Roman Duzsek, Jerzy Porebski, Jacek Surawski y Andrzej Wroblewski
3. «Diseño de tipografía en la Apple Macintosh», Bruno Maag
4. «La permanencia de Paul Rand», María Teresa Bruno
5. «Refinamiento de espacios [II]», Martín Solomon
6. «Ética, estética y diseño industrial», Ricardo Blanco
7. «Diseño e identidad cultural en la periferia», Gui Bonsiepe

TIPOGRÁFICA N.º 11, AGOSTO DE 1990

1. «La marca [I]», Oriol Pibernat i Domènech
2. «El producto gráfico del Renacimiento: El libro», Cecilia Luvaro
3. «Una línea de tinta», Saül Steinberg
4. «El ritmo», Martín Solomon
5. «Las nuevas realidades», Ricardo Blanco
6. «La historia de la letra D», Allan Haley y Diego Vainesman
7. «La educación del diseño en los años '90», Gui Bonsiepe
8. «Pedido tipográfico y marcación de textos», María Teresa Bruno

TIPOGRÁFICA N.º 12, NOVIEMBRE DE 1990

1. «Estilos y tendencias [II]», Martín Solomon
2. «La marca [II]», Oriol Pibernat i Domènech
3. «Type Directors Club 36. Reportaje a Kathie Brown», Diego Vainesman
4. «El renacimiento de la caligrafía», Cecilia Luvaro
5. «Animación por computadora: del pincel al pixel», Leandro Estebecorena
6. «Diseño industrial: lenguaje y concepto», Ricardo Blanco

pasado a un plano inferior, y difícilmente puede recuperar el estatus perdido, ponerse sus moños y salir con reivindicaciones. Es el libro el que debe adaptarse a las circunstancias y aprovechar lo que se hace para otros medios que últimamente han corrido con mayor fortuna; medios que, hoy por hoy, tienen más empuje comercial, más *glamour*... Me refiero, desde luego, a las computadoras, los periódicos, las revistas, la publicidad... En una comparación letra por letra, la industria de los libros se empequeñece más cada día. Sin embargo, si algún editor se animara a encargar fuentes especiales para su casa, tendría que pensar en dos condiciones principales: extensión y legibilidad.

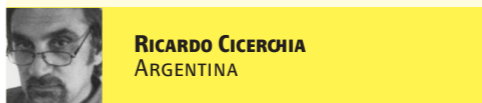
Por *extensión* me refiero a la cantidad de signos que debe haber en una familia. Han quedado en el pasado las pequeñas editoriales que podían subsistir con un par de pólizas. Quien quiera hoy dedicarse seriamente a la edición de libros deberá tener, cuando menos, dos familias tipográficas completísimas: redondas, cursivas, versalitas, negritas, versalitas cursivas, negritas cursivas, cifras elzevirianas, diacríticos de todas las lenguas que usan el alfabeto latino, viñetas, misceláneas, filetes, llaves, signos matemáticos y de otras ciencias, alfabetos complementarios (griego y cirílico, cuando menos) y, probablemente, para quienes gusten de combinar tipos, una variante de palo seco en redondas, cursivas y negritas...

¿Por qué dos familias? Bueno, porque una debe ser adecuada para los papeles *cuché* (encapados con terminación satinada) y otra para los papeles ásperos. Los libros han cambiado mucho en los últimos cincuenta años. Los tres procesos industriales más importantes –producción del papel, impresión y encuademación– se han refinado hasta niveles que antes no eran alcanzables ni en producciones extremadamente meticulosas. Todavía podemos imprimir con tipos toscos en papeles excesivamente hidrófilos, pero ahora también podemos hacer tiros extremadamente finos sobre papeles lisos, blan-

sión del cerebro por el entretenimiento vacuo que, también en los universitarios, resta espacio a la formación cultural y, en los gráficos, a la propia cultura gráfica.

En este contexto, resulta fácil detectar el real papel de *tipoGráfica* en la formación de los jóvenes diseñadores, pues claramente contrarresta la tendencia predominante. Es difícil encontrar en la revista obra mediocre, con lo cual el lector, como mínimo, educa sus retinas. Que no es poco. Por otra parte, los textos reflejan todas las corrientes teóricas e ideológicas, desde el tecnicismo y el cientificismo hasta el humanismo más comprometido. En honor a la realidad, sólo se encuentra a faltar el discurso de la frivolidad y el culto acrítico a la moda.

Dado que lo dicho puede sostenerse de muy pocas publicaciones de diseño, *tipoGráfica* ha ingresado ya en el elenco de los grandes milagros nacionales.



RICARDO CICERCHIA
ARGENTINA

Especialista en historia social y cultural e investigador del Conicet. Es profesor de Historia Latinoamericana de la FCSO, UBA, y de las universidades de Londres, Barcelona, Brown, Jerusalén y Auckland.

UN TIPO HONORABLE DE MODERNISMO. El modernismo alcanzó un desarrollo peculiar, debido en cierta medida al impacto de artistas como Gaudí. El esplendor arquitectónico de su tiempo jugaba con fábricas de cerámica y mobiliarios al servicio del diseño y, en especial, del placer en los objetos. Fue la culminación de un itinerario discursivo rotundo, humanista y esperanzador. En un comienzo, las Sociedades por el Conocimiento, los viajes de exploración y todo el orientalismo de los gabinetes de curiosidades, espejos de la furiosa expansión occidental. De los saberes acumulados al calor del empirismo afloraron varios sentidos de belleza, el más importante de los cuales, a mi juicio, es el que intentaba combinar ciencia, estética y uso social.

Como historiador, se me impone una mirada en perspectiva, menos especialista y más cultural de este aniversario. En una de mis colaboraciones apelé a la figura del retorno a los fundamentos. Me refería entonces a aquello que E. P. Thompson describía como la virtualidad de los sentidos colectivos, un recurso heterodoxo para recuperar la idea gramsciana del sentido común. Así pretendí combatir tanta hibridez. Era también una forma de participar del diálogo que la revista me insinuaba, un homenaje. El progreso del *métier* tipográfico, su esplendor y su tecnología me llegaban, paradójicamente, como un alegato contra la posmodernidad. Las enseñanzas académicas tardías que fui recibiendo de maestros como Greg Dening o Anne Salmond, convencidos de la posibilidad de una estructura armoniosa de la alteridad, se plasmaban naturalmente en la lectura interesada de esta exhibición crítica y bella de algunos vértices de la vida contemporánea. El mundo que da sentido a las letras. Así entiendo *tipoGráfica*.

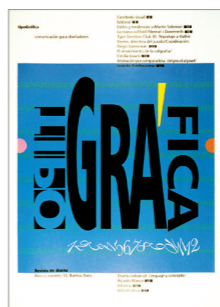
Modernista en su espíritu, nuestra revista es el teatro de una conversación que cruza dilemas, aprendizajes y vocación social. Y escribo estas líneas en tiempos de una extraordinaria violencia global y de un país, Argentina, incierto. En tales condiciones, la reflexión batalla con el aislamiento, el elitismo y la manipulación. El proyecto *tipoGráfica* se despliega, hoy más que nunca, con tales desafíos. En cualquier caso, formar parte de esta hueste es una distinción.



MIGUEL DE LORENZI
ARGENTINA

Desde 1962 hasta 1979 integró el equipo de diseño de SRT, Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba. Desde 1979 es director de arte e ilustrador del diario La Voz del Interior, Córdoba.

PARA ATRAPAR AL MIRÓN. Antes de empezar a escribir estas líneas, ya tenía en el rincón superior izquierdo de la pantalla, como en cualquier



1991

TIPOGRÁFICA N° 13, MAYO DE 1991

1. «Estilos y tendencias (I)», Martín Solomon
2. «Cuenta regresiva», Carla Marqués Mediano
3. «La verdadera historia de un país: el humor gráfico argentino», Gloria Guerrero
4. «Obséscena del diseño: la rentabilidad», Silvia Fernández
5. «Geoffroy Tory», Cecilia Luvaro
6. «The Morisawa Awards 1990», Daniel Higa
7. «Entre el hábitat y lo habitable: las mutaciones domésticas», Ricardo Blanco

TIPOGRÁFICA N° 14, AGOSTO DE 1991

1. «Lalit Poster Biennalé», Jorge Frascara
2. «Mirando hacia arriba», Martín Solomon
3. «Diez estrategias gráficas», Susana Boscaro
4. «Maiden Soviet», Rubén Fontana
5. «El diseño oblicuo», Ricardo Blanco
6. «Lincografías», Horacio Spineto

TIPOGRÁFICA N° 15, NOVIEMBRE DE 1991

1. «Mirando hacia abajo», Martín Solomon
2. «Montreal '92: sastre o estrella», Ronald Shakespear
3. «Poniéndose las pilas», Susana Boscaro
4. «Type Directors Club 37», Diego Vainesman
5. «Cuando el diseño se mueve», Simón Feldman
6. «Letras bajas en los Países Bajos», Win Crowl
7. «Hacia una nueva objetualidad», Ricardo Blanco

quísimos, donde la capilaridad de la tinta es casi inexistente.

La legibilidad es un asunto mucho más complejo de explicar. Podemos llevar nuestros cerebros a verdaderos extremos en el trabajo de identificación de las letras –véanse los experimentos de Frutiger, por ejemplo–, pero siempre habrá formas más fáciles de leer que otras. Ahora bien, aunque la legibilidad no es simplemente una cuestión de costumbres, el hábito tiene un peso considerable. Las mayúsculas prácticamente no han cambiado en más de dos milenios, mientras que las minúsculas han permanecido casi iguales durante doce siglos. Las letras que hemos heredado distan de ser perfectas, pero cualquier intento de introducir cambios en el alfabeto debe ser delicado y gradual, aun en estos tiempos donde las cosas se transforman vertiginosamente. Por lo tanto, la tipografía para libros todavía no es un campo muy fértil para un diseñador que quiera romper con lo convencional. Si el lector se fija en las letras y no en el relato, el diseñador habrá fracasado (o el lector es un tipógrafo).

Podría hablarse también de una tercera necesidad, la más moderna de todas.

La industria de los libros se ha hecho más difícil cada día. Las editoriales están agobiadas por las presiones neoliberales en mercados tan abiertos como desequilibrados. Se conducen con algo que, para los bibliófilos de corazón, es el pensamiento más ignominioso e infamante que se pueda tener en el mundo del libro: el aumento de las ganancias no por la vía de vender más, sino mediante la reducción inescrupulosa de los costos de producción. En los gabinetes que antes ocupaban los cajistas, correctores, traductores y técnicos editoriales uno encuentra ahora ejecutivos de cuenta, contadores, vendedores y especialistas en comercio exterior. La mayoría de los trabajos de corrección y diseño se hacen fuera, y, paradójicamente, en las editoriales ya no quedan profesionales capaces de leer un libro completo, y mucho menos de percatarse de lo mal elaborados

que están... Lo bueno es que ese argumento comercial podría ser aprovechado por los diseñadores de letras, pues con un discurso sobre los rendimientos no es tan difícil vencer a los administradores de empresas. Además, hacer una letra que combine alta legibilidad con alto rendimiento es un hermoso desafío, uno de los más grandes de la tipografía moderna.



05 CLAUDE DIETERICH
FRANCIA

Es diseñador gráfico, calígrafo y diseñador de letras. Fue decano del área de Diseño Gráfico en la Facultad de Artes Plásticas de la Universidad Católica de Perú. Actualmente enseña caligrafía en San Francisco.

¿CÓMO LE EXPLICARÍA A UN PÚBLICO NO ESPECIALIZADO PARA QUÉ SIRVE LA TIPOGRAFÍA?

El público no especializado es menos ignorante que lo que pensamos, y además posee sentido común. Si sabe leer, es usuario de nuestro alfabeto desde su infancia: lee el diario, hace palabras cruzadas, lee novelas y consume publicidad de acuerdo con los avisos que lee en las revistas. Aunque no esté al tanto de la polémica entre Jan Tschichold y Max Bill acerca de la tipografía simétrica o asimétrica, es el usuario a un nivel primario y esencial; sabe para qué sirve la tipografía, aunque no entienda de comunicación.

El reto para los tipógrafos y los diseñadores consiste en mostrar al público cuál es la diferencia entre la caligrafía óptima y la mediocre. Las personas no especializadas consideran la tipografía como algo instituido; para ellas la tipografía existe, aunque no sean conscientes de las diferencias de los diseños y estilos, y menos aun de la calidad, funcionalidad, legibilidad o composición de la página. Ni siquiera saben que los caracteres tipográficos han sido diseñados por alguien. El público no es responsable de este desconocimiento, cuyo origen

está en la falta de educación. La educación debería ser una estrategia. Deberíamos educar, no sólo a los futuros profesionales, tipógrafos, diseñadores gráficos, artistas, arquitectos, editores, periodistas, publicistas, sino también a los alumnos de las escuelas primarias y secundarias, porque ellos son los futuros usuarios de la tipografía.

En mi opinión, habría que sensibilizar a los jóvenes desde temprano, desde el momento en que aprenden a leer y escribir, para que en el futuro haya una conciencia mayor sobre la existencia de la tipografía y sobre todas las maneras de expresarse con estilo a través de ella. Una tarea doblemente difícil en estos tiempos, donde lo que más abunda son pésimos ejemplos debido, en gran parte, a que los medios de producción han sido puestos en manos de personas ignorantes, incapaces de asumir este desafío.

Las escuelas ya no enseñan escritura, para no hablar de tipografía, una materia que nunca enseñaron. Sería interesante volver a enseñar los principios básicos de la caligrafía (precursora de la tipografía) en las escuelas. También se podría enseñar a los niños cómo imprimir. Hoy en día es muy sencillo conseguir prensas de mano y fuentes de tipos de metal porque no cuestan nada, incluso se regalan. Los tipógrafos deberían comprometerse a practicar siempre la buena tipografía. Predicar dando el ejemplo, enseñando. Después de todo, como se enseña mejor es con el ejemplo; los niños copian lo que admiran.

Dentro de un siglo, cuando todos posean la técnica necesaria, no habrá más tipógrafos. A continuación cito un texto de Jan Tschichold que, según creo, ilustra lo que estoy escribiendo: «Todo mi conocimiento sobre espaciado de letras, espaciado de palabras e interlineado se debe a mi caligrafía; por esta razón lamento mucho que en nuestro tiempo aquellos a quienes se llama artistas del libro estudien tan poco la caligrafía».

1992

TIPOGRÁFICA N° 16, MAYO DE 1992

1. «Una raza avís: un diseñador que piensa», Yves Zimmermann
2. «Tipografía veloz», Martín Solomon
3. «Grapus: antes y después», Verónica López
4. «La caligrafía latina», Claude Dieterich
5. «La función social del diseño», Franco Baggiani
6. «La cultura del proyecto», Ricardo Blanco

TIPOGRÁFICA N° 17, AGOSTO DE 1992

1. «Analogías urbanas», Martín Solomon
2. «De oficio calígrafo. Reportaje a Ricardo Rouselot», Mónica Daverio
3. «Río '92: Eco del diseño», Daniel Higa
4. «El culto a la letra. Reportaje a Massini», Verónica López
5. «Lo que no se enseña: la ecología artificial», Ricardo Blanco

TIPOGRÁFICA N° 18, NOVIEMBRE DE 1992

1. «Música para los ojos», Alejandro Ros y Florencia Young
2. «El idioma de los números», Martín Solomon
3. «La caída de Ícaro», Wigger Bierma
4. «Type Directors Club 38», Diego Vainesman
5. «Caligrafía today», Claude Dieterich
6. «Estrategia e identidad», Ricardo Blanco



06 WOLFGANG HARTMANN
ALEMANIA

Reside en Barcelona desde 1939. Es director de la Fundación Tipográfica Bauer, s.l., y miembro de ATypl, donde se desempeñó como delegado por España, coordinador internacional de delegados y vicepresidente. Es senador de la Asociación Internacional del Museo Gutenberg.

DADO EL ACCESO UNIVERSAL AL USO DE LAS TIPOGRAFÍAS, ¿CONSIDERA QUE LOS DERECHOS DE AUTOR DE LAS FAMILIAS TIPOGRÁFICAS TIENEN SUFICIENTE PROTECCIÓN? ¿SE PODRÍA PENSAR EN UNA FORMA MÁS EFICAZ?

Ya Johann Christian Bauer, fundador de la Fundación Bauer en 1837, se enfrentó con la piratería de sus tipografías. Como grabador de punzones, encontró que algunos mal llamados colegas copiaban a través de la galvanoplastia las matrices de sus tipografías para venderlas a fundiciones tipográficas que poco se preocupaban por la procedencia de sus tipos. En varias ocasiones apeló a la justicia, como también lo hicieron en el siglo xx varias fundiciones tipográficas con resultados más o menos positivos.

La legislación respecto de la protección de las tipografías difiere según los países. En Alemania, por ejemplo, la justicia concede protección a un alfabeto siempre que éste sea original y tenga el contenido artístico suficiente para ser merecedor de esta protección. Así, el tipo Futura obtuvo en un Tribunal de Frankfurt el reconocimiento de los derechos de autor en el año 1990. La duración de los derechos de autor es de hasta 70 años posteriores a la muerte del diseñador.

Lo cierto es que son muy pocos los tribunales dispuestos a reconocer los derechos de autor para el diseño de un alfabeto (el caso de la Futura seguirá siendo una excepción). Actualmente, la tendencia es reivindicar el reconocimiento de los derechos de autor de la fuente tipográfica vía el software.

Por lo general las fundiciones tipográficas respetan los derechos de autor de los creadores de las fuentes que comercializan. No

página nueva del Word, un temible, para mí, cursor titilante y la página en blanco. Ese cursor siempre me causa pánico; con su intermitencia parece decirme: bueno, dale, pensá. En la parte superior se ve una escueta interfaz donde por más que despliegue persianitas no encuentro nada que me ayude a expresar ordenadamente mis ideas. ¡Qué distinto del Illustrator, el Photoshop o el Quark! Programas con un amigable cursor que se deja guiar dócilmente.

Por todas sus pantallas se despliegan sus amigables interfaces con simpáticos iconitos invitándonos a diseñar ¡ya!

Se me ocurren los párrafos anteriores como una metáfora a propósito de los 20 años de la aparición de *tipoGráfica*. Antes de ella era un asiduo lector, mejor dicho, mirador o, mejor todavía, devorador de algunas revistas de diseño editadas fuera de la Argentina. Una de esas publicaciones tenía una sección con los textos traducidos al castellano. Eran breves monografías sobre las imágenes que me habían deslumbrado en el resto de las páginas. Miraba estas revistas como miraba un álbum de figuritas cuando era niño. Era difícil «pensar el diseño» sólo a partir de un desfile de imágenes que mostraban el resultado final con textos que no ponían énfasis en los procesos que las habían originado y poco decían de sus entornos sociales y culturales.

Inclaudicable, *tipoGráfica* se impuso en estos 20 años, antes que por el brillo visual, por ser un espacio para la reflexión sobre el diseño y sus circunstancias. Esta modalidad nos preparó para lo que luego serían los tentadores guiños de las interfaces que nos seducirían con una especie de *¡vamos*, no lo piense tanto, aquí está el filtro con la solución!

Alfred Hitchcock, en su libro de conversaciones con François Truffaut, dice que le hubiese gustado filmar un largometraje íntegramente en una cabina telefónica. El deseo de Hitchcock me suena tan desafiante y sanamente provocador como algo que alguna vez le escuché decir a Rubén Fontana: «Me gustaría editar una revista de diseño sin imágenes». Esto es, pensar el diseño.



JORGE FRASCARA
CANADÁ

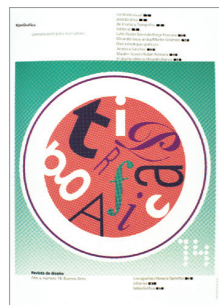
Ha sido profesor de Diseño en Comunicación Visual de la Universidad de Alberta (Canadá). Es autor de Diseño gráfico y comunicación, Diseño gráfico para la gente y People-centered design: complexities and uncertainties.

Los editores de *tipoGráfica* me dijeron: «Nos gustaría que seleccionaras uno de los artículos publicados desde 1987 y realizaras un comentario acerca del valor formativo que, en tu opinión, merece ese texto escogido». No es fácil seleccionar uno, porque el valor fundamental de la revista es haber sostenido durante 20 años un medio de contacto con un riquísimo contexto de experiencia y opiniones variadas, locales e internacionales. Pero bien, aquí voy. Elijo «El diseño social», de Gérard Paris Clavel (*tipoGráfica* N° 33, 1997). Me parece que su *valor formativo* es fundamental.

A mi juicio, hay dos cosas que definen al buen diseño: una es su *relevancia*, su importancia humana –social, cultural o práctica– dentro del marco en que se concibe e implementa. El diseño banal, que no responde a necesidades o a deseos éticamente válidos, no me interesa, por más eficiente y bonito que sea. Gérard Paris Clavel es un maestro incontestable si se mira a la relevancia social de sus proyectos. Hacer conocer su trabajo a la comunidad lectora de la revista, demostrando la posibilidad de que tal trabajo exista, expande el horizonte de la profesión y muestra su importancia potencial.

La segunda cosa que define a la calidad del diseño es su *eficiencia*: ¿Obtiene el resultado esperado? ¿Llega a responder a las necesidades que generaron el proyecto? El trabajo de Gérard es también notable en este aspecto. La originalidad y la fuerza de sus imágenes son conmovedoras. Su efectividad, innegable para quien haya visto sus diseños en acción, producto de un esfuerzo intelectual y sensorial extraordinario.

La relevancia y la eficiencia como valores fundamentales –aunque en otro contexto muy diferente– me hacen mencionar otro artículo:



1993

- TIPOGRÁFICA N° 19, MAYO DE 1993**
1. «Diseño ecológico», Silvia Fernández
 2. «Imágenes de lo imaginable», Abraham Moles
 3. «Malabarismo mental», Andrés Fúrez
 4. «Una leyenda tipográfica», Martín Solomon
 5. «El antiguo papel reciclado», Vicky Sigwald
 6. «El diseño étnico», Ricardo Blanco

- TIPOGRÁFICA N° 20, AGOSTO DE 1993**
1. «El ojo del huracán», Oti Acher
 2. «Una leyenda tipográfica», Martín Solomon
 3. «About Pentagram», Colin Forbes y Mervyn Kurlansky
 4. «La herramienta mágica», Zoe Strickler-Wilson
 5. «El diseño amigable», Ricardo Blanco
 6. «Defensa de la diferencia [J]», Gui Bonsiepe

- TIPOGRÁFICA N° 21, NOVIEMBRE DE 1993**
1. «Definiendo la audiencia», Jorge Frascara
 2. «La tipografía en escena», Martín Solomon
 3. «Type Directors Club 39», Diego Vainesman
 4. «La supervivencia del cartel», Félix Beltrán
 5. «El otro diseño», Ricardo Blanco
 6. «Defensa de la diferencia [J]», Gui Bonsiepe

sotros, por ejemplo, en la Fundición Tipográfica Bauer, no sólo mantenemos vigente el contrato con los herederos de Paul Renner para la Futura, sino que hemos suscripto contratos con los sucesores de Crous-Vidal, Ricard Giralt Miracle y Antoni Morillas, cuyas creaciones ofrecemos en las colecciones de Neufville Digital.



07 ROBIN KINROSS
GRAN BRETAÑA

Es editor y director de la editorial Hyphen Press, Londres. Es autor de *Modern typography (Tipografía moderna)* [1992, 2004] y *Unjustified texts (Textos no justificados)* [2002], y editor de Anthony Froshaug [2000].

¿CUÁL ES LA RELACIÓN ENTRE EL LENGUAJE Y LA FORMA Y EL ESTILO TIPOGRÁFICOS?

Se podría contestar la pregunta con una tesis de 700 páginas, presentando ejemplos de (digamos) tipografías francesas, en un período determinado, en Francia, Suiza, Bélgica y las colonias francesas de África occidental, y podría complementarse todo esto con un estudio comparativo de las tipografías científicas españolas y portuguesas del mismo período.

En esta ocasión, prefiero exagerar o quizá malentender la pregunta, por ejemplo, así: «¿Cuál es la relación entre el texto y su forma tipográfica?» Exagerando un poco más, se puede ofrecer una respuesta sencilla: un texto y su manifestación tipográfica son la misma cosa. La única concesión a las objeciones a esta afirmación es admitir que un texto puede existir en forma de cadenas de códigos, en archivos almacenados en la memoria de una computadora. Pero decir esto equivale a decir lo mismo, pero al revés; que sin forma, sólo existe la posibilidad de texto, la posibilidad de significado, ya que en cuanto estas cadenas de códigos invisibles toman forma material (forma y estilo), entonces adquieren una serie de sig-

nificados particulares. Ahora se está aceptando que el mismo texto existe de modo diferente en páginas diseñadas de distinta manera. Una edición moderna del *Quijote* y la primera edición de este libro (1605) contienen textos muy diferentes, aun cuando las palabras y los signos de puntuación sean los mismos. Un salto de página es un pequeño acontecimiento semántico y da color a un texto. Lo mismo ocurre con el espacio debajo de un título y con el tamaño de ese título, etc. Cuando se traduce ese texto a otro idioma, todo cambia nuevamente, ya que debido a las convenciones culturales que acompañan a una tipografía en un idioma determinado, en un período y un lugar concretos, el hecho de que las palabras en un idioma específico adquirieran formas visuales definidas ayuda a determinar la forma o el estilo tipográfico.



08 GERRY LEONIDAS
GRECIA

Es profesor del Departamento de Tipografía y Comunicación Gráfica de la Universidad de Reading y director del Curso de Maestría en Diseño Tipográfico. Es diseñador de tipografías griegas y latinas, y consultor en materia de tipografía y diseño tipográfico.

¿CONSIDERA QUE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS PERMITIRÁN A LOS LENGUAJES QUE HISTÓRICAMENTE NO ESTUVIERON REPRESENTADOS EN EL DISEÑO DE FUENTES INCORPORAR LOS SONIDOS CARACTERÍSTICOS DE SU IDIOMA?

¿CUÁL ES LA PREGUNTA? Hmmm... La pregunta es un tanto confusa. La frase «lenguajes que históricamente no estuvieron representados en el diseño de fuentes» sugiere que los diseñadores tipográficos cuyas lenguas maternas son las que «históricamente no estuvieron representadas en el diseño de fuentes» diseñaron sus tipografías pensando en los sonidos de su idioma. Esto no es lo mismo que decir «puedo oír las palabras cuando leo» o algo parecido; significa que el diseñador estaría pensando en sonidos específicos

al diseñar un glifo en particular. Estoy casi seguro de que esto no es así. Más aun, creo que esta hipótesis es contraria a los mecanismos básicos de la escritura natural.

¿LAS FUENTES SE DISEÑAN EN FUNCIÓN DE LENGUAJES CONCRETOS? Aun en los viejos tiempos de páginas de código de 8 bits, cuando cada archivo de fuente podía contener hasta 256 caracteres, cualquier fuente permitía componer en varios idiomas. La misma fuente servía para el inglés, el español, el francés, el finlandés y el italiano, al igual que cualquier fuente con la terminación «CE» a continuación del nombre servía para el croata, el checo, el estonio, el húngaro, el letón, el lituano, el polaco, el rumano, el serbio basado en el latín, el eslovaco, el esloveno y el turco (creo que eso es todo).

Estas agrupaciones (y había muchas) eran una combinación de limitaciones técnicas (agrupar todos los caracteres en el archivo fuente) e intereses comerciales: el desarrollo, la distribución y la venta minorista. Se afirmaba que cada una de estas fuentes podía utilizarse para componer en todos estos idiomas. Y lo hacían, brindando una representación tipográfica más o menos adecuada del subconjunto de un alfabeto. Estoy eligiendo mis palabras con cuidado, ya que lo que trato de decir es que las tipografías ofrecen interpretaciones de los alfabetos, no de los idiomas.

Podemos esclarecer esta distinción si consideramos otra distinción. Hasta ahora, he utilizado el término «carácter» pero, de hecho, no es correcto. El modelo Unicode es el núcleo de las aplicaciones y las tipografías contemporáneas. Se trata de un sistema que asigna un identificador único a cada carácter de cualquier alfabeto utilizado por el ser humano alguna vez. En este sentido, «la letra minúscula en latín *a*» y «la letra minúscula griega *α*» son caracteres, pero *a* y *α* no lo son. Son glifos, es decir, representaciones tipográficas de caracteres. En otras palabras, todas las letras *α* de todas las ti-

1994

- TIPOGRÁFICA N° 22, MAYO DE 1994**
1. «Sobre una nueva base», Jorge Frascara
 2. «Nada menos que una leyenda», Saul Bass
 3. «La primera década», Mónica Daverio y Daniel Higa
 4. «Ahora: letras sin palabras», Martín Solomon
 5. «Gráfica en función social», Pablo Cossaya
 6. «Un desafío comunicacional», Víctor Margolin
 7. «Una filosofía proyectual», Ricardo Blanco

- TIPOGRÁFICA N° 23, AGOSTO DE 1994**
1. «Aguas arriba, aguas abajo», Norberto Chaves
 2. «Espacio para experimentar I», Zaima Jalluf
 3. «Un gráfico checo», Jiri Hlusicka
 4. «La contribución de la imprenta», Alexa Nosal
 5. «Sangre, sudor o lágrimas», Enrique Longinotti
 6. «Aquel 'Bel Design'», Ricardo Blanco
 7. «Tipografía semántica», Gui Bonsiepe

- TIPOGRÁFICA N° 24, NOVIEMBRE DE 1994**
1. «Espacio para experimentar II», Zaima Jalluf
 2. «Los niños primero», Sergio Manela
 3. «Type Directors Club 40», Diego Vainesman
 4. «Manierismo tipográfico», Martín Solomon
 5. «La vanguardia permanente», Ricardo Blanco

pografías del mundo son el mismo carácter: alfas griegas, y todas las letras *a* en latín son *a* y no la *a* del inglés, español o finlandés. Para decirlo claramente, el carácter implica una especificación de la configuración formal del glifo (una relación de espacios positivos y negativos), pero ignora la forma concreta.

En mi opinión, la relación entre el carácter y el glifo es análoga a la relación entre el glifo y su expresión en un idioma. La letra *a* en latín implica un conjunto de sonidos en cada lenguaje que utiliza el alfabeto latino, y un conjunto de relaciones de este sonido con los glifos que la rodean. Sin embargo, existe un margen considerable cuando el glifo se expresa oralmente. Aun para mis oídos inexpertos, una palabra como «tipografía» suena de modo muy diferente cuando la dicen mis estudiantes argentinos, mexicanos o españoles. ¿Deberían utilizarse glifos diferentes para la letra *a* en cada idioma?

Digamos, para seguir el razonamiento, que sí, que cada uno de estos tres idiomas requiere una *a* diferente (o una diferente combinación de *gr*, para poner otro ejemplo). Entonces, automáticamente debemos decidir cuál es la diferencia mínima de pronunciación entre las dos variantes que determinará una elección. ¿Debemos registrar el rango completo de los sonidos posibles de *a* en cada uno de estos idiomas? Esto se convertiría rápidamente en la enorme tarea de trazar el mapa de la estructura del habla y las desviaciones, el viejo problema de la clasificación de infinitas categorías.

Casi puedo oírlos decir: «¡Un momento, esto no viene al caso! ¡Deberíamos tomar cada lenguaje por separado, no compararlos entre sí!» Está bien, pero ¿qué hacemos con los dialectos, las variaciones regionales, las entonaciones según la edad, la clase social, el nivel de educación, la filiación profesional y otras categorizaciones? Una vez más, nos encontramos en un callejón sin salida. ¿Debería escribir en inglés utilizando glifos

«Diseño de información sobre medicamentos», escrito por Karel van der Waarde (*tipoGráfica* n° 64, 2004), imperdible para entender elementos esenciales del diseño de información.



ANDRÉ GÜRTLER
SUIZA

Participó del diseño de *Univers*. Es autor de *Egyptian 505, Lino Letter*, y coautor de *Haas Unica*. Ha escrito *History of the Development of the Newspaper (que próximamente editará Campgráfico)*. Posee una amplia trayectoria docente en la Escuela de Diseño de Basilea.

Podemos afirmar con certeza que, en comparación con las demás publicaciones internacionales de diseño tipográfico, *tipoGráfica* es la mejor y la más interesante en su ámbito, por las siguientes razones:

- En primer lugar, su generosa presentación. El inusual formato amplio de la revista y la textura agradable y compacta de su papel confirman la importancia que el editor, Rubén Fontana, le imprime al aspecto –el envase– de su publicación.
- Asimismo, esta generosidad se refleja especialmente en su apariencia gráfica. Los enormes espacios en blanco que rodean los bloques de texto generan una ligereza y una transparencia que invitan a su lectura.
- El concepto de la creación tipográfica es extraordinariamente rico y flexible, e impulsa una y otra vez a una armoniosa interacción nueva e interesante entre los distintos elementos de texto y de figuras. Desde sus inicios, nos encontramos frente a una publicación cuyo nivel es óptimo en cuanto a forma y contenido.

Cabe mencionar de modo especial los artículos que desde hace 20 años se publican en la revista, que muestran una enorme variedad temática con orientación decididamente internacional. En este sentido, deseo señalar el número 67 del año pasado, en el que se destaca, entre otros artículos

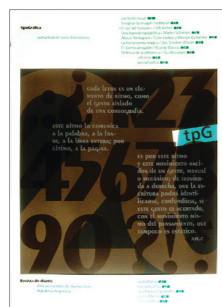
internacionales, «La nueva tipografía árabe», de H. S. AbiFarès. Se trata de un artículo que, en mi opinión, tiene un valor formativo excepcional.

AbiFarès nos presenta muy concretamente la problemática de la escritura árabe en la era digital. La producción digital de texto se ha transformado en el patrón de referencia a nivel mundial en todos los campos vinculados al registro automático de textos. Asimismo, las tipografías originales adaptadas para los sistemas de computación están sometidas a un formato digital estandarizado. El formato tipográfico de estas adaptaciones, como por ejemplo el de las tipografías *Univers*, *Sabon* y *Optima*, por lo general se desvía formalmente, de alguna manera, del original. Las derivaciones de una misma tipografía, por el contrario, son únicas e idénticas en los distintos sistemas tipográficos, ya que es distribuida a nivel mundial por un único propietario que posee los derechos de autor. En este sentido, se puede hablar realmente de la globalización en materia de tipografía.

En cuanto al tema de la globalización, la autora sostiene que, si bien durante la primera mitad del siglo *xx* los diseñadores gráficos árabes intentaron modernizar la tipografía, no lograron imponer sus innovaciones debido al predominio de los productores tipográficos occidentales, orientados fundamentalmente hacia las tipografías latinas. Sólo a partir del surgimiento de Internet y de la concientización cada vez mayor sobre las ventajas de un mercado cultural globalizado se logró modificar drásticamente esta situación.

En el artículo se describe la evolución de la tipografía árabe, y pueden percibirse los estilos caligráficos multifacéticos, así como la complejidad de la tarea de traducir adecuadamente este mundo de formas de increíble riqueza para adaptarlo a los nuevos medios de impresión y tipografía. A partir de los textos y las figuras, el trabajo de AbiFarès presenta ejemplos tipográficos nuevos y muy interesantes, basados en su experiencia docente en la esfera del diseño árabe.

En este contexto, se expone un ejemplo de la adaptación de la tipografía grotesca de Fruti-



1995

TIPOGRÁFICA N° 25, MAYO DE 1995

1. «El derecho a la imaginación», Silvia Fernández
2. «Euro empresas, euro envases, euro consumidores», Frank Memelsdorff
3. «Diseño sin barreras», Daniel Higa
4. «Al servicio de la lectura», Eliane Stephan
5. «El diseño como manifestación de cultura», Norberto Chaves
6. «El papel de la visualidad», Gui Bonsiepe
7. «La paradoja tipográfica», Martin Solomon
8. «Del estilo», Yves Zimmermann

TIPOGRÁFICA N° 26, AGOSTO DE 1995

1. «Identidad editorial», Mario Eskenzi
2. «La función de comunicar», Colin Banks
3. «Enseñar el diseño [1]», Markus Bader, André Gürtler, Peter Olpe, William Schomer, Wolfgang Weingart y Moritz Zwimpfer
4. «Un proyecto de diseño», Martin Solomon
5. «Dos poéticas: un único diseño», Ricardo Blanco

TIPOGRÁFICA N° 27, NOVIEMBRE DE 1995

1. «Un destino claro», Mónica Daverio
2. «Enseñar el diseño [2]», Michael Renner, Heinz Hiltbrunner y Max Mathys
3. «La tipografía oculta», Martin Solomon
4. «Un nuevo soporte electrónico», Alejandro Piscitelli
5. «Poder ser ciudadano», Gustavo Koniszcz
6. «Tendencias en el discurso del diseño», Gui Bonsiepe

diferentes de los que usan mis hijos? Tengo acento extranjero, siempre pronuncio mal el largo de las vocales y la fuerza de las consonantes. Pero mis hijos, que asisten al jardín de infantes con los demás niños de la zona, hablan inglés con un acento perfecto (tanto, que ya corrigen a sus padres).

Existe sólo una esfera en la que podemos tratar de alcanzar una relación biunívoca entre los sonidos hablados y los glifos de una tipografía: la esfera de los lingüistas que documentan el lenguaje hablado. (El Alfabeto Fonético Internacional cubre de manera bastante global los sonidos que puede producir la laringe humana, y sólo aumenta cuando alguien que investiga lenguajes únicamente hablados o que están desapareciendo descubre un nuevo sonido.)

Ese camino nos aleja aun más de la forma visible del lenguaje y nos acerca a preguntas que se desvían del estudio del diseño tipográfico y lo confunden. Éste debe, por definición, limitarse a la representación de caracteres, no de sonidos. Las cualidades formales de los glifos pueden incorporar determinadas influencias, desde las directas (como las herramientas que dejan marcas, como la pluma y el pincel) hasta las abstractas (las teorías de la construcción), y normalmente les lleva tiempo definir un marco de expresión para cada tiempo y lugar (puesto a prueba cada vez que nos encontramos con el enfoque de diseño por mandato utilizado en Corea, Rusia, Turquía y, más recientemente, en los ex estados soviéticos del mar Caspio).

¿QUÉ PASA CON LOS ACCESORIOS ADICIONALES? La tecnología actual promete una variedad de opciones que antes sólo estaban disponibles en entornos especializados. Estas opciones se limitan al enriquecimiento de las expresiones tipográficas de un alfabeto, pero no se aplican a los sonidos que los glifos generarán en usuarios concretos. De modo que, si un tipógrafo polaco prefiere diacríticas horizontales sobre las vocales, en tan-

to que un tipógrafo francés prefiere diacríticas verticales, es mucho mejor que los archivos de fuente permitan utilizar ambas y cambiar de una a otra sobre la marcha, y que ambos usuarios queden satisfechos. De modo similar, si los holandeses poseen un carácter que parece una *i* pegada a una *j*, y en las escuelas se les enseña que ésta es una sola letra, se espera que todos los editores de texto, los procesadores de palabras, los correctores ortográficos, los diccionarios y los tesauros la reconozcan como tal.

Hablar es interpretar sonidos dentro de un marco culturalmente sensible. El diseño tipográfico también: define glifos dentro de la gama aceptable de cada carácter. Pero el diseñador no puede interferir cuando se pasa al terreno de la lingüística: si significan cosas diferentes, se puede diseñar un nuevo glifo, pero si simplemente suenan de manera diferente, entonces no son más que un reflejo de la expresión humana imprecisa, fluida y constantemente mutable.

Mejor dediquémonos a dejar marcas.



09 MARTIN MAJOUR
PAÍSES BAJOS

Diseñador tipográfico y autor de tipografías premiadas como Scala, Seria y Nexus. Actualmente es conferencista y enseña tipografía en diversos congresos y escuelas internacionales. Trabaja en diseño tipográfico en Arnhem y Varsovia.

COMO RESULTADO DE LA DISPONIBILIDAD DE NUEVAS TECNOLOGÍAS, MUCHOS DISEÑADORES HAN HECHO INCURSIONES EN EL DISEÑO DE FUENTES. ¿CUÁLES SON LAS EXPECTATIVAS DE ESTOS NUEVOS TIPÓGRAFOS EN EL MERCADO PROFESIONAL?

PACIENCIA, TALENTO... Y TAL VEZ INCLUSO ÉXITO. Quizá la principal razón por la que un diseñador gráfico intenta diseñar una tipografía sea la disponibilidad de software, barato y fácil de utilizar, para desarrollar fuentes. Muchos de estos intentos derivan en diseños de tipografías display, generalmente para ser usadas

en proyectos privados. A veces estos ensayos resultan en diseños tipográficos excelentes, e incluso en ocasiones estas tipografías se convierten en éxitos comerciales.

Pero cuando se trata del diseño tipográfico serio (por ejemplo, tipografías para texto) la situación es muy diferente. Hace poco inauguré una pequeña escuela de diseño tipográfico en Varsovia (Polonia), donde vivo la mitad del tiempo. Tengo 12 alumnos y durante los primeros tres meses sólo trabajan con papel, lápiz, goma de borrar, regla, rotulador negro y corrector blanco. En ese tiempo crean su propia tipografía, con mucho esfuerzo, y se enfrentan permanentemente a numerosas dificultades.

A lo largo de todo este proceso de diseño, el software para fuentes es barato y fácil de conseguir, y los estudiantes están ansiosos por poner en práctica sus conocimientos de computación. Pero durante esta etapa formativa los obligo a que no utilicen la computadora. La dedicación, el entusiasmo, la paciencia y el talento del diseñador tienen una importancia fundamental. Cuando todo sale bien, al final el trabajo vale la pena; el resultado es una buena tipografía, diseñada a mano.

La tipografía sólo se debe digitalizar, escanear y editar en la computadora en la etapa final. El software para fuentes sofisticado y las nuevas tecnologías pueden ser muy eficaces para perfeccionar una tipografía. Pero el hecho de convertirla en OpenType, PostScript o TrueType no afecta al diseño concreto de una fuente.

Sólo los diseñadores verdaderamente talentosos y pacientes pueden tener éxito en el mundo del diseño tipográfico. ¿Y si ese mundo fuese muy pequeño?



10 JOSÉ MARTÍNEZ DE SOUSA
ESPAÑA

Es lexicógrafo, bibliólogo, ortógrafo, ortotipógrafo y técnico editorial. Es autor del primer diccionario de tipografía en español, Diccionario de tipografía y del libro,

1996

TIPOGRÁFICA N° 28, MAYO DE 1996

1. «Confusión y caos», Paul Rand
2. «Language is alive», Nota de la redacción
3. «Maestría en Teoría del Diseño», Gui Bonsiepe
4. «Type Directors Club 41», Mónica Daverio
5. «Una de piratas», Diego Vainesman
6. «Mi visión sobre la enseñanza», Martin Solomon
7. «La comunicación. Un factor secundario», Silvia Fernández

TIPOGRÁFICA N° 29, AGOSTO DE 1996

1. «El diseño y la situación mundial», Victor Margolin
2. «De un cambio de imágenes», Alfredo Saavedra
3. «El anotador», Martin Solomon
4. «Contra la profesión. Crítica al tecnocratism en el diseño», Norberto Chaves
5. «La ilusión visual en la tipografía», Alexa Nosal
6. «El diseño regional», Ricardo Blanco

TIPOGRÁFICA N° 30, NOVIEMBRE DE 1996

1. «El futuro del diseño tipográfico», Summer Stone
2. «El diseño nuestro de cada día», Ronald Shakespear, con notas de Jorge Frascara
3. «Siga la flecha [si la encuentra.]-», Martin Solomon
4. «Metamorfosis tecno-cognitivas», Alejandro Piscitelli
5. «La idea en diseño gráfico. Apuntes al hilo de una idea», Anna Calvera
6. «Ecología y entropía sígnica del objeto», Oriol Pibernat

publicado por primera vez en 1974. Su último libro, Antes de que se me olvide (Trea, 2005), recrea su vida y su experiencia profesional.

LOS USOS DE LA LENGUA GENERADOS POR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LOS CAMBIOS QUE PROVOCAN EN LOS MODOS DE ESCRIBIR ¿PUEDEN GENERAR VARIACIONES ESTRUCTURALES O PERDURABLES EN LA LENGUA?

Si nos referimos a la lengua oral, creo que por el momento no se atisban causas por las cuales las nuevas tecnologías hayan de influir decisiva y claramente en las estructuras morfológicas, sintácticas o léxicas de la lengua. Ésta se enriquece, empobrece o cambia por otras causas, como pueden ser el enriquecimiento mediante neologismos y el empobrecimiento de que parece aquejada no sólo en razón del aprendizaje inadecuado, sino también del empleo cotidiano, monótono y limitado. En cuanto a los neologismos, su entrada es imparable, pero no precisamente porque las nuevas tecnologías afecten exclusivamente al mundo de la lengua oral, sino porque es imposible ponerle puertas al campo, es decir, tratar de detener esa entrada masiva determinada precisamente por el desarrollo tecnológico general. Estamos viendo cómo los objetos y los conceptos creados modernamente se ponen de moda y desaparecen de la noche a la mañana sin solución de continuidad (*cedé* [cd-rom], *deuvedé* o *devedé* [dvd]...), y cómo esos objetos y conceptos reclaman un nombre, una denominación, para su funcionamiento en el mundo de los objetos y las ideas, pero la influencia que tienen sobre la lengua general es limitada.

Tal vez, desde los años treinta del siglo pasado, el fenómeno lingüístico más notable a este nivel léxico sea el uso masivo de formas siglares (siglas, acrónimos), las palabras derivadas de ellas (*sida*, *tergal*, por ejemplo) y otras formas abreviadas que sirven para la denominación neológica. De lo que no cabe duda es de que por efecto de las nuevas tecnologías el léxico, especialmente el de ciertas especialidades, se renueva a velocidad mucho mayor que en los siglos precedentes, que las

ger. Es posible que la equiparación formal de dos tipografías esencialmente distintas no sea tan adecuada para impulsar una globalización formal. Precisamente, la variación en las formas de expresión visual presenta una alternativa importante para impulsar una diversidad cultural a nivel mundial que permita contrarrestar una mezcla global tan unificada.

Este tipo de artículos sobre trabajos y estudios relacionados con ámbitos culturales distintos del latino, además de la valiosa posibilidad de descubrir las contribuciones tipográficas presentadas por los estudiantes y las instituciones educativas, constituyen un verdadero aporte impulsado por *tipoGráfica*.



VICTOR MARGOLIN
ESTADOS UNIDOS

Es profesor de Historia del Diseño en la Universidad de Illinois, Chicago, y autor de Las políticas de lo artificial, Ensayos sobre diseño y estudios de diseño y La cultura está en todas partes: el Museo de Arte Contemporáneo, entre otros.

UN ARTÍCULO INTERESANTE. Hasta hace pocos años, se sabía poco de la historia de la tipografía en América latina. Las historias clásicas de la tipografía, como *Printing Types* (Tipografías de imprenta), de Daniel Berkeley Updike, se centraban en los tipos diseñados en Europa y en los Estados Unidos. Todos conocemos el linaje de los tipógrafos alemanes, franceses, italianos e ingleses, pero ahora investigadores como Marina Garone en México y Pablo Cosgaya en la Argentina han comenzado a publicar las historias olvidadas de la imprenta y las tipografías en los países latinos. Este material se consideraba la nota al pie de la historia europea, pero ahora que han aumentado las investigaciones y el interés del público, se está convirtiendo en un campo de investigación por derecho propio.

Con respecto a esto, quisiera mencionar el artículo de Pablo Cosgaya «Reseña de la tipografía argentina» (*tipoGráfica* n° 56, 2003). Es un resumen de la historia de la imprenta y la tipografía

argentinas, pero sirve de base para otras investigaciones. Al igual que en otros países de América latina, en la Argentina los primeros tipógrafos eran misioneros religiosos, pero, como demuestra Cosgaya, en el siglo XIX el país contaba con una próspera cultura laica de la cual surgieron los libros *Manual de tipografía*, de Hortelano (1864), y *Muestario de la fundación de los tipos*, de Estrada. Cosgaya también señala la importancia de Juan Carlos Distéfano y del Instituto Torcuato Di Tella en la década de 1970, cuando muchos diseñadores argentinos tuvieron la oportunidad de experimentar con nuevas posibilidades tipográficas formales.

Para un historiador del diseño norteamericano, como yo, esta información tiene muchísimo valor y es admirable que se haya publicado en una revista contemporánea de diseño gráfico en lugar de haber aparecido en una publicación académica de tirada más reducida. He seguido a *tipoGráfica* desde sus comienzos y siempre me ha impresionado la habilidad de la revista para abordar tanto la historia del diseño como las tendencias contemporáneas y las formas locales y pop del diseño gráfico. He aprendido mucho de *tipoGráfica*, no sólo sobre el diseño gráfico en América latina sino también sobre el diseño en otras partes del mundo. Lo que más valoro de la revista es que está abierta al diseño en todas sus formas y todas sus épocas.



ALEXA NOSAL
ESTADOS UNIDOS

Enseña Tipografía y Diseño en la Parsons School. Ha sido distinguida por el Art Directors Club, el Type Directors Club y Print. Es autora de Work In Progress, editado recientemente por la New School University de Nueva York.

Desde el principio supe que no sería fácil elegir un artículo en los diversos y excelentes números de *tipoGráfica*. Mi plan era dedicar una hora a la tarea, revisar las revistas rápidamente y elegir un artículo desde una perspectiva actualizada. Lo que ocurrió realmente fue que no pude dejar de leer. Horas más tarde, cuando terminé el úl-



1997

TIPOGRÁFICA N.º 31, ABRIL DE 1997

1. «1914-1960», Josef Müller Brockmann, Alan Fletcher, Ronald Shakespear e Yves Zimmermann
2. «Hoy los diseñadores de la prensa escrita», Miguel De Lorenzi
3. «De oficio calígrafo: Calígrafo y grabador de punzones, Rudolf Koch», Lili Wronker con comentarios de Fritz Kredel y Tom Greenstedder
4. «La identidad reconocida», Silvia Fernández
5. «El diseño neoyorquino», Martin Solomon

TIPOGRÁFICA N.º 32, JUNIO DE 1997

1. «Más allá del modelo de la Bauhaus», Dietmar Winkler
2. «Type Directors Club», Diego Vainesman
3. «El conocimiento del pasado histórico», Victor Margolin
4. «Retratos tipográficos», Martin Solomon
5. «Primera Bienal de Arte del Mercosur», Nota de la redacción
6. «Una interfase de computadora capaz», Alejandro Piscitelli
7. «La letra transmite», Félix Beltrán

TIPOGRÁFICA N.º 33, SEPTIEMBRE DE 1997

1. Conmemoración de los 10 años de *tipoGráfica*
2. «Año o esclavo», Martin Solomon
3. «El diseño y su función», Yves Zimmermann
4. «Diseñar para cada cual», Norberto Chaves

TIPOGRÁFICA N.º 34, NOVIEMBRE DE 1997

1. «Un lenguaje complementario», Jimena Tello
2. «La esencia del diseño», Yves Zimmermann
3. «Un paradigma permanente», Ricardo Blanco
4. «Paul Rand. Estilo no es sustancia», Félix Beltrán
5. «Niklaus Troxler», Nota de la redacción
6. «Congreso de Icograda», Jorge Frascara

palabras ya no quedan fijadas, sino que circulan a enorme velocidad desde su nacimiento hasta su muerte. Desde este punto de vista, es cierto que hay una aceleración en el proceso de creación/destrucción de léxico. La morfología y la sintaxis suelen quedar al margen, aunque no siempre (las traducciones tienen algo que decir aquí).

¿QUÉ RELACIÓN SE PODRÍA ESTABLECER ENTRE ESTAS ESCRITURAS QUE PERTENECEN A DOS MOMENTOS TIPOGRÁFICOS DISTINTOS: POR UN LADO, LA DENOMINADA *escritura informática* (CHAT, MENSAJES DE TEXTO, MESSENGER, ETC.), Y POR OTRO LA ESCRITURA DE LA ERA TIPOGRÁFICA?

En mi opinión, hay muy poca relación, si existe alguna, entre esas dos variantes de la escritura. Cada época histórica ha creado sus propias técnicas y normas para la representación de la lengua escrita, que no son iguales cuando se traza a cincel el epígrafe de un monumento romano que cuando se escribe con una pluma de ave sobre un papiro, un pergamino o un papel. Vendrá después la letra tipográfica, y aquí hay que considerar que tampoco es lo mismo la letra movable utilizada en la composición manual que la obtenida por una matriz linotípica o monotípica (ni siquiera estas dos son comparables técnicamente). En apariencia, las letras tipográficas impresas son iguales, pero los expertos saben que no es así. La escritura tipográfica actual, basada en la letra digital, tiene también sus características y sus elementos distintivos en relación con la letra analógica. La digitalización liberaliza a la letra, nos permite jugar con ella, acercarla a la alfadaña hasta montar una sobre otra o separarla de ella como si entre una y otra no hubiera ningún nexo. Es la expresión del triunfo de la libertad compositiva. Sin embargo, en la era digital la letra sigue utilizándose como en la era analógica, cada una con sus peculiaridades y posibilidades.

En cuanto a la expresividad, las palabras de la escritura tipográfica clásica (analógica) estaban más fijadas al soporte, formaban más parte de él, como algo consustancial. La

escritura digital, por el contrario, concede mayor libertad expresiva a la palabra, le permite lo que antes le estaba prohibido. Así, nos llevamos la sorpresa de que los mensajes informatizados casi instantáneos han venido a sustituir a la vieja y solemne carta enviada por correo postal, y su lenguaje es mucho más informal, mientras que el chat permite comprimir aun más los tiempos y alcanzar casi la simultaneidad. La escritura misma de la lengua permite ahora la utilización informal de abreviaturas de todo tipo, las cuales estaban prohibidas formalmente en la escritura clásica. Algo ha cambiado desde este punto de vista, pero es de suponer que son licencias para un solo uso. La lengua escrita necesita cierta formalidad e incluso solemnidad para arropar el mensaje. Esperemos que se entienda así y cada cual se mueva a sus anchas y con su propio sentido sin abandonar su terreno.



11 THOMAS MILO
PAÍSES BAJOS

Es lingüista especializado en los idiomas ruso, turco y árabe. Dirige *DecoType* y es autor de *Arabic Calligraphic Engine*, un sistema basado en el arte tipográfico árabe que puede utilizarse en distintos sistemas operativos.

¿QUÉ ASPECTOS ESPECÍFICOS DEL DISEÑO DE FUENTES ÁRABES, CONCEPTUALES O FORMALES, ELEGIRÍA PARA APLICAR O LEGAR AL DISEÑO DE FUENTES LATINAS?

Por lo general se da la dirección opuesta: los diseñadores tipográficos están entrenados para trabajar con criterios y pautas de alfabetos latinos. Por lo tanto, es difícil encontrar una fuente árabe que presente características nuevas o desconocidas que puedan aplicarse a lo latino. Me gustaría resaltar un aspecto de la escritura árabe eclipsado por el tráfico unidireccional de las ideas del diseño predominante. El árabe utiliza un pequeño conjunto de grafemas básicos o «letras mínimas», que potencialmente llevan a formas repetitivas y tediosas. Para preservar

la legibilidad, los calígrafos crearon un sistema complejo e ingenioso de usar formas según el contexto, también conocido y utilizado por los compositores de tipos de metal de Medio Oriente.



1. Se pierde la disimilación (derecha) de los grafemas básicos (izquierda). Este ejemplo consiste en un bloque de cinco «letras mínimas» entre dos letras explícitas (لَبَّبَبَبَب). Los puntos sirven como marcas que eliminan la ambigüedad de las distintas letras (لَبَّبَبَبَب).

En el contexto del texto árabe bien escrito o bien compuesto, la disimilación de las letras mínimas es arte, pero también una obligación. En especial, la combinación de letras mínimas y el igualmente sutil sistema de *keshidan* o «estiramiento» exigen destreza a los calígrafos y pericia a los compositores.



2. Disimilación combinada con estiramiento de una palabra que contiene una base لَبَّبَبَب en el medio. No todas las conexiones pueden estirarse. Cuando se realiza el estiramiento, las reglas de disimilación generan patrones nuevos diferentes. Todos los ejemplos de disimilación están compuestos en el nuevo *DecoType Naskh*.

El árabe también desarrolló otro tipo de disimilación. Básicamente, es un tipo de cruza entre estilos caligráficos del que se benefician ambas partes. También se utiliza para eliminar la monotonía, en especial cuando se emplean letras idénticas repetidamente.

1998

TIPOGRÁFICA N.º 35, ABRIL DE 1998

1. «Entrevista a Alan Fletcher», Rick Poyner conversa con Alan Fletcher
2. «País e identidad», Frank Memelsdorff
3. «Muertes y castigos (primera parte)», Carlos Nine
4. «Anatomía tipográfica», Martin Solomon

TIPOGRÁFICA N.º 36, JUNIO DE 1998

1. «Nueva identidad para Telecom», Nota de la redacción
2. «Cómo hablar con el cliente», Michael Hardt
3. «Muertes y castigos (segunda parte)», Carlos Nine
4. «Recuperando la memoria cultural», Ricardo Blanco

TIPOGRÁFICA N.º 37, SEPTIEMBRE DE 1998

1. «Type Directors Club «3», Diego Vainesman
2. «Estrategia y diseño», Yves Zimmermann
3. «Muertes y castigos (tercera parte)», Carlos Nine
4. «El atractivo visual de los glifos», Martin Solomon

TIPOGRÁFICA N.º 38, NOVIEMBRE DE 1998

1. «Industria y diseño», Nota de la redacción
2. «Un nuevo lenguaje estético», Alejandro Piscitelli
3. «Muertes y castigos (última parte)», Carlos Nine
4. «Diseño para la sociedad», Victor Margolin

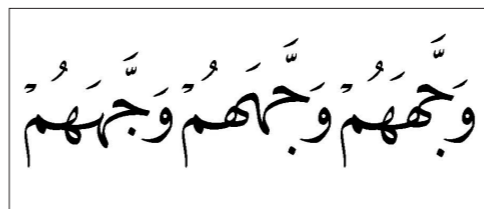


3. Cada uno de estos ejemplos contiene la misma letra más de una vez: اَلْكَلْكَأ (derecha) y وِجْجْجْجْ (izquierda).

No todas las letras pueden recurrir a una alternativa, pero la familia de estilos caligráficos *naskh* presenta suficientes casos como para garantizar una lectura agradable.



4. La letra ك de la palabra اَلْكَلْكَأ se puede disimilar de dos formas. El estilo caligráfico es *naskh*, pero la forma larga distintiva de la ك se tomó prestada del estilo *hufic*.



5. Las letras هه de la palabra وِجْجْجْجْ se pueden disimilar de tres maneras. La ه con forma de ه pertenece al estilo *nasta'liq*, en tanto que la variante con forma de ه es típica del estilo *ruq'ah*. Pero todas migraron legalmente al estilo *naskh*.

Hay una característica que me gustaría que heredase la escritura latina, sin *exaggeration*, sería la disimilación de las letras reduplicadas (el uso de dos tipos de *ghayn*, en la palabra inglesa muestra el principio de disimilación). Se la podría utilizar como un juego de formas sutil para mejorar la legibilidad, especialmente de las ortografías con las dobles letras en exceso, como el finlandés y el holandés.

timo número, no estaba más cerca de elegir uno de ellos que cuando comencé.

Pido perdón a *tipoGráfica*, pero no puedo cumplir su pedido. Ahora me doy cuenta de que no sólo es una tarea difícil, sino imposible. Todos los artículos son excelentes.

Sin embargo, dediqué más tiempo a revisar la serie de artículos escritos por Martin Solomon. Esto es comprensible, ya que Martin es un querido amigo y colega. Sus contribuciones comenzaron en 1987, con *Power of Punctuation* (El poder de la puntuación), que trataba sobre la aplicación conceptual de estos caracteres tan poco valorados. A través de los años, escribió sobre temas históricos y contemporáneos, tradicionales y experimentales, prácticos y alegres. Martin Solomon nos enseñó a vivir lo cotidiano desde una nueva perspectiva y a traducir visualmente las ideas que surgen de nuestro entorno a la página impresa. Nos alentó a mezclar la tipografía con otras formas de arte, transformando lo prosaico en una nueva dinámica. Compartió con nosotros sus perspectivas únicas sobre los números, los adornos, el diseño, los refinamientos tipográficos, la tecnología, el pensamiento conceptual y la educación. En su imaginativa historia *Nought, His Sister Naught and Their Friends* (Cero, su hermana Cero y sus amigos), de 1999, inclusive logró escribir sobre nada.

Lo que se destaca de la serie de artículos de Martin Solomon es que trascienden el tiempo, el lugar y la tecnología. Nos enseña, informa e inspira. Hoy en día sus ideas tienen la misma importancia que cuando fueron publicadas. De hecho, *tipoGráfica* también se destaca por este motivo. Sus páginas hablan a una audiencia internacional sobre distintas consideraciones tipográficas presentadas por medio de las perspectivas individuales de sus colaboradores. Por ello no podía dejar de leer los artículos, y en el futuro le pasará lo mismo a una nueva generación de lectores.



MARTIN SOLOMON | 1932-2006
ESTADOS UNIDOS

Enseñó *Tipografía y Diseño* en la *Parsons School of Nueva York* y coordinó su estudio de diseño desde

1961. En 2003 fue distinguido por el *Type Directors Club* por su valiosa contribución a la tipografía, el diseño y la comunicación.

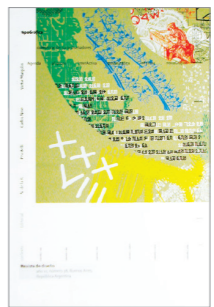
Es difícil creer que ya pasaron 20 años desde que recibí el primer número de *tipoGráfica*. Recuerdo claramente lo impresionado que quedé, no sólo por el diseño de la revista sino por el concepto y la visión de mi buen amigo Rubén Fontana. Lamentablemente, no entiendo español, de modo que no pude apreciar la riqueza del contenido tanto visual como escrito hasta que se incluyó la versión en inglés.

Volviendo a leer las revistas, traté de elegir el artículo más interesante. Sin embargo, no pude, ya que todos eran valiosos. Entonces decidí seleccionar un tema en lugar de un artículo. Esta tampoco era la solución, ya que la amplia variedad de temas expuestos en *tipoGráfica* era inmensa y esto es lo que la convierte en la principal publicación sobre tipografía.

Sus artículos abarcan una amplia variedad de temas, desde lo tradicional hasta lo experimental. Informan sobre el pasado de la tipografía y sobre sus tendencias actuales. Enseñan sobre sus aplicaciones y nos alientan a descubrir formas y lugares inesperados. Presentan a los maestros que perfeccionaron el arte, así como a los que actualmente están dando forma a su futuro. Abordan la tipografía a través de un foro internacional, exponiéndonos a las variaciones de la cultura y las costumbres.

Esta diversidad hace que *tipoGráfica* sea un reflejo perfecto de la tipografía misma. La tipografía es una forma de arte compuesta por muchas facetas. La historia, la tecnología, el diseño tipográfico, lo visual, la producción y todos los demás aspectos se fusionan para formar el todo tipográfico. Para apreciar este arte en profundidad, hay que considerarlo y aceptarlo en su totalidad. Los artículos de *tipoGráfica* permiten precisamente hacer esto.

Felicitaciones a *tipoGráfica* por habernos acercado todos estos maravillosos aspectos de la tipografía y por los que nos acercará en el futuro, cada uno como una brillante faceta de la joya tipográfica.



1999

TIPOGRÁFICA N.º 39, ABRIL DE 1999

1. «Lógica visual». Nota de la redacción
2. «Mundos propios». Marcos Zimmermann
3. «Las versales. Una nueva definición». Stan Knight
4. «Hombre al habla». Román Lejtman

TIPOGRÁFICA N.º 40, JUNIO DE 1999

1. «De oficio, infógrafos». Alejandro Tumas y Alejandro Lo Celso
2. «Hijos por dos años». Adriana Lestido
3. «Carácter». Lucas López
4. «Diseñando la red». Carolina Short y Tomás García Ferrari
5. «Razón de ser. Entrevista a Estela de Carlotto». Rubén Fontana
6. «Levas, engranajes, poleas y tipografía». Martín Solomon

TIPOGRÁFICA N.º 41, SEPTIEMBRE DE 1999

1. «Imagen de tv [I]». Javier Mrad, Florencia Picco y Fernando Vallejos
2. «Still life». Alexa Nosal
3. «Estampas del alma porteña». Facundo de Zuviría
4. «Que lo p...!». Roberto Fontanarrosa
5. «Verdad y medios». Horacio González

TIPOGRÁFICA N.º 42, NOVIEMBRE DE 1999

1. «Argencard en sistema». Nota de la redacción
2. «Patologías gráficas». Raúl Belluccia
3. «Pop latino». Marcos López
4. «Pizza... Entrevista a Bruno Stagnaro». Rubén Fontana
5. «Imagen de tv [II]». Javier Mrad, Florencia Picco y Fernando Vallejos



12 JAMES MOSLEY GRAN BRETAÑA

Es profesor invitado del Departamento de Tipografía y Comunicación Gráfica de la Universidad de Reading, Inglaterra. Fue bibliotecario de la St. Bride Printing Library de Londres y fundador de la Printing Historical Society.

¿CUÁL FUE EL HECHO MÁS RELEVANTE EN MATERIA DE TIPOGRAFÍA EN EL SIGLO XX?

En mi opinión, una de las innovaciones más importantes de la historia de la tipografía fue el descubrimiento de la manera de volcar un dibujo directamente a una tipografía. Durante la década de 1880, el fundidor de tipos Linn Boyd Benton tomó prestado un principio utilizado durante algunos años para fabricar tipos de madera e inventó una máquina que podía punzar el acero y reproducir el modelo de una letra de metal, utilizando un acanalador montado sobre un pantógrafo para reducir la escala del modelo a tamaño texto.

Ésta fue la invención que permitió los sistemas de composición que durarían un siglo: Linotype y Monotype. Ambos necesitaban una cantidad ilimitada de matrices, creadas por medio de punzones precisos e infinitamente reemplazables, en cantidades que el artesano manual nunca hubiese podido igualar. A corto plazo, el uso de los nuevos sistemas de composición casi destruye al fundidor de tipos tradicional, cuya tarea principal era la venta de grandes cantidades de tipos de tamaño texto para la composición a mano de libros y publicaciones.

En 1892, veintitrés fundidoras tipográficas de los Estados Unidos se unieron en defensa propia para crear la American Typefounders Company, bajo la dirección del mismo Linn Boyd Benton. La empresa compitió con Linotype fabricando nuevos tipos en tamaños mayores que los que podía fundir Linotype y a los que promocionaba por medio de material publicitario convincente en diarios y por correo.

La figura clave en esta nueva escena tipográfica era el «director tipográfico». En la American Typefounders Company, Morris Fuller Benton, el hijo de L. B. Benton, ocupaba este puesto, con un talento para desempeñar el papel comparable con el de los nuevos directores de Hollywood. Tenía tanta habilidad para comprar diseños y convertirlos en tipos como para vender el producto a la industria de la impresión. Después de producir una tipografía exitosa, Cheltenham (1902), las innovaciones como la «familia tipográfica» permitieron a la American Typefounders Company crear Cheltenham Bold, Cheltenham Condensed, Cheltenham Bold Condensed y muchas otras variaciones, y persuadir a sus clientes de que cada una de ellas era indispensable. El establecimiento de una gran oficina de dibujo tendió a fomentar una cualidad del diseño mecanicista, presente en su tipografía ATF Bodoni (1911), que fue rápidamente copiada por otros fabricantes de tipos. Pero la Garamond (1918), basada en los tipos de la Imprimerie Nationale de París, que resultó no ser el trabajo del punzonista del siglo XVI, mantuvo las irregularidades del modelo con gran habilidad.

Sin los talentos prácticos similares de F. H. Piermont, la figura equivalente en la empresa inglesa Monotype (que de hecho era de Connecticut, formado como ingeniero en Pratt & Whitney), y su dibujante jefe, F. M. Stelzer, contratado en Berlín, y su voluntad constante de hacer y rehacer punzones hasta que el diseño fuese adecuado, es poco probable que se hubiesen diseñado satisfactoriamente tipografías como las de Eric Gill o los clásicos de la empresa, desde Bembo hasta Baskerville, basadas en modelos históricos.

De modo que nos encontramos ante una paradoja. La tipografía del siglo XX, un gran período de «diseños» tipográficos clásicos, le debe mucho a los ingenieros y a sus habilidades, capaces de convertir una idea en un metal sólido, bien espaciado y alineado.



13 GERRIT NOORDZIJ PAÍSES BAJOS

De 1960 a 1990 enseñó Diseño Tipográfico en la Academia Real de Arte, La Haya. Su trabajo gráfico se ha orientado especialmente al diseño de libros. Es autor de The Stroke of the Pen, entre otros. La serie de artículos escritos para A Typi fue publicada en LetterLetter, 2001.

¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE EL FUTURO DE LA TIPOGRAFÍA?

EL DEVENIR DEL DISEÑO TIPOGRÁFICO. Nuestra visión actual del pasado nos muestra lo que esperamos del futuro. Las generaciones pasadas que escribieron los clásicos de la historia de la tipografía imaginaron que los tipos de metal tendrían un gran futuro. Expusieron estas expectativas en un estudio sobre el pasado que es principalmente una historia de la fundición de tipos. Como sabemos que el futuro que imaginaron nunca llegó, también podemos dudar de que su pasado realmente haya sucedido; no hay ningún ejemplo específico que demuestre la supuesta influencia del grabado a punzón sobre el diseño de letras, en tanto que, por el contrario, se han fundido muchas tipografías que podrían servir perfectamente de modelos caligráficos. Al decir que nuestros clásicos están pasados de moda, estoy reescribiendo la historia por medio de nuevos acontecimientos y otros héroes en pos de ideas diferentes cuyos orígenes surgen de mis expectativas. En este futuro que imagino no se puede distinguir el diseño tipográfico de otros tipos de diseño de letras, como demostraré con algunos dibujos esquemáticos.

La transparencia de las dos pinceladas en la figura 1 debería mostrar que la letra *e* ha sido escrita con pinceladas simples. En contraste con este ejemplo de caligrafía, le di a la letra *e* en la figura 2 una forma más abierta. El contorno también es abierto. Rellené la parte inferior de la letra con la precisión del trabajo artístico antiguo para ocultar la técnica utilizada. En una reproducción no se nota la diferencia entre una única pincelada

2000

TIPOGRÁFICA N.º 43, ABRIL DE 2000

1. «La eficacia editorial». Marta Almeida
2. «Enseñar a diseñar o aprender a comunicar». Norberto Chaves
3. «Alemania, la marca», texto extraído de la revista alemana *form*
4. «Fabricante de museos. Museo Interactivo Mirador, Chile». Alberto Dimborn Baeza
5. «La tipografía en la historia». Luisa Martínez

TIPOGRÁFICA N.º 44, JUNIO DE 2000

1. «La fábrica. Centro de investigación de Luciano Benetton y Oliverio Toscanini». Mirella Musri
2. «Consideraciones en torno al diseño conceptual». Yves Zimmermann
3. «Del exilio voluntario en una universidad británica. Tipografía en la Universidad de Reading, Inglaterra». Alejandro Lo Celso
4. «Atelier National de Recherche Typographique. Aprendizaje de la tipografía, Francia». Peter Keller
5. «Paul Renner, maestro tipógrafo». Christopher Burke

TIPOGRÁFICA N.º 45, SEPTIEMBRE DE 2000

1. «Packs para coleccionar». Diego Giaccone
2. «El diseño gráfico, su interacción con la cultura urbana». Marcela González
3. «La revolución de la luz. PhotoEspaña 2000». Silvana Rodríguez
4. «Rediseño de la imagen para MTV Latinoamérica». Alejandro Abramovich
5. «Almas de piedra». Brenda Berman y Annet Stirling

TIPOGRÁFICA N.º 46, NOVIEMBRE DE 2000

1. «David Carson, *suñer*». Jorge de Buen Linna
2. «Jan Tschichold, contradicciones de lo universal». Griselda Flesler
3. «Reflexiones en torno al hiper código». Rodrigo Fernández
4. «Efecto Bacon». Cecilia Kröppf
5. «Política y absurdo. Entrevista a Landrú». Daniel Chaskielberg
6. «Cabezas bien hechas. Escuela Nacional Superior de Creación Industrial, Francia». Alexander Chinon y Thierry Defert



y una forma semejante construida a partir de muchas pinceladas superpuestas. Si se entiende algo de caligrafía, se puede ver que la primera letra podría haber sido escrita a mano, pero no puedo probar lo que dije sobre las pinceladas transparentes. Sólo puedo pedirles que me crean. La parte inferior de la letra *e* en la figura 1 se parece a la parte rellena de la letra *e* en la figura 2, pero en el primer caso sólo aumenté la negrura de una parte seleccionada de un mapa de bits de las pinceladas escaneadas. La forma de la parte oscurecida no se diferencia de la parte oscurecida a mano de la otra letra.

La letra original de la figura 1 fue escrita en dos pinceladas, la *e* en la figura 2 fue dibujada más detenidamente, pero con mucho mayor lentitud. Sin embargo, en esencia las imágenes resultantes en mi computadora no se diferencian. Ambas letras podrían haber sido escritas con pinceladas simples. En este sentido, son letras manuscritas. Dibujé la letra en la figura 3 de la misma manera que la letra en la figura 2, pero no se podría haber logrado la forma de esta letra con pinceladas simples. Cuando es imposible que una letra haya sido escrita, significa que fue construida por medio de pinceladas superpuestas.

En resumen: hay una diferencia entre la *escritura construida* (diseño de letras) y las *letras manuscritas* (caligrafía). En el primer caso, puede decirse con certeza que las letras no fueron escritas con pinceladas simples. En el segundo, no puede decirse con seguridad si fueron escritas a mano o no. (En los originales es más fácil diferenciar las letras manuscritas de las construidas.)

La tipografía impresa es sólo una imagen compuesta de letras, y no se puede determinar con seguridad si estas letras son tipográficas



YVES ZIMMERMANN ESPAÑA

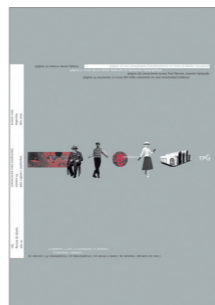
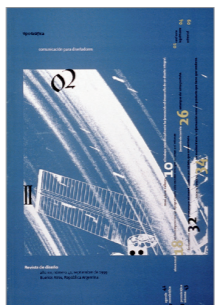
Ha sido profesor de las escuelas de Eina y Elisava, y es conferencista en diversas universidades europeas y americanas. Dirige la colección de libros GG Diseño, de la Editorial Gustavo Gili de Barcelona.

PROGRAMAS PARA DISEÑAR. Entre los muchos artículos interesantes publicados en la revista *tipoGráfica*, quisiera referirme al de Rubén Fontana, «El color como programa» (*tipoGráfica* N.º 65, 2005). Como indica certeramente allí, «Los condicionantes o limitaciones actúan siempre como estímulo para la resolución de un problema; son propios del oficio de diseñar la comunicación». Las limitaciones son los retos que excitan a la inteligencia a resolver creativa, inteligentemente, los problemas que plantean. Lo terrible para un diseñador sería la libertad absoluta para su quehacer.

Este quehacer, como sabemos, se caracteriza esencialmente por producir prototipos de variados objetos signícos (logotipos, carteles, fotografías, imágenes corporativas, etc.) que, para poder ser seriados en grandes cantidades, pasan de modo inevitable por el proceso de la reproducción. Éste se halla regulado de antemano: por ejemplo, los filtros para entresacar los tres colores y el negro de una fotografía en color son unos determinados, y no otros; la inclinación de las tramas para cada color está predeterminada, y para que la cuatricromía sea fiel al original, los cuatro colores deben imprimirse en una determinada secuencia y no en otra; y así con todo el proceso. Ahora bien, lo interesante es percibir este mismo proceso como un sistema que produce resultados predeterminados debido a la regulación de los pasos de los que consta, y ver, a la vez, que desregulando esos pasos es posible establecer una regla nueva, un programa, con el que se pueden obtener resultados inesperados, nuevos y hermosos. Al respecto, véanse las cinco imágenes al final del artículo. Estas nuevas soluciones son la consecuencia de la aplicación de un programa, que es un medio para

enriquecer y ampliar las respuestas-soluciones a un problema planteado. En los ochenta hice un trabajo en sintonía con el que Rubén Fontana expone en su artículo, ya que trataba también del empleo de un programa en el ámbito de la reproducción de imágenes. El programa consistió en variar de manera sistemática las secuencias de las partes del sistema establecido. Por ejemplo, variar las relaciones entre la película de un color de una cuatricromía y la tinta de su impresión: la película del amarillo (era la época en que todavía se reproducía con películas), una vez insolada en la plancha, se imprimía, no con la tinta que le correspondía, la amarilla, sino una vez con la tinta azul, otra con la roja, otra con la negra, por ejemplo. Y así sucesivamente con los otros colores, con las tramas, los colores secundarios, aleatorios, etc. Los resultados obtenidos, igual que en el caso de Rubén, fueron sorprendentes y mostraron también que estas modificaciones producían cambios importantes en la significación misma de las imágenes, que, por más sorprendentes que fueran, podían ser adecuadas a los contextos comunicativos. Visto así, el sistema que produce una reproducción se convierte, de hecho, en herramienta creativa.

Ahora bien, el programa es también una herramienta muy útil en el quehacer cotidiano del diseñador. Lo que caracteriza esencialmente a los prototipos de objetos signícos de toda índole es que no están socialmente codificados, sus significados no son inteligibles como lo son, por ejemplo, los signos de tráfico. Esto suscita siempre la cuestión de su interpretabilidad por parte del receptor. Por eso mismo, a menudo se someten proyectos gráficos a un test público. En esos casos se puede verificar la idoneidad de un programa para diseñar, ya que permite producir una gran variedad de soluciones para un mismo problema, de modo que la elección de la más adecuada se puede hacer con mayor certeza al evaluarla en comparación con otras soluciones-respuestas, muy diversas. Karl Gerstner ilustró esto en forma brillante en su libro *Diseñar programas* (GG Diseño, Gustavo Gili, 1979, publicado por primera vez en alemán en 1964). Que yo sepa, fue el primer diseñador que propuso el



2001

TIPOGRÁFICA N° 47, ABRIL DE 2001

1. «El patrimonio gráfico y su recuperación», Norberto Chaves y Ametia Sánchez
2. «Escrito en el cuerpo», Silvia Cordero Vega
3. «La familia serial», Alejandro Lo Celso
4. «Aprendizaje de un diseño inteligente», Elena González Miranda
5. «Diseño & cognición», Gui Bonsiepe

TIPOGRÁFICA N° 48, JUNIO DE 2001

1. «Basalt», Sumner Stone
2. «La letra chilena», Pepa Foncea
3. «Repensar el oficio. Entrevista a José Martínez de Sousa», Jorge de Buen Ulina y Pablo Cosgaya
4. «Signos aparentes y reales», Silvia Pescio y María L. F. de Mattiello
5. «Diez reflexiones acerca del cartel», AAVV

TIPOGRÁFICA N° 49, SEPTIEMBRE DE 2001

1. «Basilea: la computadora y sus consecuencias. Entrevista a Wolfgang Weingart», Elizabeth Resnick
2. «Gráfica y contexto», Michel Bouvet
3. «Similitudes y respuestas», Jorge Frascara
4. «Objetos Bauhaus», Mariana Juszkiewicz
5. «Pantallas como soporte», Guillermo Stein

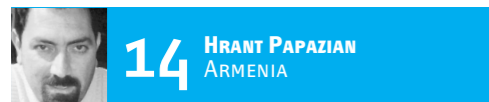
TIPOGRÁFICA N° 50, NOVIEMBRE DE 2001

1. «¿Legible?», Gerard Unger
2. «La desmaterialización del diseño», Jorge Frascara
3. «El diseño del euro», Yves Zimmermann
4. «Tecnología digital», Ernesto Rinaldi
5. «Boleto tipo cartón», Patricio Larrambeber y Daniel Roldán

ficas. En el caso de un texto impreso, es razonable asumir que se trata de tipografía, pero esto sólo se debe a que cuando el diseño del texto está compuesto por líneas rectas y justificadas, deducimos que es tipográfico. Sin embargo, en la descripción de la escritura (de la forma de las letras) no podemos reconocer a la tipografía como tal; falta su marca característica. La tipografía es diseño de letras disponible para la composición. Respecto de la forma, los tipos no se diferencian de los diseños de letras. De hecho, en realidad no existe el *diseño* de tipos.

¿Se hará realidad el futuro que imagino? ¿En mi taller? Sí, mi diseño se basa en el artefacto fundamental, una pincelada de la pluma.

¿En el mundo? No teman, la fobia mundial al poder de las letras manuscritas evitará la reforma de los estudios sobre el diseño.



14 HRANT PAPAZIAN
ARMENIA

Actualmente reside en los Estados Unidos; su interés radica en la confluencia de culturas visuales diversas y en el diseño tipográfico no latino. Es un diseñador multimedia y se desempeña para Agfa, Unitype, IKEA y Disney, entre otros.

¿CUÁL ES SU OPINIÓN ACERCA DEL DISEÑO LATINOAMERICANO DE FUENTES?

Asociar un diseño tipográfico con una zona geográfica o una cultura determinada es tan peligroso como tentador. Cuando afirmamos que, por ejemplo, las fuentes de Roger Excoffon son típicamente francesas, tal vez entre en juego más la retrospectiva que el conocimiento. Y cuando un diseñador tipográfico trata de evocar en forma explícita un lugar o un grupo étnico, los resultados tienden a limitarse claramente a la esfera de la tipografía decorativa. Por otro lado, los estereotipos existen por un motivo, y el Buen Diseño imprime sobre las percepciones generales, y a menudo demasiado simples, la sutileza e imprecisión necesarias para

generar resultados tanto prácticos como convincentes.

No está claro si la incipiente generación de diseñadores tipográficos latinoamericanos tenía la intención consciente de influir de este modo, pero lo cierto es que lo logró.¹ Una gran proporción de fuentes latinoamericanas de los últimos años incorpora ciertos atributos de resistencia y extravagancia en un todo que evoca en forma agradable el empecinado entusiasmo por la vida que el mundo entero asocia con esa parte del mundo; pero la evocación llega sólo hasta el punto óptimo para que algo pueda ser útil a una amplia gama de personas. Los atributos de resistencia pueden verse, por ejemplo, en las típicas serifas robustas y honestas,² en tanto que la extravagancia está presente en el sorprendente malabarismo que predomina con el contraste entre los trazos, presente en el trabajo de diseñadores como Alejandro Lo Celso (Arlt)³ y Miguel Hernández (el maravilloso prototipo para Chile Sans).⁴

El único lugar y período en el que se diseñaron fuentes de esta naturaleza fue Europa oriental durante la primera mitad del siglo XX, y es interesante considerar especialmente los paralelismos sociales para tratar de comprender por qué esto está sucediendo ahora en América latina. Si se tienen en cuenta las condiciones que generaron el trabajo de Menhart y Preissig, no es inverosímil proponer que, debido a que el diseño tipográfico suele ser una tarea «financieramente romántica» (léase no rentable), el reciente colapso económico en la Argentina (y sus efectos regionales) paradójicamente justifica la concentración de intentos de diseñar tipografías de alta calidad. Podría ser que, después de todo, el capitalismo fuera un anatema para el progreso cultural...

Y como cualquier buen adelanto cultural, se está expandiendo. La migración de este estilo fovista hacia el norte y el noroeste se manifiesta en lugares como Typophile.com y se está infiltrando en la evolución privada del diseño de muchos diseñadores tipográficos

progresistas. Pero por el momento, en relación con la cantidad de diseños creados en América del Norte y sobre todo en Europa, las tipografías latinoamericanas son lo que la sangría es al vino.

NOTAS

¹No faltó una organización exitosa y el proyecto Letras Latinas (www.letraslatinas.com) se convirtió en un esfuerzo modelo.

²Por ejemplo, la tipografía Andralis no, de Rubén Fontana: <http://www.neufville.com/FontData/AndSet.htm>

³Recientemente homenajeado en la entrega de premios al diseño tipográfico de Creative Review.

⁴Para más información, véase <http://typophile.com/node/5093>



15 FRED SMEIJERS
PAÍSES BAJOS

Ha diseñado las familias FF Quadraat, DTL Nobel, TEF Renard y FSM Arnhem. Es autor de Counterpunch y Type Now, y en 2000 obtuvo el premio internacional Gerrit Noordzij.

¿ES POSIBLE DETERMINAR QUÉ TIPOGRAFÍA DE LAS ÚLTIMAS DOS DÉCADAS VA A SER UN CLÁSICO EN EL FUTURO?

¿CUÁL SERÁ EL PRÓXIMO CLÁSICO? Ninguna tipografía se utiliza en gran escala eternamente. Incluso el grupo de las Garamond, el pilar de las tipografías que más se usan, tiene sus altibajos. Existen, por supuesto, tipografías como Univers, que ya se ha utilizado en gran escala durante varias décadas, o como Times, utilizada durante casi un siglo. Se las puede llamar clásicos. Yo generalmente las llamo siemprevivas.

Predecir qué tipografía de la década de 1990 será una de las siemprevivas en las próximas décadas es, al mismo tiempo, fácil y muy difícil. Se puede suponer que en los próximos 30 años todavía se utilizarán las tipografías que son muy populares hoy en día. Esto sería lógico, pero también demasiado simplista. De hecho, es más fácil matar a una posible tipografía siempreviva que crearla.

Creo que es mucho más interesante examinar algunos de los factores potencialmente

2002

TIPOGRÁFICA N° 51 (CO-ROW), JUNIO DE 2002

- Commemoración de los 15 años de tipografía
1. «La tipografía en el espacio público y privado», Erik Spiekermann
 2. «El idioma de las letras», Rubén Fontana
 3. «Los romanos escribieron, pero no en alemán, ni tampoco en maya», André Gürtler
 4. «Función de la tipografía en el packaging de grandes marcas», Diego Giacometti
 5. «Ritmo, lenguaje y tipografía», Alejandro Lo Celso
 6. «El diseño tipográfico para diarios y revistas», Matthew Carter
 7. «La otra mirada», Guillermo Stein
 8. «Tipografía para grandes marcas», Lucíej de Groot
 9. «La tipografía como identidad», Zaima Jalluf
 10. «Enseñar tipografía en la UBA», Pablo Cosgaya
 11. «Tipografía y educación», Rosemary Sassoon
 12. «La tipografía on line», Ernesto Rinaldi

TIPOGRÁFICA N° 52, AGOSTO DE 2002

1. «Otro diseño es posible», Silvia Fernández
2. «Objetivar lo social. Entrevista a Jan van Toorn», Elizabeth Resnick
3. «Imágenes y letras», Eric Satué
4. «Mi mejor cliente», Paula Scher
5. «bukvarazi», Maxim Zhukov, Mark Batty, Matthew Carter y Gerry Leonidas

TIPOGRÁFICA N° 53, OCTUBRE DE 2002

1. «Argentinas a las cosas», Norberto Chaves
2. «Libertad, igualdad, fraternidad. Entrevista a Vincent Perrotet», Rubén Fontana
3. «El fotomontaje político», Silvia Pérez Fernández
4. «Mi filosofía del diseño tipográfico», Martin Majoor
5. «Me gusta», Alexander Gelman

TIPOGRÁFICA N° 54, DICIEMBRE DE 2002

1. «Narrativa de la crisis», Alfredo Saavedra
2. «La naturaleza del diseño tipográfico», Fred Smeijers
3. «Diseñador local», David Tartakover
4. «Genealogía de la gráfica argentina», Fabián Carreras
5. «Alfabeto 2.0», Hrant Papazian

CORRESPONSALES



PABLO COSGAYA
ROSARIO

Es profesor titular de las materias Tipografía I y II, en la carrera de Diseño Gráfico de la FADU, UBA. Desde 1991 integra el estudio Cosgaya Diseño, junto a Marcela Romero, desarrollando programas de imagen corporativa, comunicación institucional y proyectos editoriales para empresas e instituciones de todo el país.

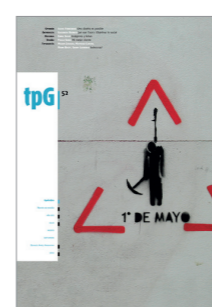
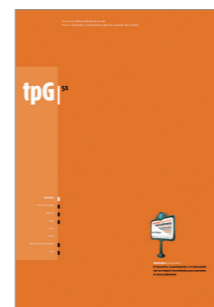
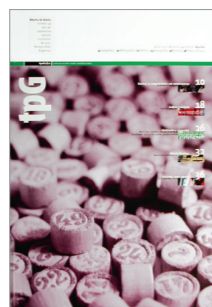
FESTEJOS Y COINCIDENCIAS. Primero pensé elegir el misterioso reportaje a Garamond publicado en el número 1, en 1987. Créanme: ese artículo produjo un efecto tremendo en el pibe que era entonces. Por primera vez en mi vida conocí distintas imágenes de Garamond: la de Monotype, la de American Type Founders, la de Deberny & Peignot. Por primera vez pude leer un texto fotocompuesto en Frutiger.

Pero ¿no les parece una elección demasiado obvia?, ¿a cuántos colegas les habrá sucedido lo mismo?, ¿no estaré siendo poco original?, ¿no sería demasiada coincidencia? Entonces, se me ocurrió definir categorías conceptuales para ayudarme a elegir un artículo dentro de la constante, pareja y siempre sorprendente producción de la revista.

Pensé en artículos que marcaron cambios en el enfoque de la publicación, o en los que se luce el despliegue de recursos visuales, o en los que fueron compuestos por primera vez en una familia tipográfica diseñada en el país, o en aquellos en los que se disfruta la capacidad de producción de una edición sobresaliente, o en los que tratan temas nunca antes abordados.

Todo esto de las categorías me resulta demasiado complejo y racional. A la vez, es mucho menos poderoso que el efecto inicial que produjo en mí el misterioso reportaje del número 1. ¿Qué importa si otros colegas eligen el mismo artículo, el mismo número?

En todo caso, se tratará de otra confirmación del cambio revolucionario que *tipoGráfica* produjo en nosotros.



TIPOGRAFÍA N° 55, ABRIL DE 2003

1. «La gráfica en la guerra del Golfo», Steven Heller
2. «Irón al descubierto», Carolina Rojas
3. «Fatalidad de una retórica de conflicto: crearin-vestigar», Oscar Steimberg
4. «Marchands de la letra aplicada», Diego Vainisman
5. «Convirtiéndose en tipo», Sumner Stone

TIPOGRAFÍA N° 56, JUNIO DE 2003

1. «¿Puede el diseño evitar una guerra?», Carol Wells
2. «La información en un mundo globalizado», Carlos Gabetta
3. «Reseña de la tipografía argentina», Pablo Cosgaya
4. «Apuntes para la sintaxis de una flecha», Francisco Baggiani
5. «Queridos descamisados.», Marcela Gené

TIPOGRAFÍA N° 57, AGOSTO DE 2003

1. «El teclado: una caja de herramientas», Max Kisman
2. «Las mil y una noches de Bagdad», Alberto Giudici
3. «Memoria y Proyecto», Javier Vera Ocampo, Gustavo Wald, Guillermo Brea, Eduardo Ferrer y Pablo Salomone
4. «La renovada escena brasileña», Claudio Rocha
5. «Entre la iconografía y la iconoclastia. Entrevista a George Lois», Marta Almeida

TIPOGRAFÍA N° 58, OCTUBRE DE 2003

1. «Una historia mundial del diseño», Victor Margolin
2. «El hecho y el acontecimiento», María Rosa del Coto
3. «Notas sobre la tipografía en Chile», Pedro Alvarez y Eduardo Castillo
4. «Mariposas en libertad», Luis Siquot
5. «La calle de los inventos», Gabriela Gusmão

TIPOGRAFÍA N° 59, DICIEMBRE DE 2003

1. «El diseño de información», María del Valle Ledesma
2. «Una taza de realidad descafeinada», Slavoj Žižek
3. «Algunas reflexiones acerca de cómo tener ideas originales», Bob Gill
4. «Impresiones de la tipografía mexicana», Jorge de Buen Ulma
5. «La gráfica de la Guerra Fria», Steven Heller

de Meta. En otros cinco años, Meta se convierte en un recuerdo de los «buenos viejos tiempos». Llegamos a 2026.

Aun así, existe una probabilidad aceptable de que Meta resurja, porque las tendencias de diseño van y vienen, al igual que las fundidoras y las tipografías. Y mientras el recuerdo de Meta permanece latente en las activas mentes de diseño, las tendencias cambian y ahora favorecen a los diseños como Meta.

Lamentablemente, como dije, las fundidoras de tipos, los diseñadores tipográficos y las tendencias de diseño van y vienen, pero también sucede lo mismo con la tecnología. Justo en el momento en que Meta tiene la oportunidad de resurgir, alguna tecnología, digamos un nuevo formato de fuentes, se lo impide, y esto es demasiado para FontShop International. La organización no puede convertir su biblioteca a tiempo y, debido a que ha estado luchando por sobrevivir durante varios años, se da cuenta de que ha llegado el fin. La única solución es venderse a otra empresa. Afortunadamente, FontShop tiene mucho para ofrecer y recibe buenas ofertas. Por fin, FontShop es adquirida por una nueva empresa. Los antiguos dueños obtienen un buen precio y gran parte del personal de FontShop conserva su puesto, de acuerdo con la promesa hecha por el nuevo dueño, la empresa X. Aunque fue una gran crisis, todos están contentos con el resultado. Arreglar todas las cuestiones legales con los diseñadores de FontShop (o sus herederos, ya que sólo algunos pocos diseñadores siguen vivos) demora otros tres años. Ahora estamos en 2031.

Todo esto suena bien, pero no para la tipografía Meta. Su nuevo dueño, la empresa X, cuenta con algunas personas muy capacitadas, como el influyente director de tipos, el Sr. Z, que ha estado esperando este momento. El Sr. Z se acuerda muy bien de Erik Spiekermann, porque hace muchos años, cuando él todavía era un joven fanático en la esfera del diseño de tipografías, Erik hizo algunos comentarios negativos (probable-

mente justificados) sobre su trabajo. El Sr. Z nunca lo olvidó y odia a Erik Spiekermann, por lo que está decididamente en contra de Meta. Ha logrado convencer a sus superiores de que hay mucho por hacer, pero que sería un error colocar a Meta en la lista de prioridades. De modo que, en lugar de restablecer Meta, se la pone, por así decirlo, en el congelador. Esto es el golpe de gracia para esta tipografía y para muchas otras que no están en la lista de prioridades del Sr. Z.

Ahora simplemente transcurre el tiempo. Pasan años antes de que se vean las consecuencias de estas políticas empresariales. Digamos que pasan otros cinco años; llegamos a 2036. Esto significa que yo ya tengo 75 años y con suerte sigo ocupado, pero no me dedico tanto al diseño de tipografías. Es cierto que todavía recibo ecos agradables en este campo, pero también estoy un poco cansado. Dedico gran parte de mi tiempo a elaborar y restaurar pianos. Finalmente, decido vender parte de mi biblioteca: los libros sobre tipografía. Van a parar a buenas manos, o sea, a antiguos alumnos que se han abierto camino en el oficio. Esta venta genera una linda reunión, donde se debaten varios temas relacionados con la tipografía. En un momento determinado aparece el tema de Meta. Todos nos preguntamos qué habrá pasado con ella y por qué la empresa X nunca hizo nada con esa tipografía. Así que surge la idea de hacer resurgir a Meta, pero no se puede reactivar de verdad porque la empresa X es dueña de todos los derechos. Esto no es un problema para mis antiguos alumnos; utilizarán la Meta como fuente de inspiración. Nace una nueva tipografía inspirada en Meta, llamada Mucho. Por motivos misteriosos (ya saben, los que nadie parece comprender), Mucho es un éxito inmediato.

Aquí el destino se vuelve un tanto irónico. La exitosa tipografía Mucho atrae toda la atención. No pasa mucho tiempo hasta que nuestro amigo, el Sr. Z, deba explicar a sus jefes en la empresa X «por qué diablos nunca hizo nada con Meta». El Sr. Z es un hombre

de negocios con considerable experiencia, y sus superiores, excepto por cierta desconfianza, no pueden hacer más que considerar lo suyo como un error desafortunado. Pero ahora sólo queda dar órdenes. El mensaje es claro: «¡Sr. Z, vuelva a poner nuestra versión, la verdadera Meta, en el mercado lo antes posible!»

Me alegra que esta fantasía ligeramente morbosa termine por ser favorable a Meta, que, en lugar de convertirse inmediatamente en un clásico, primero tuvo que morir. Treinta años más tarde vuelve a escena, con la posibilidad de convertirse nuevamente en un verdadero clásico.

Personalmente, pienso que lo mejor que se le puede desear a cualquier tipografía es que siga viva. Pero mi historia también demuestra con claridad que existen demasiados factores desconocidos para que puedan hacerse predicciones seguras. Sería bueno que en 2040 se siguieran utilizando algunos de los diseños exitosos de la década de 1990. Por otro lado, no me sorprendería que no sobreviviese ninguno. Ahora saben por qué.



Es diseñador y tipógrafo especializado en diseño interactivo, identidad corporativa y diseño de información. Ha sido fundador de MetaDesign y de FontShop International. Es autor de *Officina*, *Berthold Block*, *Berliner Grotesk* y *Meta*, entre otras.

¿ACTUALMENTE PODRÍAMOS REFERIRNOS A UNA NUEVA TENDENCIA TIPOGRÁFICA? ¿HACIA DÓNDE SE ORIENTA EL DISEÑO DE FUENTES CONTEMPORÁNEO?

LENGUAJE GLOBAL, DIALECTOS LOCALES. LA TIPOGRAFÍA ES MUNDIAL. Se pueden comprar casi todas las fuentes en cualquier lugar por medio de sitios en la Web, como fontshop.com o my-fonts.com. Los diseñadores profesionales de todo el mundo utilizan la misma herramienta: Fontlab es la aplicación estándar indiscutida utilizada para el diseño y la creación de tipos.

Las empresas multinacionales han descubierto que las tipografías exclusivas benefician su marca y que en la actualidad existe vida tipográfica inteligente más allá de los confines del alfabeto latino. Cada vez más fuentes ofrecen conjuntos de caracteres de otros idiomas además del inglés, e incluso tienen versiones en cirílico y griego. Los alfabetos chino, árabe y japonés, entre otros, están comenzando a mostrar más diversidad. OpenType y Unicode son modelos que reconocen la existencia de distintos sistemas de escritura. Las tablas de Unicode contienen alrededor de 60 mil caracteres accesibles, y los diseñadores y compositores de todo el mundo tienen acceso a ellas.

LA TIPOGRAFÍA ES LOCAL. En tanto que probablemente todos los usuarios de computadoras personales del mundo conocen las tipografías Arial, Helvetica, Times New Roman y algunas más, cada vez más diseñadores realizan su propia versión del alfabeto. Las fundiciones digitales ofrecen tipografías para satisfacer necesidades relacionadas con la moda, las técnicas específicas o las preferencias locales. Después de 500 años de supremacía, primero de Europa occidental y después de los países anglosajones, ahora existen excelentes tipos provenientes de los países latinos, Europa oriental, Asia e incluso África. Más aun, si en un país existe una cultura del diseño y la comunicación visual, habrá diseñadores de fuentes. Mientras que muchas de las normas tecnológicas aún provienen de los Estados Unidos, Fontlab se desarrolla en San Petersburgo, Rusia, y los ámbitos tipográficos más animados están en Europa oriental y América latina.

LA TIPOGRAFÍA ES LENGUAJE VISIBLE. Debido a que todos pueden disponer de las herramientas en su computadora y las fuentes pueden descargarse en forma inmediata a precios accesibles, ahora todos los lenguajes, dialectos y culturas visuales pueden expresarse tipográficamente. Si bien el mundo se ha



SILVIA FERNÁNDEZ
COLONIA, FLORIANÓPOLIS

Es diseñadora gráfica, docente y consultora de organismos públicos. Desde 1991 desarrolla programas de imagen y comunicación pública. Actualmente, coordina el grupo de investigación NODAL (Nodo Diseño América Latina).

REINVENTARNOS. Releer los sesenta y nueve sumarios de *tipoGráfica* es un saludable ejercicio de reconocimiento de la complicidad que existe entre la editorial y sus lectores. Es interesante notar cómo en todos estos años de la revista, la realidad, cuando estuvo aquietada, dio lugar a temas de estricto interés profesional, y en tiempos de fervor social se coló, imponiéndose. Indiscutiblemente, el núcleo duro de *tipoGráfica* es este permanente «estado vital» y su compromiso con la calidad profesional e intelectual de los lectores.

Para este juego de «afinidades» que se nos propone para este aniversario recorto dos textos, el artículo de Gérard Paris Clavel «El diseño social» (*tipoGráfica* n° 33, 1997) y la entrevista que Elizabeth Resnick le hace a Jan van Toorn, «Objetivar lo social» (*tipoGráfica* n° 52, 2002). Ambos se centran en la enseñanza y también coinciden en que el sentido del diseño es asumir su rol social. En 1997 Paris Clavel expuso su tesis en un texto de antología –su actitud es de antología–, en plena efervescencia globalizadora y neoliberal. Fue un discurso venido del pasado o, como queda aclarado con el pasar de los años, gritando hacia el presente. Jan von Toorn responde a una entrevista que lamentablemente está hecha en un contexto diferente del nuestro, con intereses y cuestionamientos alineados norte-norte, que aun así explícita también una crítica al poder de los intereses «privados corporativos» y se muestra a favor de los intereses públicos sociales. En las respuestas sobre enseñanza manifiesta su preocupación sobre los cursos de diseño orientados hacia una visión pragmática y estilística, y crítica al sistema de «maestrías que no tienen

programas de estudio realmente interesantes». La enseñanza y la práctica profesional siguen exigiendo una postura frontal ante la realidad. Revisarlas es tan imperioso que ni siquiera alcanza hoy el remanido argumento de la innovación; habría que *inventar* como sociedad una nueva realidad en la cual lo cotidiano exija nuevos objetos y nuevas formas de diseñar la comunicación.



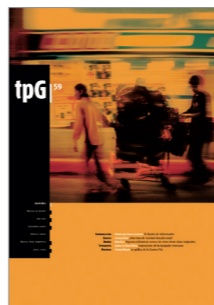
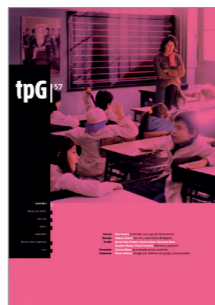
HUGO KOVADLOFF
SAN PABLO

Es director de la empresa Gad Design y profesor del MBA en Branding del Instituto de Tecnología Avanzada de Educación de San Pablo.

ALGUNAS REFLEXIONES ACERCA DE CÓMO TENER IDEAS ORIGINALES. Fue en la década del 70, a través de la colección de Studio Vista y de relatos de colegas que lo visitaron en Londres, cuando tuve el primer contacto con las ideas y trabajos de Bob Gill. En esa época, junto con Alan Fletcher y Colin Forbes, sus trabajos fueron referencia de soluciones creativas y nos proponían una nueva forma de expresar ideas en forma original. Desde entonces sus ideas y conceptos me acompañan en el oficio de diseñador, y por eso elijo «Algunas reflexiones acerca de cómo tener ideas originales» (*tipoGráfica* n° 59, 2003).

Cada vez que se presenta un nuevo trabajo recuerdo sus palabras: «La solución del problema está en el problema». Desde el inicio de mi carrera, la tecnología de la información no ha dejado de evolucionar, pero los procesos creativos defendidos por Gill son los mismos y permanecen más actuales que nunca. «La primera etapa no se relaciona con el diseño, sino con la formulación del problema», afirma el diseñador norteamericano.

Hoy los procesos de *branding* pasan obligatoriamente por lo que se denomina etapa estratégica, que no es otra cosa que la formulación del problema. Cuando Gill habla de originalidad se refiere a las obras que, al descubrirse a sí



TIPOGRAFÍA N° 60, ABRIL DE 2004

1. «Hermann Zapf: Primus inter pares», Víctor García
2. «De signos y siglos», Rubén Fontana
3. «Claves para una traducción sin traición», Marina Garone Gravier
4. «Hacia la lengua vista», Juan Heilbom
5. «La forma sólida del lenguaje», Robert Bringhurst
6. Catálogo: Bienal Letras Latinas 2004

TIPOGRAFÍA N° 61, JUNIO DE 2004

1. «Escritura ailelica», Jim Parkinson
2. «La enseñanza de la teoría en las carreras de diseño», Norberto Chaves
3. «Helvetica exquisita», Rosmarie Tissi
4. «El mst y los medios», Jovana Cestille
5. «Literatura de viaje y modernidad: genealogía y requiem», Ricardo Cicerchia

TIPOGRAFÍA N° 62, AGOSTO DE 2004

1. «Signos, escritura, tipografía», Robin Kinross
2. «Las partes y el todo», Christian Ferrer
3. «Graffiti-estencil: la imagen contra la pared», Claudia Kozak
4. «La experiencia OpenType», Thomas Phinney
5. «El espacio del juego constructivista y el espacio de la vida», Claude Leclanche-Boulé

TIPOGRAFÍA N° 63, OCTUBRE DE 2004

1. «Diálogo de muchos», Zaima Jalilij
2. «No marca país», Silvia Fernández
3. «Archivos políticos de los movimientos sociales en Alemania», Sebastian Haums
4. «El diseño y la ambigüedad», Milton Glaser
5. «El rediseño de los clásicos: Matthew Carter y la interpretación de los modelos históricos», James Mosley

TIPOGRAFÍA N° 64, DICIEMBRE DE 2004

1. «Parísno, una tipografía para el Metro de París», Jean François Pordéz
2. «Riesgo en la sociedad del confort. Apuntes filosóficos sobre el problema de asegurarse la existencia», Peter Sloterdijk
3. «Diseño de información sobre medicamentos», Karel van der Waarde
4. «Proyecto, Investigación, Diseño», Gui Bossepe
5. «La señalética del reverendo Dodgson», Francisco Baggiani

vuelto cada vez más uniforme en lo que respecta a los negocios y el dinero, nunca habíamos tenido una cultura tipográfica individual tan rica. Y continúa creciendo. En tanto que los monopolios mundiales tratan de imponer sus modelos, obviamente las personas de todos los países tienen la necesidad de encontrar su propia forma de expresión. Pareciera que en el mundo tipográfico pueden coexistir tanto lo global como lo local.



17 SUMNER STONE
ESTADOS UNIDOS

Es matemático, calígrafo, diseñador gráfico y profesor. Ha sido director de Tipografía en Adobe Systems, Inc., y miembro fundador de Stone Type Foundry Inc., con amplia experiencia en el diseño de tipografías.

¿CUÁLES SON LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN RELACIÓN CON LOS MÉTODOS DE PRODUCCIÓN HISTÓRICOS?

LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA TIPOGRAFÍA DIGITAL.

La tecnología utilizada para crear tipos ha experimentado tres cambios significativos en poco más de un siglo. El último fue el uso de la computadora personal como herramienta para componer páginas y, además, diseñar fuentes. A mediados de la década de 1980 se consideró (sobre todo entre las personas que participaban en esta actividad) que el efecto potencial de la autoedición era semejante al de la incorporación de los tipos móviles a mediados del siglo xv. Aunque participé en la estimulante actividad de la década de 1980, me pareció que esta comparación era exagerada. Se trataba de herramientas de edición más eficientes, por supuesto, pero, ¿podían compararse con el invento de Gutenberg?

A medida que pasa el tiempo, estoy cambiando de idea. Por cierto, el crecimiento de la Web, a pesar de su calentamiento inicial, tiene un gran impacto sobre las prácticas de comunicación de las personas, y me di cuenta de que los cambios en el industrializado Occidente son relativamente modestos en com-

paración con el efecto que la revolución de la autoedición tiene en muchas otras partes del mundo. En sociedades en las que no existía la tipografía, o estaba muy limitada, la revolución se asemeja ahora a la de Gutenberg. Se están diseñando tipografías en muchos lugares donde hace 20 años no existían, o eran muy rudimentarias.

Aún falta escalar varias montañas técnicas y organizativas para hacer realidad el potencial que ofrecen las computadoras personales en el diseño de lenguajes escritos en todo el mundo. En la India, por ejemplo, sólo recientemente el gobierno anunció la finalización de una importante etapa de un proyecto de diseño y distribución de fuentes para los principales idiomas del país en un formato estandarizado.

Es fácil imaginar que las personas de todo el mundo se enfrentan con desafíos significativos en lo que respecta a la adaptación de su lenguaje escrito a la computadora. Estos desafíos no son sólo técnicos, sino también de carácter político, estético, étnico, religioso y financiero. Se podría pensar que el alfabeto romano es la excepción, pero no lo es. El pequeño número de fuentes incluidas en cada computadora todavía impone graves limitaciones. Estas fuentes son las únicas suficientemente prácticas para su utilización en la Web en todo tipo de texto, excepto titulares o logotipos, y no son ni remotamente suficientes. Por último, los interesados en Internet, muchísimas empresas y personas, se darán cuenta de que las limitaciones de la Web en cuanto a tipografías también impiden la realización plena del potencial de la red.

Algunos de mis amigos se quejan de la mala calidad tanto de los tipos como de las tipografías que produjo la «revolución» en los Estados Unidos. Es cierto que ahora el diseño de tipos y la tipografía forman parte de la cultura popular norteamericana. Si a uno no le gusta esta cultura, es probable que tampoco le guste su tipografía. Las tipografías gratuitas y desechables abundan.

También es cierto que hay una gran actividad y energía en la esfera de las «tipografías más serias». *tipoGráfica* ha sido una fuente permanente de información sobre estas actividades. Éste es sólo uno de los motivos por los cuales siempre me alegra recibir la revista en mi pequeño valle agrícola en el norte de California, donde vivo.

Percibo una tendencia preocupante en la enseñanza del diseño en muchas escuelas de los Estados Unidos. Da la impresión de que la capacitación en la esfera de las artes gráficas consiste principalmente en utilizar la computadora y su software. Se dedica poco tiempo a los aspectos conceptuales del diseño, y no se enseña a dibujar y escribir. Es un mundo en el que se copia y se pega. Esta tendencia ya ha durado varios años y no parece que vaya a cambiar. Pienso que está afectando en forma negativa la profesión de diseñador.

Desde un punto de vista personal, agradezco la nueva tecnología. Gracias a ella soy diseñador de tipografías. Es obvio que nunca hubiese podido tener mi propia fundidora unipersonal sin ella.



18 ADAM TWARDOCH
POLONIA

Diseña fuentes y herramientas tipográficas para FontLab Ltd., Linotype y MyFonts, entre otras; se ha especializado en brindar ayuda a los diseñadores para optimizar el correcto desarrollo de los ogoneks. Es delegado de ATypI en Polonia.

EN EL FUTURO ¿SERÁ NECESARIO AMPLIAR EL SET DE CARACTERES TIPOGRÁFICOS?

¿Qué es una fuente? Es un conjunto de glifos, caracteres y signos de escritura diseñados según un estilo en particular. Si dejamos de lado por un momento las fuentes pictóricas y de símbolos, podemos acordar que una fuente se utiliza para componer texto. Cuantos más glifos tenga una fuente, potencialmente más textos se podrán componer. El conjunto de caracteres básico de una fuente

por lo general contiene las letras mayúsculas y minúsculas del idioma inglés, algunos signos de puntuación y unos 70 glifos acentuados para los «idiomas occidentales». El antiguo conjunto de caracteres Adobe Iso-Roman, utilizado por la mayor parte de los diseñadores en la mayoría de las fuentes Type 1, incluye idiomas como el inglés, el español, el alemán y el francés, pero no tiene los caracteres acentuados necesarios para escribir en gaélico escocés, checo o polaco.

Desde que diez nuevos estados se adhieron a la Unión Europea en 2004, la mayoría de las fuentes del mercado no pueden utilizarse para escribir en todos los idiomas de la Unión Europea. Por supuesto, el griego es una excepción. Un sistema de escritura diferente requiere otro trato. Nadie espera que todas las fuentes nuevas incluyan glifos para todos los idiomas posibles basados en el latín, el cirílico y el griego. Sin embargo, hay más de 50.000 fuentes en el mercado, y los nuevos adelantos tipográficos deben competir no sólo por medio del estilo de las formas de las letras, sino también por medio del conjunto de caracteres. Si tuviese que elegir entre una fuente que admite 20 idiomas y otra fuente de aspecto similar que admite 40 idiomas, seguramente elegiría la segunda, aunque fuese más cara.

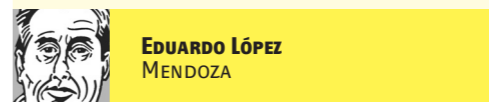
En la actualidad los editores de fuentes como FontLab Studio 5 ofrecen poderosos mecanismos que simplifican muchísimo la creación de caracteres diacríticos. Colocar anclas en los acentos, utilizar la opción «crear glifos si está vacío» y generar grupos de kerning en forma automática; todo esto puede hacerse con rapidez. Como resultado, se obtiene el doble de caracteres en la fuente a un costo proporcionalmente bajo. Los sitios web como diacritics.typo.cz ofrecen consejos a los diseñadores sobre cómo diseñar caracteres adicionales.

El formato de fuentes OpenType y la norma de codificación Unicode son cada vez más populares entre los usuarios y programadores de software. Hace tiempo que los

mismas, se distinguen de lo conocido. La única manera de encontrar una solución original es profundizar en el problema.

Max Raphael (Polonia, 1889 - Estados Unidos, 1952) fue un importante historiador marxista, profesor de arte moderno en la Volkshochschule de Berlín y discípulo de Bergson. Dos de sus obras más conocidas son *Proudhon, Marx, Picasso; tres estudios sobre la sociología del arte* (1933) y *Las demandas del arte* (1968). Max Raphael, en la misma línea de pensamiento de Gill, afirmaba: «Originalidad no es el deseo de diferenciarse de los demás o de producir algo totalmente nuevo; es entender (en el sentido etimológico) el origen, las raíces de nosotros mismos y de las cosas que nos rodean».

Bob Gill concluye su artículo con un consejo muy útil para los diseñadores. Me apropio de la cita para finalizar mi comentario: «No importa cuántas veces su cliente rechace un trabajo. Aunque su trabajo le parezca increíble, absolutamente brillante y las razones del rechazo, arbitrarias, frívolas y tontas, siempre existe otra solución brillante e increíble. A veces hasta mejor».



EDUARDO LÓPEZ
MENDOZA

Docente en la Facultad de Artes y Diseño de la UNCUYO. Miembro de grupo Grapo, colectivo de diseño de afiches político-culturales.

EL AFICHE POLÍTICO COMO MANIFESTACIÓN DE SALUD.

Dado a la difícil tarea de elegir uno entre tantos, seleccionaría el artículo y reportaje de Carolina Rojas a Alain Le Querrec «El afiche como enfermedad crónica» (*tipoGráfica* n° 69, 2005), porque da testimonio de otras maneras, entradas y posibilidades del diseño gráfico frente a la ya consagrada de herramienta de la lógica del consumo capitalista (enfaticada en los planes de estudio de diversas instituciones de enseñanza), rescatando el carácter utópico y libertario de su etapa fundacional, ligado a las vanguardias estéticas de comienzos del siglo xx.

También por sus reflexiones alrededor de la idea de oficio (como un *saber hacer*), en busca de un lenguaje autónomo que trascienda el mensaje por la manera en que lo dice, lejos de la idea mecánica de comunicación (auspicada por disciplinas que el diseño –en su orfandad epistemológica– toma como propias) que subordina el diseño a la solución conceptual previa a las formas.

Además, por proponer al diseñador como un artesano culto y una *receptor* sensible, que trabaja basándose en su intuición y rescata de lo más profundo de sí mismo imágenes que no tienen una lectura unívoca y que encuentran sus propios lectores sin definirlos previamente, como sucede en las estrategias publicitarias.

Porque deja clara la necesidad de la búsqueda de un lenguaje económico y contundente, que acepte y enfatiche su polisemia, alejándose del barroco tecnológico vigente, de los imperativos económicos y de la dictadura del sentido.

Finalmente, porque su claridad conceptual nos hace recordar que en el marco de la pretensión académico-científica se produjo –en un momento que se nos escapa– lo que podemos definir como el olvido del oficio, y nos puede ayudar a evitar que se produzca (parafraseando al filósofo) el olvido del olvido.



VALENTINA MANGIONI
LA PLATA

Es diseñadora en Comunicación Visual, UNLP, y Master en Diseño de Información, UDLA, México. Actualmente se desempeña en el Banco Central de la República Argentina y dicta clases en el Instituto Superior de Ciencias, La Plata.

«La Marca. Identidad del producto e identidad de la empresa», de Oriol Pibernat i Domènech (partes I y II, *tipoGráfica* n° 11 y 12, 1990), son dos artículos muy concretos que explicitan conceptos de *identidad del producto e identidad de la empresa*. En mi opinión son útiles para explicar los orígenes, las funciones y los requisitos que deben cumplir las marcas.



TIPOGRAFÍA N° 65, ABRIL DE 2005

1. «Un ensayo sobre tipografía», Christopher Burke
2. «El color como programa», Rubén Fontana
3. «El camino ancho y abierto», Marshall Berman
4. «Papel de regalo tipográfico», Bettina Ulrich
5. «Una dama de las letras», Víctor García

TIPOGRAFÍA N° 66, JUNIO DE 2005

1. «Hablando sobre la tipografía», Peter Bilak
2. «Maximizar la audiencia. Entrevista a Gabor Palota», Linda Rampell
3. «La teoría de la piel de Vilém Flusser», Silvia Wagnemaier
4. «De la dermatología de Job», Vilém Flusser
5. «Una lección de fundamentos», Ricardo Cicerchia

TIPOGRAFÍA N° 67, AGOSTO DE 2005

1. «La nueva tipografía árabe», Huda Smitshuijzen Alifantes
2. «La tipografía integral versus Tschold», Juan Jesús Arraúsi
3. «El deseo del fotógrafo», Ricardo Forster
4. «Señales de un nuevo tiempo en las calles de Sudáfrica», Garth Walker
5. «El diseño gráfico en México», María González de Cosío

TIPOGRAFÍA N° 68, OCTUBRE DE 2005

1. «El público recrea la trinidad», María del Valle Ledesma
2. «El innovador dúo del diseño holandés», Emily King
3. «Retórica del negro, blanco y rojo», José Luis Caivano y Mabel López
4. «El futuro de la educación», Donald Norman
5. «Viva Gropius», Klaus Weber

TIPOGRAFÍA N° 69, DICIEMBRE DE 2005

1. «Tipografía y cartografía», Felix Arnold
2. «El tiempo de las mujeres», Raquel Pelta
3. «Alain Le Querrec o el afiche como enfermedad crónica», Carolina Rojas
4. «Malvenido Bush», Valeria Melon
5. «El sujeto como proyecto», Yves Zimmermann

principales programas de Adobe, Apple y Microsoft admiten Unicode y, en parte, OpenType. QuarkXPress 7, que será lanzado próximamente, también admite ambos, lo que marca un importante acontecimiento histórico. Por primera vez será realmente difícil encontrar un programa o sistema importante que no admita fuentes OpenType con conjuntos de caracteres adicionales.

Si bien diseñar fuentes OpenType basadas en Unicode no es más fácil que diseñar fuentes «normales» PostScript Type 1 basadas en ISO-Roman, por cierto es más fácil que diseñar conjuntos separados de fuentes occidentales, centroeuropeas, rumanas, bálticas y turcas. En el pasado, sólo los vendedores especializados tradicionales de «fuentes extranjeras», como URW++, Monotype o ParaType, diseñaban este tipo de fuentes. Otros vendedores de fuentes importantes como Adobe, Bitstream, FontShop International o Linotype no vendían fuentes Type 1 no occidentales, excepto un pequeño conjunto de sus fuentes básicas o cuando una empresa lo solicitaba. Pero a partir de OpenType, la mayoría de estos vendedores actualizaron y ampliaron las definiciones de los conjuntos de caracteres para incluir por lo menos todos los idiomas europeos que utilizan el alfabeto latino. Muchos de los proveedores más pequeños, tanto norteamericanos (por ejemplo, House Industries, P22, Thirstype y Terminal Design) como europeos (astype, LucasFonts, Storm y Underware) han hecho lo mismo. Estos proveedores de fuentes tienen una clara ventaja competitiva sobre los que siguen manteniendo las normas antiguas. Actualmente, pocos usuarios aceptarían una fuente que no incluya el glifo del euro. En el futuro, muchos usuarios se quejarán si su fuente sólo admite la mitad de los idiomas europeos.

* El ogonek (en polaco, «colita») es un signo diacrítico en forma de gancho que se coloca en la esquina inferior derecha de las vocales del alfabeto latino. Se utiliza en polaco, lituano, navajo, apache occidental, chiiricahua y tutchone.

19 GERARD UNGER
PAÍSES BAJOS

Es diseñador gráfico, tipógrafo, diseñador de tipos y docente. Tiene una amplia y reconocida experiencia en el diseño de familias tipográficas. Entre sus trabajos se encuentra la tipografía diseñada para la compañía de transporte público de Amsterdam.

SE CONSIDERA QUE EN LOS ÚLTIMOS 50 AÑOS HAN EVOLUCIONADO LOS PARÁMETROS DE LEGIBILIDAD. ¿EN QUÉ SENTIDO CONSIDERA QUE SE MANIFIESTA ESA EVOLUCIÓN?

El número de lectores parece estar disminuyendo en todo el mundo, y las personas que leen dedican menos tiempo a la lectura que los lectores de hace 20 o 50 años. Por otro lado, parecería que las personas que todavía se dedican a la lectura leen más, y lentamente está aumentando la edad promedio de los lectores. Como resultado de la lucha contra el analfabetismo, probablemente más personas que nunca estén aprendiendo a leer. Pero no todos los que aprenden a leer se convierten en lectores.

Toda esta información debe tratarse con cuidado, ya que está basada en investigaciones limitadas. En mi propio país, los Países Bajos, se ha investigado ampliamente la lectura, pero no en los últimos tiempos. Hasta ahora, sólo podemos adivinar la influencia de la Web sobre la lectura y hacer conjeturas sobre cómo leeremos dentro de diez años. No obstante, a los diseñadores tipográficos y a los tipógrafos les gustaría saber algunas cosas, para pensar en la manera de crear nuevos diseños.

Si muchos lectores leen más en menos tiempo, ¿no deberíamos usar tipografías y diseños de página completamente distintos? Es un tanto desconcertante que los diseños de página clásicos y los diseños de tipografías que tienen cientos de años de edad todavía sigan funcionando bien sobre el papel y que las convenciones tipográficas establecidas también se usen en la pantalla. ¿Cómo puede ser que se utilice una nueva versión de Garmond (creada originalmente alrededor de

1530) para promover una nueva tecnología, como sucedió hace poco tiempo? Si los lectores se quejan de algo, por lo general es de los experimentos de los diseñadores. Y si los diseñadores cuentan con poca o ninguna información sobre el modo de adaptar las tipografías y el diseño de texto a las nuevas condiciones de lectura, lo que les queda es la creación de nuevos estilos, en lugar de una producción funcionalmente diferente. Las consecuencias de esta elección se han hecho visibles durante la última década del siglo xx; la mayoría de los diseños originales de tipografías experimentales de ese período no han dejado rastros. Desde entonces, el diseño de tipografías se ha tornado conservador.

¿Dónde podemos encontrar la información necesaria que nos permita tomar la decisión acertada: seguir utilizando las convenciones existentes o comenzar a experimentar para realmente mejorar el acto de la lectura? Es muy difícil obtener esta información, no existe mucha y está muy diseminada. ¿No convendría que existiese un instituto en algún sitio donde se reuniera esta información para que los diseñadores pudieran acceder a ella y donde fuera posible llevar a cabo las investigaciones necesarias? En su ausencia, continúo avanzando por mi cuenta, lentamente, milímetro a milímetro.

20 HERMANN ZAPF
ALEMANIA

Ha diseñado alrededor de doscientos alfabetos, entre los que se encuentran alfabetos latinos, griegos, cirílicos y árabes. Es doctor Honoris Causa por la Universidad de Illinois y miembro de importantes asociaciones de caligrafía y tipografía del mundo.

¿POR QUÉ SE DISEÑAN NUEVAS TIPOGRAFÍAS Y SE REDISEÑAN TIPOGRAFÍAS HISTÓRICAS EXISTENTES? ¿CUÁL ES LA INFLUENCIA DE OPENTYPE EN LA PRESENTACIÓN DIGITAL DE ESTOS NUEVOS ALFABETOS?

Muchos de los alfabetos clásicos actuales fueron diseñados originalmente como tipos me-

tálicos, pero debemos recordar que fueron creados con todas las restricciones del proceso de fundición y las limitaciones técnicas del invento de Gutenberg. Los diseñadores debieron aceptar soluciones de compromiso, sobre todo en cuanto a la inclinación de la cursiva. La tecnología digital actual libera a los diseñadores de todos estos problemas del pasado.

Hoy en día deberíamos aprovechar las posibilidades ilimitadas de OpenType para rediseñar varias tipografías clásicas, por ejemplo, en mi caso, los alfabetos Palatino y Optima. Muchas otras tipografías clásicas también se beneficiarían con OpenType.

Palatino se diseñó entre 1948 y 1950 para la composición a mano y para la máquina de composición de linotipo. El principio de linotipo no permitía que el kerning de las letras estuviese fuera de línea, como en el caso de la *f* en cursiva. Las versiones en cursiva y negrita tenían que ser del mismo ancho que las letras en romana. Palatino es la tipografía más copiada en todo el mundo, y durante muchos años quise diseñar una versión autorizada para contrarrestar todas las versiones basadas en esta tipografía y, además, diseñar el alfabeto de acuerdo con las necesidades actuales de la manera más perfecta posible. Hace algunos años tuve por fin la oportunidad de rediseñar Palatino, que ahora se llama Palatino nova.

También rediseñé Optima totalmente. Esta tipografía diseñada en 1950 no tenía una versión en cursiva, sólo una versión romana inclinada de 12° por razones técnicas. La versión cursiva de Optima nova es de 15° y el descendente de la letra *f* cuelga hacia la izquierda.

Los rediseños incluyen versalitas y números antiguos, entre otros. Los diseñadores aprecian los alfabetos para titulares y los adornos.

En la actualidad los diseñadores jóvenes no deben hacer frente a las restricciones que imponen las técnicas antiguas. No están limitados por todos los problemas de los tipos metálicos. Pueden diseñar sus alfabetos libremente y usar su imaginación utilizando las posibilidades ilimitadas de la tecnología digital. ●

El tema se aborda desde una perspectiva empresarial, y en la primera parte se hace especial mención de *aspectos comunicacionales y de imagen, legales, económicas y comerciales*, como también de las *políticas de marca, propiedades y tipos de éstas*. En la segunda parte se tratan la *imagen de marca, la denominación* y los *signos visuales*, y los *requisitos funcionales, semánticos, expresivos y formales* que deben cumplir.

Es ideal para comprender las relaciones entre producto, packaging, empresa y consumidor. Por otra parte, considerando que la marca excede los límites gráficos, y complementando este texto con el de otros autores, se puede tomar como base para analizar *la imagen de marca, el nombre de la marca y los signos visuales de la marca* en el ámbito de las comunicaciones institucionales. Es interesante ver cómo se vinculan estos conceptos a los estudios de imagen institucional y a la medición de los índices de contenido, notoriedad y motivación, como también a la investigación de la formación de la imagen a partir de las fuentes de información y el marco de referencia de los públicos.

Estas dos entregas sobre la marca son realmente didácticas. Su estilo de redacción, claro y comprensible, el desarrollo de los conceptos y la gran cantidad de ejemplos las convierten en material de referencia para muchas asignaturas vinculadas al diseño.

DIEGO VAINESMAN
NUEVA YORK

Es diseñador gráfico y multimediático y profesor en la Parsons School. Forma parte del comité asesor del Type Directors Club de Nueva York.

«It was twenty years ago today that Sergeant Pepper taught the band to play» (Hoy hace veinte años que el Sargento Pepper le enseñó a la banda a tocar). Hace 20 años, Martin Solomon empezó a enseñarnos a algunos de nosotros cómo componer musicalmente en la página tipográfica. Hace 20 años, un artículo cambió el concepto del arbolito y lo transformó en bosque.



La emancipación de las sanserif Nuevas estrategias de diseño tipográfico

Jan Middendorp



Diseño de Evert Bloemsma realizado para demostrar las posibilidades de su innovadora tipografía FF Legato (2004).

Hace algunos meses hubo un interesante debate sobre las tipografías sanserif entre los participantes de la lista de correo electrónico de la Asociación Tipográfica Internacional (ATypI). En esa oportunidad alguien preguntó acerca de la historia de la sanserif y otro participante mencionó una tesis sobre este tema escrita por Sara Soskolne, una joven integrante de ATypI, en la Universidad de Reading. Ese mismo día, varios miembros comenzaron a planificar la publicación de la tesis en forma de libro. Luego el diseñador John Hudson preguntó, en broma, si un libro sobre la historia de la sanserif debía escribirse con una tipografía con serifa o sin ellas. El resultado fue un intercambio muy animado sobre las ventajas y desventajas de este tipo de letras. Me sorprendió la reacción de algunos de los participantes ante la idea de utilizar una tipografía sanserif –cualquier sanserif– para diseñar un texto académico. Erik Spiekermann fue, como siempre, directo: «Un libro se diseña de acuerdo con su función y su audiencia. Si este texto va a ser leído y estudiado, y no va a ser un libro decorativo, lo apropiado sería utilizar una tipografía con serifa. En este caso, normalmente usaría una tipografía sanserif para los epígrafes, para lograr contraste».

Sin serifa para algo atractivo y para generar contraste, y con serifa para un texto más serio. Para muchos tipógrafos, esta noción es una regla (o un hábito) inalterable. No siempre fue así. Paul Renner, un tipógrafo que recibió una educación tradicional, utilizó su propia tipografía Futura para su trabajo teórico *Die Kunst der Typographie* (El arte de la tipografía). En la década de 1950, predominaba el estilo funcionalista «suizo» o «internacional» y, como consecuencia, surgieron tipografías como la Neue Haas Grotesk (Helvetica) y Univers. En las décadas siguientes, estas tipografías se utilizaron en muchos libros y publicaciones diversas. Cuando las observamos ahora, no parecen muy amigables. Como el libro de Renner, sus diseños se perciben como programáticos y no ergonómicos, funcionalistas pero no muy funcionales.

Este tipo de modernismo sobrevive aun en la actualidad. Una generación de diseñadores más jóvenes ha descubierto la tipografía funcionalista «con onda»: un texto compuesto

con Univers, preferentemente Univers 45 Light, genera columnas grises, una textura ideal y casi abstracta que puede utilizarse para construir páginas bonitas, visualmente sutiles. Algunos diseñadores, especialmente en Gran Bretaña, tienen una marcada preferencia por este enfoque sin sanserif ligeras, aun en el caso de libros sobre formas y funciones tipográficas. Mientras leía *20th Century Type Remix* (Remix de tipos del siglo xx), de Lewis Blackwell, compuesto en Helvetica Light de 8 puntos, me di cuenta de que pronto necesitaría anteojos para leer.

LA NUEVA GENERACIÓN. Sin embargo, el exigente tipógrafo de hoy en día cuenta con muchas más herramientas que le permiten diseñar tipografías sanserif sin que el lector pase por una mala experiencia. Las nuevas sanserif utilizan otras estrategias de diseño, cuyos objetivos son la legibilidad y la forma de las palabras. Erik Spiekermann debe haber estado pensando en estas tipografías cuando agregó al párrafo citado anteriormente: «Por supuesto, podría utilizarse una de esas nuevas fuentes sanserif que tienen más contraste y calidez que las tipografías suizas habituales. ¿Puedo sugerir FF Meta?» Por supuesto, la Meta de Spiekermann, presentada en 1991 como parte de su propia biblioteca FontFont y actualizada periódicamente desde entonces, es un clásico moderno y una sanserif muy legible. Pero tiene un aire oficinesco y, a pesar de las seudoserifas que funcionan como recursos para dar forma a las palabras, los caracteres siguen siendo bastante individualistas.

Sin embargo, ahora hay una nueva generación de sanserif, además de Meta, que actúa de manera diferente. Gran parte de ellas pueden encontrarse en la biblioteca de tipos FontFont y en muchos otros lugares.

La mayoría de los tipógrafos que trabajan con tipografías para libros elegirían una tipografía sanserif clásica o clásica contemporánea. Se sabe que estas letras presentan dos características principales que las hacen fáciles de leer: serifa y contraste entre los trazos. La horizontalidad de las serifa funciona como un pegamento visual entre las letras, alentando al ojo del lector a ver palabras en lugar de caracteres individuales. El

Las tipografías sans humanistas irrumpieron en el escenario tipográfico como una alternativa frente a las sanserif clásicas. La hegemonía de las serif frente a la autonomía de esta nueva clase de sans parece haber llegado a su fin. Ahora podrán alcanzar la legibilidad de las mejores tipografías con serifa.



1. Una de las primeras tipografías sanserif humanistas publicadas por FontShop International: Quadraat Sans, de Fred Smeijers, utilizada para la identidad corporativa del SNS Bank, de los Países Bajos.
2. Finnegan, de Jürgen Weltlin, publicada por Linotype, es una de las sanserif nuevas más alegres y «pintorescas».
3. FF Balance, de Evert Bloemsma, publicada por FontShop International en 1993.
4. Páginas de un catálogo de muestras de la or Versa Sans, de Peter Verheul, publicado por OurType.
5. FF Signa, de Ole Søndergaard, utilizada en la portada de la edición danesa [009/2001] de Druk, la revista de FontShop. Diseñada por el autor de este artículo, que observó algunos paralelismos entre la forma llamativa de la g minúscula y la famosa silla Panton, creada por el diseñador danés Verner Panton.

LT Finnegan

Regular, *Italic*, **SMALL CAPS**
 Medium, *Italic*, **SMALL CAPS**
 Bold, *Italic*, **SMALL CAPS**
 Extra Bold, *Italic*

a direction of movement,
 based in writing,
 from upper left to lower right.
 1234567890

1 contraste o énfasis de los trazos diagonales que puede encontrarse en letras basadas en los modelos de los siglos XV a XVII acentúa este efecto: sobre la base del trazo que deja una lapicera de pluma ancha, une a las letras entre sí por medio de un cinturón de seguridad virtual, del ángulo superior izquierdo al inferior derecho. Por lo tanto, en lo que respecta a la legibilidad, estas tipografías parecen ser preferibles a aquellas basadas en otros modelos anteriores, que presentan contrastes verticales y tienden a acentuar la letra en lugar de la palabra, como Helvetica o Univers, que también poseen una sutil tensión vertical.

LOS SANSERIF HUMANISTAS. Los tipos renacentistas y barrocos son intrínsecamente agradables para la lectura, por lo cual es lógico que los intentos de diseñar una tipografía sanserif partieran de ese punto. Aunque la de Eric Gill todavía era en cierto modo un híbrido, sus proporciones y su «propósito» eran los de la tipografía romana clásica y no los de la tipografía moderna (igual que las tipografías «grotescas», como Akzidenz). Tres décadas después, Hans Eduard Meier diseñó la innovadora Syntax (1968), y así creó un nuevo género: «la sanserif humanista». Ésta, en resumen, sigue la lógica formal (las proporciones y la referencia intrínseca a la escritura humanista) de las tipografías romanas de los siglos XV y XVI, pero reduce el contraste y elimina las serifas. Tradicionalmente, las letras sanserif tienen poco contraste; el tipógrafo, docente y escritor Gerrit Noordzij incluso dice que «sanserif» es literalmente lo mismo que «sin contraste», y por lo tanto, en última instancia, es un término superfluo.

Un tiempo antes de que otros diseñadores comenzaran a explorar este terreno en forma significativa, a partir de mediados de la

década de 1980 comenzaron a aparecer más formas humanistas de poco contraste. La tipografía Flora (1984), de Gerard Unger, fue un hito del género; una sanserif vertical en itálica basada en la caligrafía. Lucida Sans (1985), de Bigelow y Holmes, también merece llamarse «humanista», principalmente debido a su elegante itálica caligráfica. La «verdadera» itálica de Flora y Lucinda fue un paso importante; hasta ahora, casi todas las sanserif, incluidas las humanistas como Syntax y Frutiger, eran romanas inclinadas en lugar de cursivas.

Después de 1990, fue más fácil diseñar grandes familias combinadas merced a la presentación del código de fuente PostScript Type 1 de Adobe. A partir de ese momento todos los diseñadores pudieron diseñar libremente sus propias fuentes PostScript en una computadora personal. Se diseñaron varias sanserif humanistas como parte de una familia con serifas y sin ellas, un fenómeno relativamente nuevo en el diseño tipográfico. Algunas de las familias tipográficas más innovadoras fueron creadas en Holanda: FF Scala, de Martin Majoor, FF Quadraat, de Fred Smeijers, DTL Documenta, de Frank E. Bokland, Thesis, de Luc(as) de Groot, y Swift/Argo, de Gerard Unger. En el mundo anglosajón, las tipografías de la misma línea generalmente fueron menos innovadoras pero más agradables, como Charlotte Sans (Gill, 1992) y Chianti (Pasternak, 1991, una de las primeras sanserif con detalles cancillerescos). Estas tipografías también presentan un contraste sutil para acentuar su carácter amistoso y humanista, y aumentar la legibilidad. Éste es el caso de Legacy Sans (Arnholm, 1992), la versión sanserif que acompaña una tipografía basada en la romana de Jenson, de 1470.

ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS. EL EQUILIBRIO DE BLOEMSMA. Algunos diseñadores no estaban demasiado satisfechos con la forma «humanista» de diseñar una sanserif legible. Esta estrategia les parecía demasiado amanerada y, en última instancia, pasada de moda. En 1981 el holandés Evert Bloemsma, que en aquel entonces estudiaba en la Academia Real de Arte de Arnhem, intentó descubrir nuevas formas de diseñar una sanserif que facilitara la

lectura. Ese año presentó la primera versión de su tipografía Balance como parte de su proyecto de graduación.

Durante sus años de estudio en la Academia Real de Arte de Arnhem se había sentido muy atraído por la tipografía funcionalista suiza. No obstante, pese a su fascinación por el pensamiento racional, Bloemsma prefería las tipografías latinas no conformistas, como las del francés Roger Excoffon. Lo intrigaba la Antique Olive de Excoffon, una tipografía que todavía es popular en los países latinos, a pesar de su excentricidad (o tal vez debido a ella). En su FF Balance Bloemsma utilizó dos características inusuales que definen la peculiaridad de Antique Olive. La tipografía es inestable, ya que la parte superior es un poco más pesada que la base. Bloemsma escribió: «El reconocimiento y la legibilidad dependen en gran medida de la parte superior de la mayoría de los caracteres. Por eso, realzar esta parte tal vez tenga un efecto positivo sobre la legibilidad». El mismo objetivo explica la otra característica inusual de FF Balance: las horizontales destacadas. Este «contraste invertido» guía al ojo a lo largo de las líneas de texto y, por lo tanto, intenta compensar la ausencia de serifas, que cumplen una función similar.

Balance tiene una apariencia inusual y, como en el caso de otras tipografías inusuales, requiere cierta paciencia acostumbrarse a ella al leerla, pero básicamente funciona muy bien como tipografía de texto. Pasó cierto tiempo hasta que los tipógrafos de todo el mundo comenzaron a utilizarla, y hasta que alcanzó cierta popularidad entre los diseñadores innovadores de Europa y los Estados Unidos.

ESTRATEGIAS PARA LAS SANSERIF. El diseño de FF Balance anunció una emancipación general de la sanserif, un proceso que ya lleva veinte años y aún no ha terminado.

Durante la década de 1990, los diseñadores tipográficos continuaron explorando las posibilidades de las sanserif humanistas. Además de la curiosidad personal, el interés en aumento del mercado por sistemas complejos de tipos incentivó la creación de familias de múltiples estilos. La familia Thesis, de Luc(as) de Groot, fue decisiva por generar conciencia acerca de lo que puede hacer una familia de tipos versátil. Cuando FontShop la presentó en 1994, era la familia de tipos digital más amplia, compuesta por tres subfamilias completas: TheSans, TheSerif y TheMix. De Groot, que fuera estudiante de Gerrit Noordzij en La Haya, utilizó el principio de

Versa

Type design is done by specialists called type designers. At least, that's what we may think at first. And it is true that there are many good typefaces made by 'real' type designers. But there are also many good typefaces made by people who mostly did other things, with some type designing on the side. By 'type' I mean indeed the letterforms used within typography, so I refer to the fonts which are used to compose text. This leaves out the area of handwriting, calligraphy, and lettering. Before the invention of graphic design, people who designed type might be engravers, writing masters, printers, or punchcutters. In the twentieth century many types were designed by people who had a strong relation to the

SANS CONDENSED BOLD, BOLD ITALIC & SC 12/15 PT. & 9.2/12.5 PT.

printing industry but who were not type designers pure and simple. W. A. Diggins, for example, was a typographer and graphic designer who started to design type as well. Another example is the Dutch book typographer Bram de Does, who, after many years of working as a typographer, designed the typefaces TRINITÉ and LEXICON. Both of these designers worked on typefaces that they themselves felt a need for, and these are often designs which excel in respect of drawing and character, within a certain style of letter. Another example would be SYNTAX designed by Hans Eduard Meier. Here a personal need to create a humanist sanserif made all the difference. What is important in these examples is that the designers started on the task out of a strong personal impulse; nobody asked them to do so.

Then there are the people who occupy themselves with type design and with nothing else. You will find them for sure in the world of the type-manufacturing companies: the employees working for Monotype, Adobe, or Linotype. In the factory – an office these days – people are asked to do type design or related activities for eight hours a day. They have to produce for the trade's sake, and within such companies there is usually not much room for one's own preferences and typographic needs. In addition to these opposite ends of the spectrum there are mixed cases. A company might ask a designer if he or she could provide them with a font. The request is often followed by some specifications from the customer; so 'carte blanche' is rare in such a case. And which category – the individual or the industry – is responsible for the best work? It is hard to answer; the question is also not specific enough to be open to a proper answer. But the fact that it is difficult to answer shows that within type design the individual plays an important role.

In the last decade and a half, more space than ever before has opened up for the individual type designer to work in. This, of course, follows from digital technology and the existence of easy and affordable font-

Type design is done by specialists called type designers. At least, that's what we may think at first. And it is true that there are many good typefaces made by 'real' type designers. But there are also many good typefaces made by people who mostly did other things, with some type designing on the side. By 'type' I mean indeed the letterforms used within typography, so I refer to the fonts which are used to compose text. This leaves out the area of handwriting, calligraphy, and lettering. Before the invention of graphic design, people who designed type might be engravers, writing masters, printers, or punchcutters. In the twentieth century many

SANS CONDENSED BOLD, BOLD ITALIC & SC 12/15 PT. & 9.2/12.5 PT.

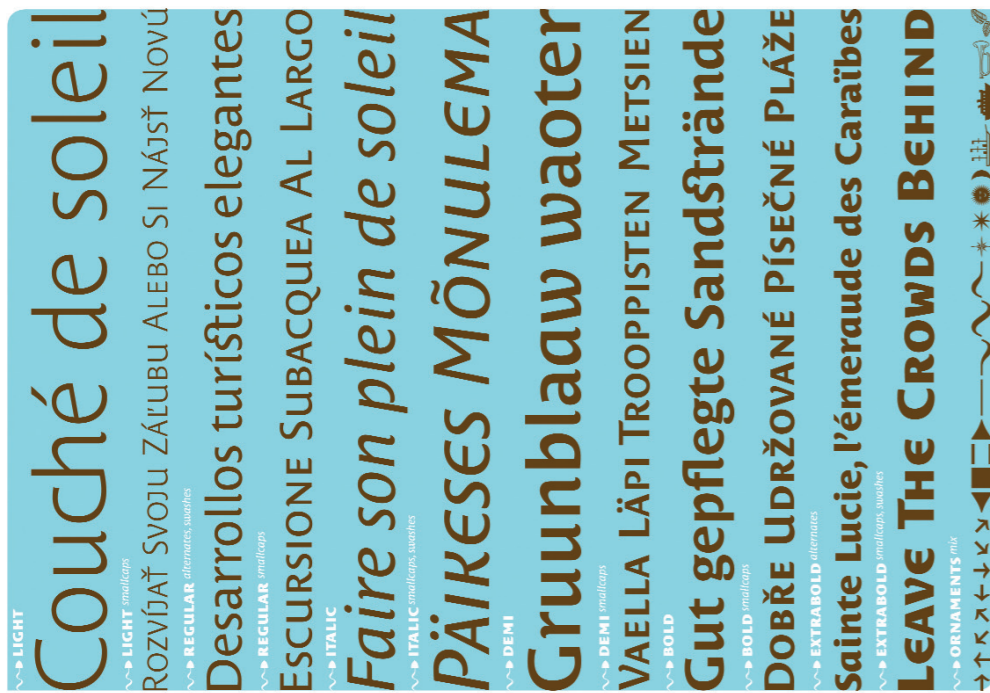
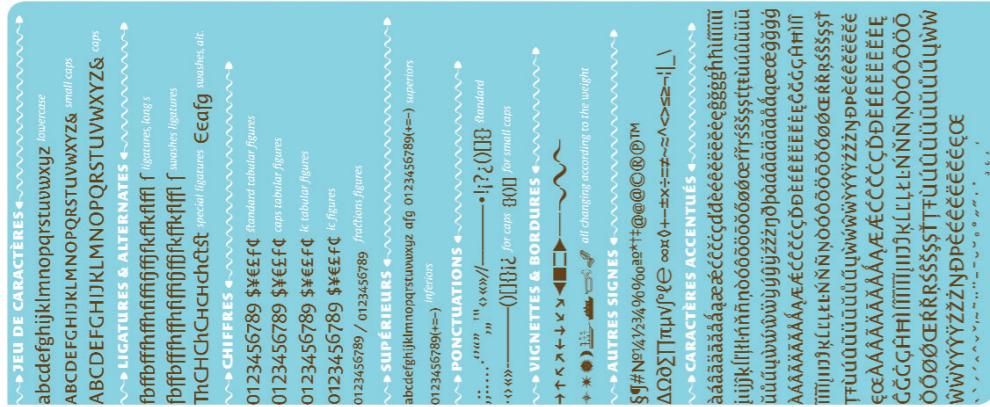
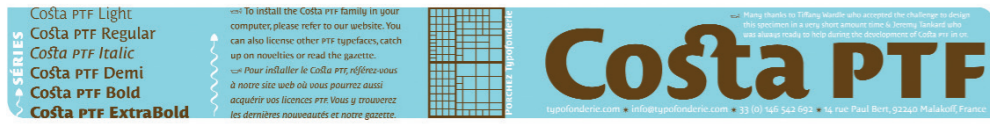
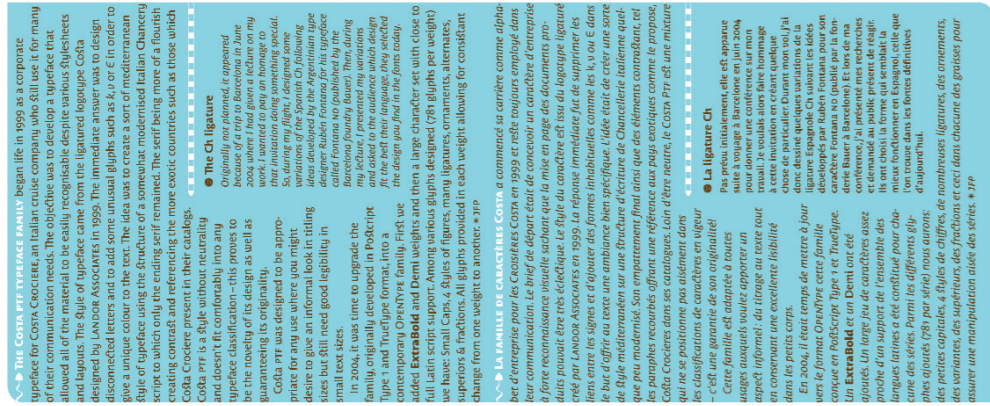
types were designed by people who had a strong relation to the printing industry but who were not type designers pure and simple. W. A. Diggins, for example, was a typographer and graphic designer who started to design type as well. Another example is the Dutch book typographer Bram de Does, who, after many years of working as a typographer, designed the typefaces TRINITÉ and LEXICON. Both of these designers worked on typefaces that they themselves felt a need for, and these are often designs which excel in respect of drawing and character, within a certain style of letter. Another example would be SYNTAX designed by Hans Eduard Meier. Here a personal need to create a humanist sanserif made all the difference. What is important in these examples is that the designers started on the task out of a strong personal impulse; nobody asked them to do so.

Then there are the people who occupy themselves with type design and with nothing else. You will find them for sure in the world of the type-manufacturing companies: the employees working for Monotype, Adobe, or Linotype. In the factory – an office these days – people are asked to do type design or related activities for eight hours a day. They have to produce for the trade's sake, and within such companies there is usually not much room for one's own preferences and typographic needs. In addition to these opposite ends of the spectrum there are mixed cases. A company might ask a designer if he or she could provide them with a font. The request is often followed by some specifications from the customer; so 'carte blanche' is rare in such a case. And which category – the individual or the industry – is responsible for the best work? It is hard to answer; the question is also not specific enough to be open to a proper answer. But the fact that it is difficult to answer shows that within type design the individual plays an

© 2005 OurType.com



2 **Une ligne a toujours la même longueur quelle que soit la graisse de la LETTRE.**
Une ligne a toujours la même longueur quelle que soit la graisse de la LETTRE.
 Une ligne a toujours la même longueur quelle que soit la graisse de la LETTRE.
 Une ligne a toujours la même longueur quelle que soit la graisse de la LETTRE.



6 y 7. Tiffany Wardle (Estados Unidos) diseñó esta muestra para Costa, de Jean-François Porchez, publicada por la fundidora Porchez Typofonderie.



«traducción» de Noordzjz en su diseño, es decir, puso el énfasis en la diagonal, el resultado de escribir con pluma ancha. Como Thesis presenta poco contraste, el efecto casi no se nota, pero se vuelve evidente cuando se invierten las letras. El énfasis en la diagonal contribuye a que TheSans sea una tipografía ágil y poco problemática, y a que miles de diseñadores la hayan utilizado.

Como se mencionó antes, otros diseñadores tipográficos holandeses también diseñaron familias sanserif mixtas. Tanto Martin Majoor como Fred Smeijers diseñaron tipografías sanserif para acompañar a sus fuentes anteriores con serifas. En la Scala Sans de Majoor, la disminución del contraste entre los trazos es extrema y casi reduce la forma de las letras hasta su esqueleto. Quadraat Sans es diferente, ya que mantuvo el contraste original en una proporción mayor. Esto redunda en una apariencia más elegante y tradicional, así como en una legibilidad excelente.

LA HAYA Y LA HABILIDAD PROFESIONAL. Tanto Smeijers como Majoor estudiaron en Arnhem, donde desarrollaron juntos su visión de los caracteres mediante el estudio de la caligrafía, el grabado de letras y el diseño a mano de letras. En la Real Academia de Bellas Artes de La Haya (KABK), Gerrit Noordzjz había utilizado referencias artesanales parecidas para construir un verdadero sistema de aná-

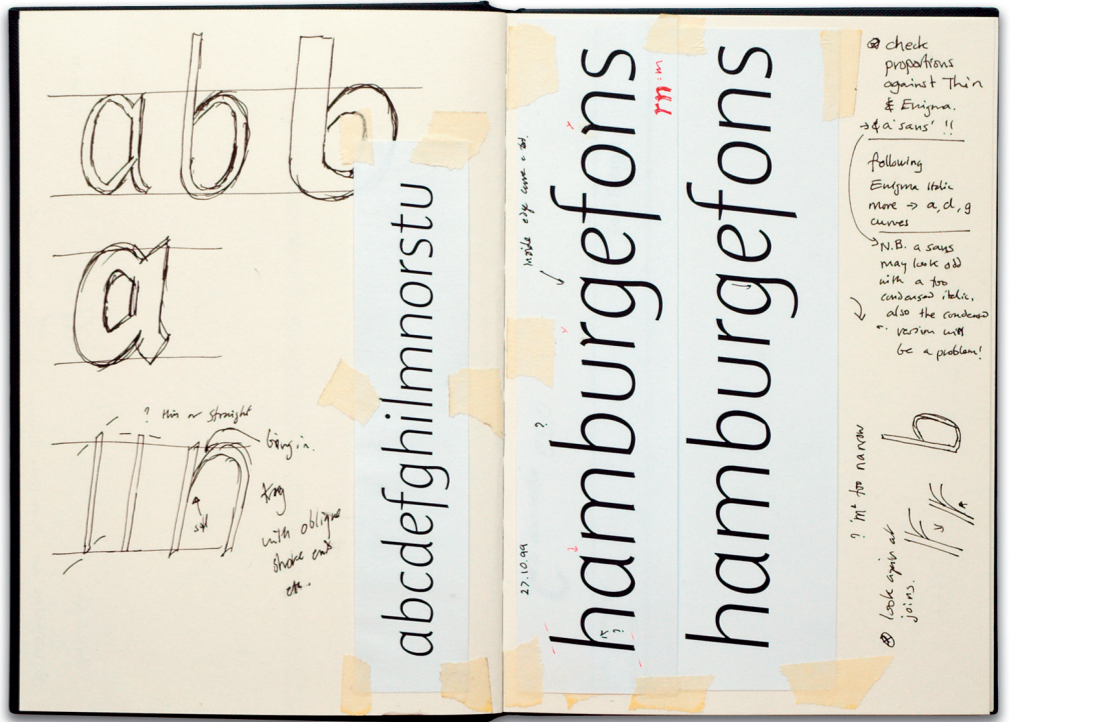
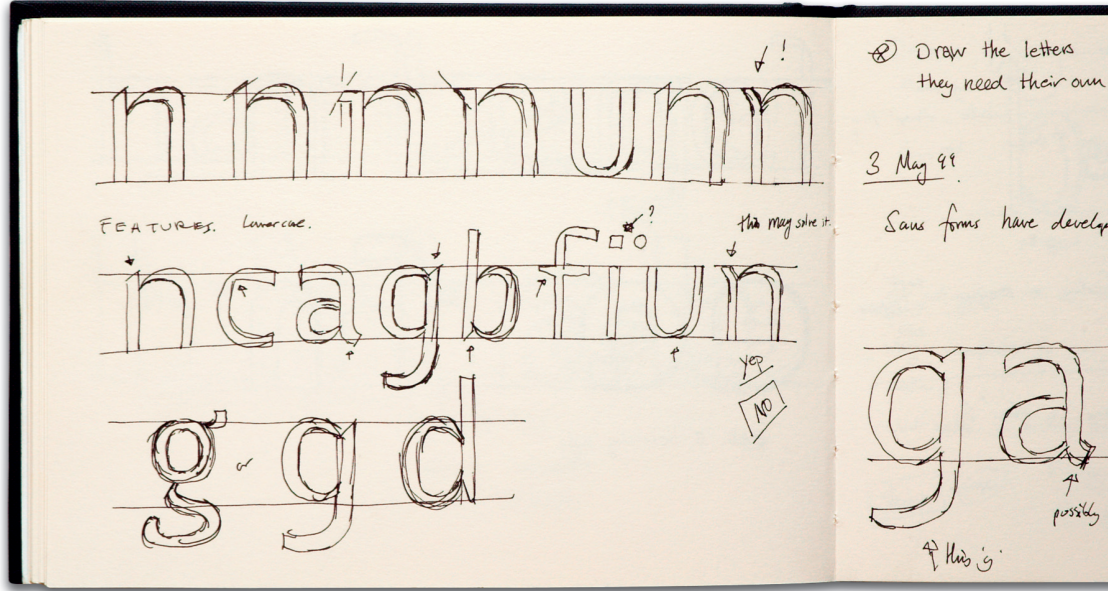
lisis y diseño de letras. El modelo creado por Noordzjz sigue siendo una orientación importante aun después de que se jubilara en 1990; sus antiguos alumnos eran los docentes de la escuela en ese momento. El método de Noordzjz también servía a muchos estudiantes extranjeros que asistían a la academia como alumnos regulares o del programa de posgrado en diseño tipográfico, ahora llamado Type]Media.

Varias tipografías de texto creadas en La Haya deben sus formas humanistas al hecho de haber sido diseñadas al revés, es decir, comenzando por la versión itálica. El diseñador italiano Albert Pinggera diseñó los caracteres iniciales de lo que más tarde sería la FF Strada Italic (1997) durante clases de tallado de piedra en la Real Academia de La Haya. Debido a que la creación de la familia comenzaba por la versión itálica, no se la trataba como una tipografía secundaria y, por lo tanto, presenta una personalidad y una originalidad muchas veces ausentes en las itálicas sanserif contemporáneas; la romana mantuvo gran parte de la fluidez de la itálica. Pinggera concibió la familia Strada, especialmente adecuada para formularios administrativos. Más tarde se expandió hasta formar una familia versátil para proyectos de diseño corporativo, así como para libros complejos.

Versa, de Peter Verheul, publicada por OurType, la fundidora de Fred Smeijers, es otra tipografía de La Haya que comenzó como una versión itálica. Durante años, Versa fue una tipografía display itálica y semi-negrta. Gradualmente, Verheul creó una romana (con serifas) y comenzó a utilizarla en publicaciones que diseñaba para la Real Academia. Versa Sans fue creada durante el proceso de diseño de mi libro *Dutch Design* (El diseño holandés), diseñado por Verheul con Bart de Haas. Primero fue una fuente contrastante para títulos y epígrafes, y luego se diseñó una subfamilia completa. Gracias a sus proporciones humanistas y al inconfundible talento para dibujar de Verheul, Versa Sans funciona bien como una fuente de texto independiente, aunque no haya sido ése su objetivo principal.

LO ORGÁNICO Y LO INCLASIFICABLE. En otros diseños recientes también se dejó de lado el enfoque tradicional lineal de las sanserif y se lo reemplazó por algo más orgánico, fluido o danzante.

En 1993 Jürgen Weltlin comenzó a diseñar la familia Finnegan, también llamada Avro. «Por lo general, las sanserif no son óptimas para leer textos largos, ya que su neutralidad



8 y 9. Bosquejos de Shaker realizados por el diseñador británico Jeremy Tankard.

y funcionalidad llevan rápidamente al cansancio y al desinterés del lector», afirmó Weltlin. «[Mi objetivo] fue desarrollar una sanserif que tuviera la legibilidad de las mejores tipografías con serifa.» Finnegan, que está basada en la estructura interna de la romana humanista del Renacimiento, posee «una dirección de movimiento como la de la escritura, de arriba a la izquierda hacia abajo a la derecha». Además, al igual que otras sanserif humanistas, los trazos culminan en terminales que se estrechan o se ensanchan, y los trazos horizontales y las curvas son más angostos que los verticales. Este diseño dinámico imprime energía, coherencia y variedad, además de una legibilidad excelente, a las formas de las letras.

La tipografía Costa, de Jean-François Porchez, basada en el logotipo corporativo diseñado por Landor Associates, comenzó a utilizarse en 1999 como la tipografía empresarial de Costa Crociere, la empresa italiana de cruceros. «El objetivo fue desarrollar una



10 a 13. Páginas de un catálogo de muestras en alemán de la **DTL Prokyon**, publicado por la Dutch Type Library.

tipografía que hiciera fácilmente reconocible el material de la empresa a pesar de los múltiples tipos de hojas y de puestas en página», escribió Porchez. «El estilo de la tipografía debía surgir del logotipo con sus ligaduras. La idea era crear una tipografía mediterránea utilizando la estructura de la escritura caligráfica de la Chancery italiana ligeramente modernizada, en la que quedara sólo la serifa del final.» Por su personalidad fuerte y exótica, Costa tiene precisamente lo opuesto de la neutralidad que por lo común se asocia con una sanserif. Si bien es básicamente una sanserif, sus pequeñas espuelas la convierten en un híbrido interesante: no es fácil clasificarla. Esto la hace novedosa, además de original; y, más importante aun, sus detalles «interesantes» son muy funcionales, pues ayudan a crear formas de palabras y aumentan la legibilidad de los tamaños de texto pequeños.

El diseñador británico Jeremy Tankard exploró la flexibilidad de la sanserif en su tipografía Shaker (2000), aunque sin la exuberancia de la Costa. «Por su simplicidad, las tipografías sanserif pueden soportar un grado elevado de modulación. Pueden comprimirse, estirarse, angostarse o ensancharse sin perder su estilo básico», escribió Tankard. La Shaker se desarrolló como complemento sanserif de la Enigma de Tankard, que tiene «cortes» en algunos de sus caracteres originados inicialmente en las ideas sugeridas por W. A. Dwiggins. Durante el proceso de diseño, las formas subyacentes comenzaron a divergir. El resultado fue una tipografía que era más que la versión sanserif de Enigma. No obstante, mantuvo algunos detalles atípicos de las sanserif, como los cortes en algunos trazos horizontales, que contribuyeron a dar unidad a la tipografía.

El estadounidense Cyrus Highsmith también trabajó con principios generalmente ajenos a las sanserif. Tenía curiosidad por ver la forma en que el principio caligráfico del contraste entre trazos podía mejorar la legibilidad. «Estudié cómo enfocaban este tema otros diseñadores, pero no encontré muchos ejemplos. Las sanserif caligráficas constituyen un territorio apenas explorado. Esto fue parte de lo que me atrajo de este proyecto. No escribí realmente con una pluma ancha, pero conozco los principios suficientemente bien y puedo visualizar los resultados aunque dibuje con lápiz.» Como en la mayoría de sus diseños tipográficos, centró su atención en las formas negativas (lo «blanco» de la letra) y no en las líneas negras. «Así, aunque me referí a la pluma ancha, realmente no la utilicé.»



11. **CONSTRUCCIÓN Y SIMPLIFICACIÓN.** Si bien muchos diseñadores de tipografías sanserif humanistas sostienen que su falta de legibilidad intrínseca se debe a la aridez, la frialdad o la simplicidad exageradas de las sanserif racionales, otros utilizan precisamente esa simplicidad como forma de crear tipografías de texto funcionales.

Zuzana Licko, de Emigre, se ocupó del problema de la «neutralidad» en la tipografía Tarzana. Dijo: «se lee mejor lo que se lee más», y en sus notas sobre Tarzana agregó: «La definición de lo neutral (tradicional o familiar) en oposición a lo idiosincrásico (expresivo o inusual) cambia en forma permanente a medida que se agregan nuevos diseños tipográficos al repertorio de los tipógrafos. Con el correr del tiempo, lo que había sido inusual se convierte en familiar debido al uso repetido. Este cambio constante brinda nuevos contextos para diseños nuevos, que a su vez modifican nuevamente las definiciones, completando así el ciclo». En Tarzana la idea fue «equilibrar la neutralidad que requiere una tipografía de texto con una dosis suficiente de idiosincrasias para obtener un diseño ligeramente extraño que despierte el interés». También en este caso se permitió que la romana y la itálica se influyan mutuamente: «Se diseñaron de manera simultánea las versiones romana (derecha) e itálica con el objeto de obtener polinización cruzada. En algunos casos, los diseños de caracteres romanos se basaron



12

en las itálicas; el resultado fueron algunas características como el brazo curvo de la *k* minúscula, la *Y* mayúscula asimétrica y la *E* mayúscula redondeada, lo que dotó a toda la familia de cierta informalidad».

Algunos diseños recientes de tipografías de texto se simplificaron aun más, valientemente, pero sin convertirse en tipografías insípidas o completamente geométricas. En Dinamarca, que tiene una cultura tipográfica propia, se desarrollaron dos tipografías sanserif notables. Los diseñadores de tipografías danesas suelen inspirarse en el singular estilo arquitectónico danés de letras y señales. Ole Søndergaard, el diseñador de FF Signa (FontShop, 2000), trabajó como dibujante de carteles en su juventud. Las raíces de Signa se encuentran en las letras arquitectónicas, que se traducen en formas básicas y simples, con detalles mínimos. No obstante, tiene proporciones clásicas, y la geometría subyacente se ha ajustado en forma sutil con el fin de crear letras que son a la vez interesantes y armónicas, lo que permite una fácil lectura incluso en tamaños pequeños.

Morten Rostgaard Olsen, colega más joven de Søndergaard, diseñó FF Max (2003). Según el diseñador, Max se basó en la Eurostyle de Aldo Novarese, de 1960, aunque en lugar de la rigidez geométrica de Novarese, posee más complejidad y sutileza. En Max hay una clara tirantez entre las esquinas externas redondeadas y las uniones internas anguladas. Puede decirse que, en términos de historia cultural, se incorporaron al modernismo puro de Eurostyle detalles posmodernos que evocan la tradición tipográfica. En su país, se reconoció inmediatamente que Max era la expresión del alma danesa: fue adoptada como tipografía institucional por varias organizaciones, entre ellas, el sindicato más grande del país, 3F, y el Partido Conservador.

En el diseño de Max, se eliminaron las serifas residuales, o espuelas, del ángulo superior izquierdo de las letras *m*, *n*, *p* y *r*, y del ángulo inferior derecho de *a*, *d* y *u*. Esta «eliminación de las serifas de una sanserif» es un aspecto examinado por Hans Reichel en su tipografía Barmeno (publicada originalmente por Berthold Types) y luego en sus tipografías Dax y Sari, de FontShop.

El diseñador alemán Erhard Kaiser utilizó el mismo principio en su tipografía DTL Prokyon, recientemente publicada. Kaiser no es un funcionalista puro como Søndergaard ni un inventor como Reichel. De hecho, su tipografía anterior, Fleischmann, también



producida por Dutch Type Library, es lo opuesto a Prokyon: un rediseño de una romana del siglo XVIII, con detalles muy elaborados. Por su lado, en Prokyon las formas de las letras se han «reducido a su esencia», según su editor, Frank E. Blokland. «Con precisión quirúrgica, Erhard Kaiser eliminó partes de las letras hasta que quedó sólo un esqueleto poderoso.» En este proceso, las letras no adquirieron aridez; tienen una redondez y una suavidad sorprendentes, así como curvas formadas de manera inteligente, que hacen a esta tipografía inmediatamente reconocible, algo que le otorga variedad y mayor legibilidad.

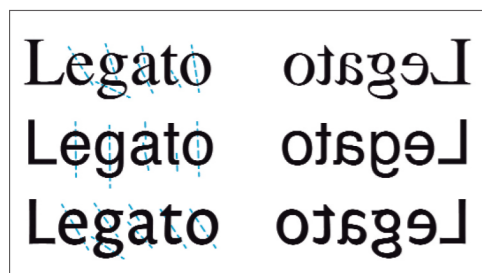
ECLECTICISMO Y TRENZAS ARTIFICIALES. En la actualidad, gracias a los experimentos de docenas de diseñadores tipográficos de todo el mundo, hay una comprensión generalizada de qué es lo que hace buena y legible a una sanserif; los diseñadores gráficos disponen de numerosas alternativas a la Helvetica Light, con buen estilo pero impotente. Las tipografías mencionadas en este artículo son sólo algunas de un enorme conjunto, que se amplió sobre todo en los últimos seis o siete años. Además de las soluciones de estilo ex-



15. FF Legato, forma y contraforma. Las formas internas difieren de las externas, creando así tensión y contraste (arriba). Diseño de Evert Bloemsma para demostrar las posibilidades de FF Legato (abajo).

tremas que se mencionaron, hay ahora un elevado número de tipografías sanserif que no son puramente humanistas ni siguen la tradición geométrica de la Futura o del modelo de Akzidenz/Helvetica: en su diseño se tomó lo mejor de ambos mundos y se lo combinó de modo instintivo. Ejemplos notables son FF Kievit, del estadounidense Mike Abbink, y Amplitude, de Christian Schwartz (FontBureau), que utiliza «trampas de tinta» como las que posee Bell Centennial (Matthew Carter) para lograr distinciones visuales. Estoy seguro de que en América latina hay desarrollos semejantes. Además de la tipografía de Rubén Fontana (que están leyendo en este momento), he visto diseños interesantes como los del chileno Rodrigo Ramírez (Digna), el brasileño Fabio Luiz Haag (Foco) y el argentino Alejandro Paul (Latinaires), que parecen haber logrado tipografías sanserif con un sabor (¿latino?) propio.

La reciente avalancha de diseños tipográficos ha demostrado que las sanserif son más ricas que lo que se pensaba, digamos,



16. Los contrastes entre los trazos de tres tipografías. Desde arriba hacia abajo: Times New Roman, Helvetica y Legato. Claramente, la dirección del contraste de la FF Legato es similar a la del contraste de una fuente clásica con serifa, y es más coherente que la del contraste de la Times.

hace unos 25 años, y también que existen límites en cuanto a lo que se puede hacer en un género determinado. Evert Bloemsma, uno de los diseñadores tipográficos más críticos de los últimos 20 años, comprendió que era preciso adoptar medidas aun más drásticas. En 2004, diseñó FF Legato, una sanserif con un contraste diagonal que no deriva de la caligrafía, sino que fue construido de manera «artificial». Lamentablemente, Legato fue la última tipografía diseñada por Bloemsma, que falleció en forma repentina en abril de 2005.

El diseño de Legato se inició con un simple «truco» formal realizado en la computadora. Bloemsma dibujó un círculo y lo inclinó unos grados hacia la derecha. Colocó dentro de ese círculo otro más pequeño que tenía una inclinación hacia la izquierda. Esto dio lugar a una forma básica idiosincrásica a partir de la cual desarrolló con rapidez el alfabeto completo. El resultado no fue exactamente bello, pero después de cinco meses y miles de pruebas (relativamente rápido en comparación con las tipografías anteriores de Bloemsma) arribó a la forma definitiva de Legato. Los rasgos singulares de las primeras versiones han desaparecido; los tamaños pequeños no parecen espectaculares; sólo en los tamaños mayores se revelan los detalles milagrosos.

«Ése fue precisamente mi objetivo», confirmó Bloemsma. «Crear una tipografía que fuera a la vez inusual e innovadora, y sin embargo ‘normal’. Creo que la innovación principal reside en el contraste pronunciado de la diagonal, que nunca había sido utilizada de manera tan marcada en una sanserif. No lo hice porque era lo que correspondía, sino para crear una conexión óptica cruzada entre las letras, como en forma de trenza.»

Bloemsma criticó las formas más tradicionales de obtener una sanserif legible, desechando muchas de las tipografías incluidas en este artículo: «Lo que hace que muchas de las sanserif ‘amigables o humanistas’ sean tan poco interesantes es que aluden a la caligrafía de un modo que casi no se dirige a la calidad ergonómica (para relacionar en forma sugestiva unidades no conectadas físicamente) y sólo citan detalles superficiales como terminaciones oblicuas, una referencia demasiado literal a la pluma ancha. He tratado de evitar este tipo de efecto decorativo y sólo he utilizado la perspectiva de la caligrafía en razón de sus cualidades ergonómicas. La conexión visual cruzada, como una trenza, permite las mejores imágenes de las palabras».



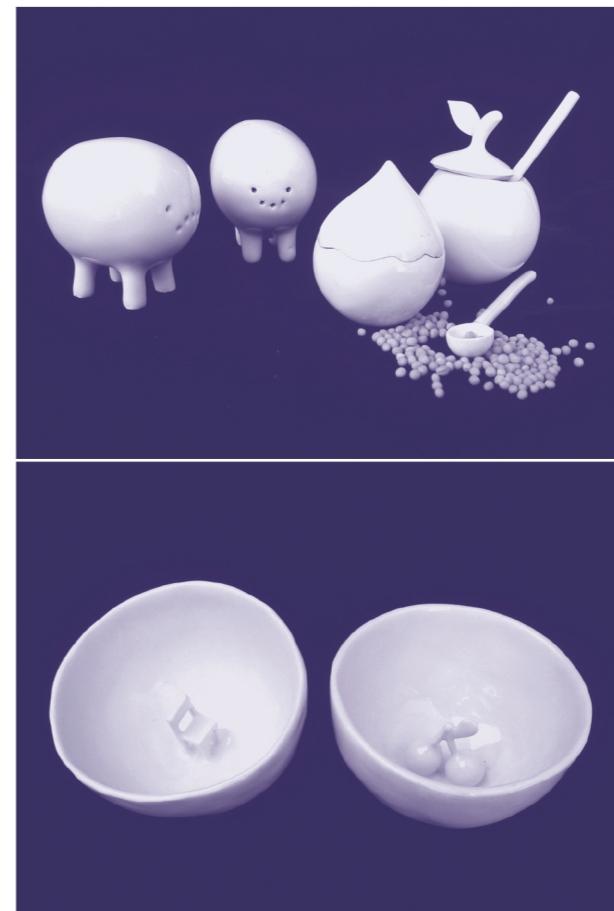
JAN MIDDENDORP (Países Bajos). Es diseñador gráfico y escritor; vive y trabaja en la ciudad de Ghent, Bélgica. De 1999 a 2002 ha sido director de Arte y redactor de *Druk*, una revista de tipografía publicada por FontShop Benelux. Entre otros libros ha escrito *Dutch Design* (010 Publishers, 2004) una crónica sobre los aportes del diseño tipográfico holandés; asimismo, escribió y diseñó el libro *Lettered, typefaces and alphabets by Clotilde Olyff* (Druk Éditions, 2002).

Sensatez y sentimientos

ALEJANDRO ROS

Lola Goldstein nació en Buenos Aires hace 27 años. Estudia diseño gráfico sólo para entender sobre estructuras, composición y síntesis, sobre cómo hacer que haya tensión en un plano. Lo suyo es el dibujo, la ilustración, la cerámica. Trabaja con lo que tiene a mano, lápiz, marcadores, técnicas rápidas; puede estar un año entero dibujando con una birome. Busca que los materiales la sorprendan cuando trabaja, un papel que se humedeció, otro que se rompió. La cerámica es un proceso lento, pero le permite modificar cosas en el camino. Algunas piezas son funcionales: un salero y un pimentero zoomórficos, una taza de té que en el fondo alberga una pequeña silla.

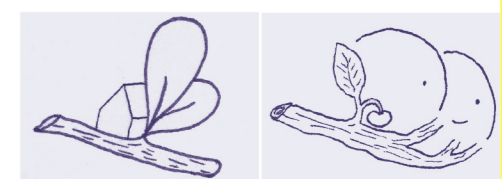
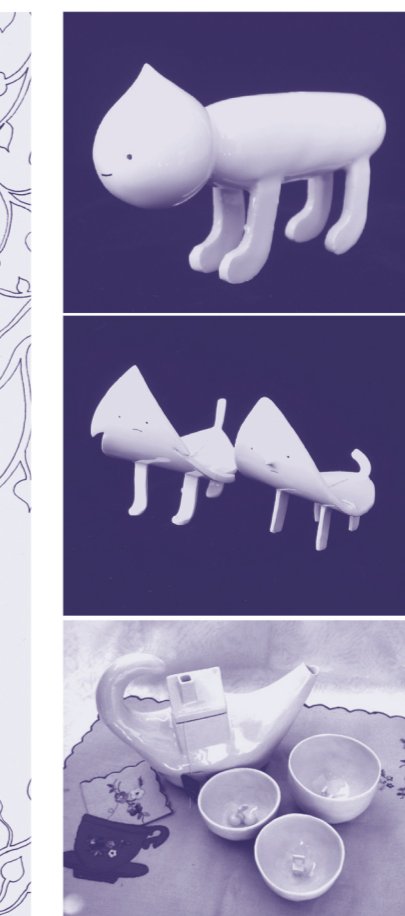
Participó en muestras colectivas en Japón, Estados Unidos (Nueva York), Brasil, Guatemala, Panamá, Colombia, Chile y México. Pertenece al staff de la galería de arte Belleza y Felicidad. Publicó su trabajo en las revistas *Hawaii*, *Master Box II*, *Radar Libros*, *Tsé Tsé*, *Nunca Nunca Quisiera Irme a Casa*, *Pictoplasma*, *Vestite* y *Andate*.



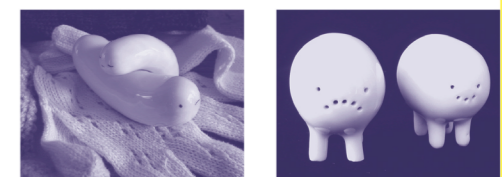
1 y 2



3



6



7

1 y 2. Saleros, pimenteros y tazas zoomórficas a partir del modelado en cerámica.
3 y 4. Ilustraciones para las tapas del Suplemento Radar Libros, del diario *Página12*.
5. Gotín, hojitas y juego de té modelados en cerámica.
6. Dibujos a lápiz.
7. Piezas en cerámica.

Abril

Desde **este mes** **SEMINARIOS: DIPLOMADO EN TIPOGRAFÍA.** Este mes y durante mayo, junio, julio y octubre se desarrollará una serie de seminarios (iniciados en marzo) de especialización en Tipografía que tendrán lugar en el Centro de Estudios Avanzados de Diseño (CEAD), bajo la dirección de María González de Cossío. Los cursos abordarán las siguientes temáticas: Caligrafía: Forma e Historia, por Gabriel Martínez Meave; Tipografía Sexy, por Alejandro Lo Celso; Tipografía Et Diseño Editorial, por María González de Cossío; Calidad del Texto: Ortotipografía y Estilo, por Jorge de Buen Unna; y Tipografía Experimental, por Chris Vermaas. **CONTACTO** info@ceadmex.org **PARA MÁS INFORMACIÓN** www.ceadmex.org

SEMINARIOS: DIPLOMADO EN DISEÑO DE INFORMACIÓN. Este mes y durante agosto y septiembre se desarrollará una serie de seminarios (iniciados en marzo) de especialización en Diseño de Información que tendrán lugar en el Centro de Estudios Avanzados de Diseño (CEAD), bajo la dirección de María González de Cossío. Los cursos abordarán las siguientes temáticas: Historia del Diseño de Información, por Ken Garland; Arquitectura de Información, por Krzysztof Lenk; Innovación en el Diseño, por Carlos Texeira; Trazando la Ciudad, por David Skopec; Infografía para Medios Gráficos, por Alejandro Tumas. **CONTACTO** info@ceadmex.org **PARA MÁS INFORMACIÓN** www.ceadmex.org

Del 6 al 8/6 **CURSO: MEJORANDO LA ESCRITURA: LA CURSIVA DE LUDOVICO DEGLI ARRIGHI.** A cargo de Betina Naab y María Eugenia Roballos. Este curso está orientado a personas que quieran mejorar su escritura, hacerla más legible y hasta más bella. También para quienes quieran aprender una cursiva leyendo página por página lo que este famoso calígrafo escribió hace 500 años. **CONTACTO** info@roballosnaab.com.ar

Del 8 al 30 **EXPOSICIÓN: FELIPE TABORDA: 100 CARTELES.** El diseñador gráfico brasileño Felipe Taborda presentará una retrospectiva de su trabajo a través de un variado repertorio compuesto por cien de sus mejores afiches. **LUGAR** Centro Cultural Parque de España, Rosario

10 **SEMINARIO: LÓGICA Y TÉCNICA DE LA FORMA.** Comienza la carrera de especialización a cargo del arquitecto Roberto Doberti, que se dictará los lunes y jueves de 19 a 23 h. **CONTACTO** posgrado@fadu.uba.ar

17 **SEMINARIO: DISEÑO DE MOBILIARIO.** Comienza la carrera de especialización a cargo del arquitecto Ricardo Blanco, que se dictará dos veces por semana de 19 a 22 h. **CONTACTO** posgrado@fadu.uba.ar

Del 10 al 18/7 **CURSO: PROGRAMACIÓN Y DISEÑO DE LA IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL – CÁTEDRA CHAVES-FONTANA-BELLUCCIA.** El curso será dictado por Norberto Chaves, Rubén Fontana y Raúl Belluccia y estará destinado a profesionales y docentes del diseño gráfico familiarizados con la gestión de programas de identidad corporativa. **CONTACTO** capacitacion@red-d.org.ar

Del 17 al 20 **JORNADAS: PROFESIONALES DEL LIBRO.** Las Jornadas están organizadas por la Fundación El Libro, y se realizarán en el Centro de Convenciones La Rural, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. **PARA MÁS INFORMACIÓN** www.el-libro.com.ar

Del 17 al 21 **CONGRESO: ENCUENTRO INTERNACIONAL DE INFORMACIÓN, INFO 2006.** El evento, organizado por el Instituto de Información Científica y Tecnológica (IICT), abordará temáticas relacionadas con la sociedad de la información y el desarrollo humano. **LUGAR** Palacio de Convenciones de La Habana, Cuba **PARA MÁS INFORMACIÓN** www.congreso-info.cu

Del 17 al 8/5 **EXPOSICIÓN: LAS REVISTAS CULTURALES EN LA FERIA DEL LIBRO.** La influencia de las revistas culturales es determinante en la construcción de un pensamiento alternativo crítico de la realidad mundial. Por ello, la Fundación El Libro contará con un stand especialmente dedicado a las revistas culturales, en la 32ª edición de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, bajo el auspicio de la Biblioteca Nacional de la República Argentina, a través de su Centro de Información de Revistas Culturales (CIRC). **LUGAR** Centro de Convenciones La Rural, Ciudad Autónoma de Buenos Aires

18 **SEMINARIO: DISEÑO DIGITAL.** Comienza la carrera de especialización a cargo del licenciado Martín Groisman, que se dictará los martes y jueves de 19 a 23 h. **CONTACTO** posgrado@fadu.uba.ar

SEMINARIO: HISTORIA Y CRÍTICA DE LA ARQUITECTURA Y DEL URBANISMO. Comienza la carrera de especialización a cargo del arquitecto Rafael Iglesia, que se dictará dos veces por semana, de 19:30 a 22:30 h. **CONTACTO** habitar@fadu.uba.ar

Del 18 al 21 **CONGRESO: V FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN, MANIZALES, COLOMBIA.** Una variada grilla de actividades conformará el festival. Además de exhibiciones y *workshops*, habrá disertaciones que recorrerán temáticas tales como la investigación en diseño y su integración con otras perspectivas de estudio. Se presentarán: Gui Bonsiepe, Silvia Fernández, Shoab Nabi Ahmad, Claudia Giannetti, José Manuel Berenguer, Oliver Grau, Oliver Vodeb, Jorge La Ferla, Thomas Nölle y Carmen Garrido, entre otros. **CONTACTO** Diego Bermúdez: bermudez.d@javeriana.edu.co **PARA MÁS INFORMACIÓN** www.festivaldelaimagen.com

Al 23 **EXPOSICIÓN: 2º EXHIBICIÓN DE LIBROS ILUSTRADOS.**

En esta edición se podrán ver diversos y raros ejemplares bellamente ilustrados, entre ellos *A la Venus de Milo*, de Auguste Rodin; *Las dos fundaciones de Buenos Aires*, de Enrique Larreta, ilustrado por Guy Arnoux; *La Divina Comedia*, de Dante Alighieri, y un curioso Código Civil francés de 1925 ilustrado en colores. Antiguamente existía la costumbre de ilustrar y decorar con pinturas el texto de ciertos manuscritos, como libros de horas, misales, obras piadosas y libros de caballería. Desde fines del siglo xvii las estampas xilográficas circularon en gran cantidad y poco a poco se fueron formando escuelas de ilustradores influidos por los estilos regionales de pintura y miniatura. De los grabados en madera se pasó a las calcografías, que permitían reproducir cuadros fielmente y con todo detalle, representaban una imagen bastante fiel de la realidad y dejaban un recuerdo perdurable. Gracias a la difusión de las imágenes, las estampas representaron de ahí en adelante un papel similar al del libro en la difusión de textos. En el siglo xviii cambiaron las condiciones económicas y los editores volvieron a preocuparse por la calidad de la producción, reaparecieron las viñetas en las páginas y el público se apasionó por los libros ilustrados. Para comprender la complejidad de la historia de la ilustración es preciso tener en cuenta las grandes corrientes artísticas, intelectuales, sociales y económicas de cada época. Los horarios de visita a la 2ª Exposición de Libros Ilustrados serán de lunes a viernes de 8 a 22 h y sábados y domingos de 9 a 19 h. **LUGAR** Biblioteca Central de la Universidad Católica Argentina

Del 23 al 27 **EVENTO: DE LAS SOMBRAS A LA LUZ | MULTIEVENTO.** El 24 de marzo de 2006 se conmemoran los 30 años del comienzo de la última dictadura militar en la Argentina, período particularmente significativo en la historia política, social y cultural de nuestro país. Atentos a la importancia de este recuerdo, el Museo de la Memoria, junto al Centro de Expresiones Contemporáneas (CEC), instituciones dependientes de la Secretaría de Cultura y Educación de la Municipalidad de Rosario, República Argentina, desarrollarán un multievento artístico que incluirá los resultados de los Premios Estímulo 2006. **PARA MÁS INFORMACIÓN** www.cecosario.org.ar

28 **CURSO: LLAMADO A PARTICIPAR: PREMIOS A LOS LOGROS 2006 ADOBE DESIGN.** La competencia se celebrará en Toronto, Canadá. **PARA MÁS INFORMACIÓN** www.adobe.com/education/jadaa

30 **CURSO: LLAMADO A PARTICIPAR: GOLDEN BEE 7 | MOSCÚ.** Una de las reuniones más importantes en materia de diseño gráfico, la bialn internacional, se celebrará en Moscú, Rusia. **CONTACTO** klintsova@artfoundation.ru **PARA MÁS INFORMACIÓN** www.goldenbee.design.ru/eng

Mayo

Del 2 al 27 **EXPOSICIÓN: CUANDO LAS PALABRAS SE VUELVEN IMAGEN.** La exposición de obras de arte caligráfico de Marina Soria repasa parte del reciente trabajo de la calígrafa. Los horarios de la galería son: lunes a viernes de 11 a 13 h y de 15 a 20 h y sábados de 11 a 13,30 h. **LUGAR** Galería de arte Ática, Libertad 1240, planta baja 9, Buenos Aires **PARA MÁS INFORMACIÓN** atica-artgallery@sinectis.com.ar

Del 4 al 6 **CONGRESO: COLOQUIO SOBRE TIPOGRAFÍA Y EDUCACIÓN SUPERIOR.** La Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico, Encuadre, en el marco de la Bialn Letras Latinas 2006, capítulo México, a celebrarse en Veracruz, organizará el Coloquio sobre Tipografía y Educación Superior. Sus objetivos serán, entre otros: dar a conocer investigaciones sobre la tipografía y su enseñanza, en el ámbito de la educación superior; generar un espacio de discusión plural y amplio, que contribuya a la formación de los profesores del campo; reflexionar sobre la tipografía desde el diseño gráfico y desde otras áreas de estudio; obtener textos que nos permitan realizar una publicación, impresa o electrónica, sobre la tipografía y su enseñanza en el ámbito de la educación superior. Las disertaciones girarán en torno a las siguientes temáticas: Tipografía e historia, Tipografía y didáctica, Tipografía y diseño, Tipografía y nuevas tecnologías, Tipografía y significación. **CONTACTO** educativos@encuadre.org

Del 4 al 7 **CONGRESO: III CONGRESO INTERNACIONAL PATRIMONIO CULTURAL.** Organizan el Centro Cultural Canadá, Córdoba, Argentina, la Associação Brasileira de Estudos Canadenses, el Centro Paraguayo de Estudios Canadienses y el Museo Histórico de la Universidad Nacional de Córdoba. La temática del encuentro servirá para abordar los temas de cultura patrimonial: patrimonio aborígen, patrimonio jesuítico, patrimonio inmigratorio y patrimonio científico. **CONTACTOS** Elsa Zareceansky: elza@sinectis.com.ar (Argentina); Prof. Nubia Jacques Hanciau: nubiah@mikrus.com.br (Brasil); Prof. Luz María Ojeda: luzmaoj@uninet.com.py (Paraguay).

10 y 11 **WORKSHOP: DESIGN SUPPORT (IWDS), 2006.** El taller iwds trabajará sobre la práctica creativa del diseño de información y los nuevos conceptos originados dentro de este campo, especialmente sobre las nuevas demandas devenidas de sus recientes aplicaciones. Se trabajará sobre esquemas estratégicos provenientes de países que han desarrollado de manera exitosa actividades para el desarrollo económico a través del diseño. Asimismo, se discutirán la contribución y el alcance económico, social y cultural que el diseño puede alcanzar en la actuali-

dad. Estas investigaciones servirán para promover el desarrollo de programas de diseño que redunden en inversiones objetivas. **CONTACTO** www.iwds.org

Del 11 al 28 **BIENAL: SEGUNDA BIENAL LETRAS LATINAS 2006.** La revista *tipoGráfica*, junto a letraslatinas.com, celebrará la segunda edición de la Bialn Letras Latinas 2006. Bogotá, Buenos Aires, Caracas, Lima, Montevideo, Santiago de Chile, San Pablo y Veracruz participarán como sedes del evento. En Buenos Aires, la Bialn se realizará en la sala 6 del Centro Cultural Recoleta y contará con un programa de actividades paralelas cuya planificación está orientada a abrir el escenario de la tipografía, intentando ampliar la inserción de nuestro quehacer en la compleja estructura de lo cotidiano: la educación, la salud, la literatura, el periodismo, etc. Esta tarea tiene como objetivo intercambiar conocimientos y experiencias con quienes trabajan y conviven, aun sin ser tipógrafos, con la problemática de la letra. Entre las actividades previstas para la Bialn se encuentran talleres de caligrafía, conferencias y visitas guiadas. **CONTACTO** bienal2006@letraslatinas.com

15 **CURSO: LLAMADO A PARTICIPAR DE LA COMPETICIÓN: 2007 REBRAND 100.** La competencia internacional se celebrará en Providence, Estados Unidos. ReBrand es el primer certamen global que distingue a las marcas más eficaces del mundo. **CONTACTO** awards@rebrand.com **PARA MÁS INFORMACIÓN** www.rebrand.com

Del 18 al 20 **CONFERENCIA: TYPOBERLIN 2006.** Como ocurre cada mes de mayo en la Haus der Kulturen der Welt, en Berlín, se llevará a cabo la conferencia TypoBerlin 2006. En esta oportunidad estará organizada bajo la consigna: «Juego, por lo tanto soy». El juego será el tema de la edición 2006, en la que se discutirá el impacto que tiene en la actualidad la experiencia lúdica creativa, que proviene principalmente de la comunicación electrónica. El juego se consideró durante mucho tiempo un pasatiempo inútil. La emoción, el pensamiento asociativo, la intuición y la experiencia subjetiva no tuvieron demasiada importancia en el mundo del trabajo, e incluso muchas veces la beta humanista y lúdica se eliminó de la esfera profesional. Sin embargo, la computadora e Internet han acercado la relación entre el trabajo y el juego. En la actualidad un número creciente de personas deben adquirir nuevas capacidades para anticiparse a las nuevas tendencias y desarrollarse como usuarias una visión intuitiva sobre el manejo y la manipulación de la información. TypoBerlin 2006 profundizará en la articulación entre tecnología y emoción. Se presentarán, entre otros: Kalle Lasn, de Adbusters, BLUMP, Eboy, Pictoplasma, Erik Spiekermann, Studio Adhoc, Adam Twardoch, Typeradio | Underware, Erik van Blokland, Just van Rossum. **CONTACTO** brudolf@fontshop.de **PARA MÁS INFORMACIÓN** www.typo-berlin.de

Del 21 al 24 **CONFERENCIA: V CONGRESO INTERNACIONAL DE DISEÑO GRÁFICO.** El V Congreso Internacional dedicado a Gerd Leufer se celebrará en la ciudad de Mérida, Venezuela. **PARA MÁS INFORMACIÓN** www.coidigra.com

Del 23 al 26 **CONFERENCIA: IX CONGRESO INTERNACIONAL DE DISEÑO GRÁFICO.** El IX Congreso Internacional, dedicado a la memoria de David Consuegra, se celebrará en la ciudad de Bogotá, Colombia. **PARA MÁS INFORMACIÓN** www.coidigra.com

31 **BIENAL: VENCE EL PLAZO PARA PARTICIPAR DE LA NOVENA BIENAL INTERNACIONAL DEL CARTEL EN MÉXICO 2006 (BICM).** Podrán participar estudiantes de diseño, diseñadores gráficos, artistas plásticos, fotógrafos y productores gráficos en general, sean cuales fueren su edad y nacionalidad, con carteles impresos entre mayo de 2004 y mayo de 2006. Los carteles presentados podrán participar en las siguientes categorías: A. Carteles de temas y actividades culturales. B. Carteles de temas políticos y sociales. C. Carteles publicitarios de eventos comerciales, productos o servicios. D. Cartel inédito bajo el lema Desertificación. E. Cartel para paradas de transportes / Premio Eumex a la creatividad. Premios: Cada categoría tendrá tres premios. Primer premio: u\$s 3500, medalla de oro y diploma. Segundo premio: Medalla de plata y diploma. Tercer premio: Medalla de bronce y diploma. **CONTACTO** tramavis@prodigy.net.mx / republicas@prodigy.net.mx

A fin de mes **CONCURSO: VENCE EL PLAZO DE PARTICIPACIÓN: «¿CUÁNTO?»: CONVOCATORIA DE DISEÑO GRÁFICO.** La toma de conciencia sobre las condiciones actuales de explotación/esclavitud de mujeres y niños resulta especialmente dramática si se contrasta con los progresos sociales alcanzados hasta ahora en el ámbito de los derechos humanos. En los últimos quince años, se han dado debates y acciones de tipo político y social, sobre todo por el incremento del fenómeno del «mercado del sexo». Las mujeres (a menudo inmigrantes) son, cada vez más, objeto de intercambio en el tráfico de seres humanos para explotación sexual por parte de organizaciones criminales. «¿Cuánto?» pretende, a través de un concurso de obras gráficas, suscitar nuevas reflexiones y crear conciencia para entender y poder intervenir en la complejidad de fenómenos tales como la privación de la individualidad de mujeres y niños. El concurso está dirigido a grafistas de todo el mundo, sin restricciones de edad o procedencia. Las obras seleccionadas se publicarán en un catálogo que será enviado a cada uno de los autores. Las obras ganadoras darán lugar a una exposición que se celebrará en el mes de junio, cuya sede aún no se ha definido. La exposición de los trabajos ganadores tendrá lugar en el Centro Culturale Zitelle, de Venecia, en septiembre de 2006. **CONTACTO** info@quantoproject.com



FELIPE TABORDA (Brasil). Se formó en la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro. Asimismo, estudió cine y fotografía en Inglaterra, Communication Arts en el Instituto de Tecnología de Nueva York y diseño gráfico en la Escuela de Artes Visuales (Estados Unidos). Es catedrático de la UniverCidade y desde 1990 coordina su estudio desarrollando proyectos orientados al área cultural, editorial y fonográfica.

Ha participado de numerosos proyectos, como la edición de «Brazil Designs», un especial de *Print*, curaduría del evento 30 Carteles para el medio ambiente y el desarrollo, para Eco'92; dirección del libro y la exposición Paisajes particulares, y el desarrollo integral de La imagen del sonido, un proyecto que rinde homenaje a los principales compositores brasileños.

Felipe Taborda: 100 carteles

En el mes de febrero tuvo lugar en el Centro Cultural Recoleta la muestra de afiches de Felipe Taborda, un diseñador gráfico brasileño que integra una nueva generación de diseñadores gráficos en Sudamérica. Con una larga experiencia que va desde la gráfica hasta el cine, pasando por la comunicación y la curaduría de exhibiciones, Felipe Taborda ha sido el único invitado latinoamericano para participar de *Diseño gráfico para el siglo XXI - 100 de los mejores diseñadores gráficos del mundo*, editado por la prestigiosa editorial Taschen en 2004. A continuación, dos gráficos expertos, Milton Glaser (Estados Unidos) y Neville Brody (Inglaterra) reseñan parte de su vitalidad gráfica.

MILTON GLASER. En mi primera visita a Buenos Aires, hace más de dos décadas, observé una serie de edificios modestos y mal cuidados, a lo largo de la autopista que conduce al aeropuerto. Todos, ejemplos del modernismo de principios del siglo XX: blancos, con techos planos y sin adornos. Desafiaron mis expectativas de cómo sería la arquitectura local argentina, en parte por mi escaso conocimiento de la historia sudamericana, y en parte porque demostraban cuán poderosa y penetrante puede resultar una ideología cuando se difunde alrededor del mundo con el fin de transformar y sustituir los lenguajes locales. El movimiento modernista tuvo intenciones políticas y sociales –además de estéticas–, y su doctrina de funcionalismo, racionalidad y progreso estableció un testimonio convincente. El mundo del diseño gráfico también reaccionó ante estas ideas. Quienes trabajamos en el siglo XX y en los inicios del siglo XXI somos producto de este movimiento, aun cuando algunas ideas alternativas hayan penetrado el pensamiento del diseño. Los términos deconstruccionismo y posmodernismo no son totalmente precisos en sus significados, pero dejaron huella en nuestro discurso. Felipe Taborda, un idóneo y hábil diseñador, puede considerarse un testigo de estos acontecimientos.



Forma parte de una generación de jóvenes profesionales brasileños que reflejan una nueva visión global. En la actualidad, las ideas se transmiten en forma instantánea alrededor del mundo, modificando a la vez las ideas locales. El trabajo de Taborda demuestra su respuesta a esta situación, ya que intenta incluir, en este momento global poscultural, un elemento social y ético.

NEVILLE BRODY. Encontré a Felipe Taborda por vez primera en la Reunión Cumbre de la Tierra, celebrada en Río de Janeiro en 1992. Iniciamos de inmediato una amistad que perdura hasta hoy. En este tiempo pude ver cómo dejó de ser un «pibe de la playa carioca» (su estudio está a pocos minutos del mar) para convertirse en un diseñador «adulto». En realidad, Felipe siempre ha sido un diseñador ma-

duro que ha sabido salvar las diferencias que existen entre una modernidad extrema y lo mejor de un diseño tradicional.

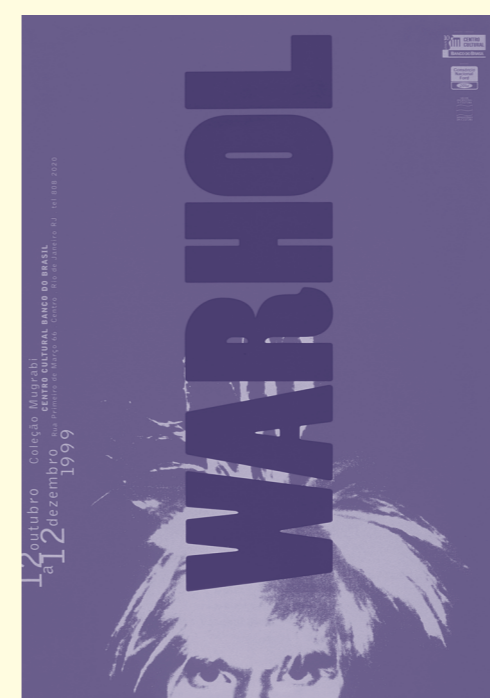
Su trabajo demuestra confianza y autoridad, pero además es claramente producto de un proceso experimental. Sus obras incorporan la esencia de ese diseño en el cual el contenido y las ideas son los elementos principales, y una presentación limpia y estimulante que es sinónimo de buena comunicación.

La sencillez y la claridad de los trabajos de Felipe Taborda resultan contundentes; los elementos visuales que utiliza están en armonía con el mensaje. Tanto en sus trabajos culturales como en sus proyectos en general su dedicación es evidente; el color, la forma y la línea de sus obras animan y enriquecen nuestro mundo cotidiano.

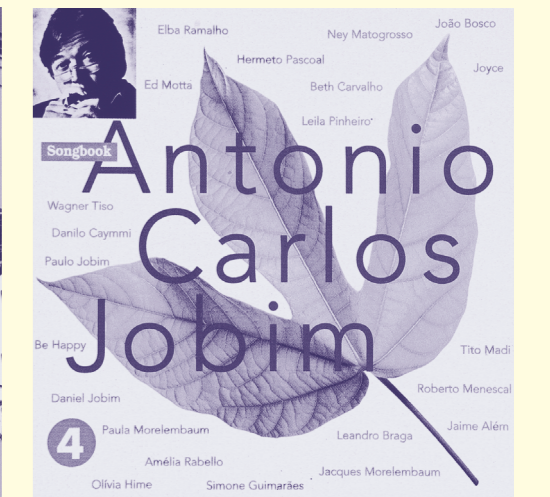


1. **BALLET (DETALLE).** Afiche de la Compañía de Danza Deborah Colker, 2002.
2. **BALLET.** Cinco afiches componen una imagen única. Se anuncian presentaciones de compañías brasileñas, francesas y chilenas, 2002.
3 y 4. **DANÇA BRASIL (DANZA BRASIL).** Festival anual celebrado en Río de Janeiro que reúne a los mejores ballets de Brasil, 1999 y 2003 respectivamente. Las fotografías de los afiches 1, 2, 4, 5, 8 y el retrato de Felipe Taborda pertenecen a Rodrigo Lopes.

La muestra de carteles de Felipe Taborda podrá verse durante el mes de abril en el Centro Cultural Parque de España, Rosario.



5. **A ARTE DA CRÍTICA (EL ARTE DE LA CRÍTICA).** Afiche para un congreso sobre crítica de arte, 2004.
6. **WARHOL.** Afiche para la exposición de las obras del pintor norteamericano, Río de Janeiro, 1999.



7. Afiche para Compañía de Danza Deborah Colker, Río de Janeiro, 1999. Ilustración: Axel Sande.
8. Diseño de tapa para CD, 2001. Fotografía de Antonio Carlos Jobim: Alexandre Fonseca.
9. Marca para la *Copa da Cultura*. Con motivo del Mundial de Fútbol, entre junio y julio de 2006, se realizarán eventos culturales organizados conjuntamente por los gobiernos de Brasil y Alemania.
10. Marca para la empresa cultural Arte Aberta, 2005. La parte superior muestra la aplicación animada.



A pedido del autor este artículo no está disponible.



Hochuli, Jost, Kinross, Robin. *El diseño de libros: práctica y teoría*, Campgràfic, Valencia, 2005.

Coherencia del pensar y el hacer

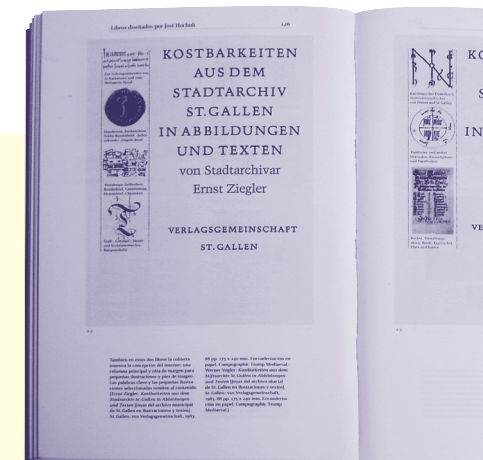
VÍCTOR GARCÍA

La duplicidad autoral es un tanto ambigua para hacer justicia con las atribuciones. Robin Kinross, tipógrafo, publicista y editor, firma la introducción exponiendo el plan de la obra y, presentando a Jost Hochuli, escribe el inicio del capítulo que muestra la obra de éste y es posible que haya intervenido en otros aspectos del libro. Pero quien despliega experiencias, conocimientos y reflexiones derivados de una sólida y, consecuente actividad de 40 años de ejercicio profesional como diseñador de libros, tipógrafo, publicista, editor y profesor de tipografía en Saint Gallen, Suiza, es Jost Hochuli.

Si bien la obra está centrada en el diseño, el título original es: *Bücher machen: Praxis und Theorie*, algo así como «Hacer libros...», una definición más general y abarcadora no necesariamente casual ni inocente, sino que posiblemente implique una toma de posición. La propuesta modular de la obra es encarar la realización de libros –de cada libro– atendiendo a sus particularidades temáticas, tecnológicas y utilitarias, abordando la tarea a conciencia, con espíritu crítico y alejado de todo preconceito estilístico o ideológico. Hochuli se muestra en todo momento como un profesional refinado y lúcido, dotado de abundantes recursos, que se desenvuelve en el plano teórico demostrando un profundo conocimiento de los temas tratados, exponiéndolos con prosa amena y didáctica, ajena a toda presunción escolástica. Su saber parece provenir de la sinergia entre su espíritu inquisitivo y su empirismo militante, por los cuales pensar, observar y obrar son energías en constante interacción. Su postura intelectual es particularmente interesante, pues habiéndose formado en ese extraordinario caldo de cultivo de la modernidad gráfica de mediados del siglo pasado que fue la *escuela suiza*, no se siente atraído por ningún postulado dogmático ni de ese ni de ningún otro movimiento y aconseja, en cambio, una actitud de cuestionamiento activo ante cualquier corsé intelectual. La clave de esta apertura se da cuando

descubre lo que califica de *doble moral* en términos tipográficos: en plena época del repudio de las tipografías de inspiración clásica propiciada por los gurúes tipográficos suizos, su colega Rudolf Hostettler, redactor del boletín mensual de tipografía *Typographischen Monatsblätter* y, como tal, fervoroso practicante del empleo exclusivo de tipografías sanserif y composición asimétrica, le mostró a escondidas unas tapas de libros de su autoría, diseñadas con fuentes clásicas en composición simétrica. Si bien aclara que Hostettler hacía esto por convicción y sólo lo ocultaba para no pasar por tradicionalista ante sus amigos de Basilea y Zurich, esto obró en la mente de Hochuli como una revelación que motivó su consecuente desapego hacia la rigidez de los dogmatismos de cualquier escuela, en favor del desarrollo de un criterio personal comprometido solamente con una ética de honestidad profesional y con la eficacia de los resultados. En su análisis, no soslaya referencias y discrepancias con otros personajes históricos que moldearon su generación y su época.

La práctica trata acerca del diseño de libros en su totalidad, de la conceptualización al objeto tangible: formatos adecuados, color y tipo de papel, proporciones, grillas, decisiones tipográficas y encuadernación, en una apasionante aproximación al *métier*, de la mano de un calificado cultor del oficio. Si bien someramente, Hochuli trata con gran solvencia y capacidad expositiva diversos temas de manera aguda e interesante. Hay un extenso capítulo con una catalogación tipológica de libros con profusión de ejemplos. Todas las imágenes tienen generosos epígrafes descriptivos que contienen abundante y precisa información complementaria y sirven eficientemente como guías de orientación y consulta. Cada tema está ilustrado con ejemplos de diferentes diseñadores, en función de los diversos aspectos que se van desarrollando. No siempre es posible acordar con los ejemplos exhibidos, sobre todo del microclima profesional alemán y suizo, pero



no puede negarse su constante pertinencia expositiva. Cierra la parte principal de la obra un capítulo con libros diseñados por Hochuli. La traducción, de lectura fluida y cuidada, contiene, sin embargo, algunos giros lingüísticos que no se corresponden con la atmósfera cultural de la obra –cuesta imaginar a un hablante suizoalemán expresando «tanto monta monta tanto» (página 14)–, y también algunas imprecisiones: «magisterio» por «maestría» (página 63), «tallados en madera» por «grabados en madera» (página 103).

Un libro que habla de hacer libros se aproxima a la idea del laberinto borgiano, incluso porque como objeto en sí mismo representa a su vez un ejemplo concreto de lo que se desarrolla en sus páginas. En este sentido, desde el papel en suave tono marfil, la selección tipográfica y la puesta en página a dos tintas, negro y rojo, el resultado es satisfactorio. Considerado el contenido desde la praxis, el libro es un buen manual de diseño editorial. Desde la teoría, es un estímulo para quienes quieran asomarse al pensamiento singular de un profesional competente y cuestionador de los dogmas, que reflexiona con la autoridad que proporciona un profundo conocimiento del oficio.



VÍCTOR GARCÍA Es diseñador gráfico y tipográfico. Desarrolla diseños tipográficos desde 1996 y es corresponsal en Buenos Aires, desde 2002, de la revista *novum*.

La mujer obrera ingresa a las artes gráficas

MARÍA SILVIA BADOZA

LA MUJER EN LAS ARTES GRÁFICAS Y EN EL MUNDO (1880 y 1940)

- 1897** Se fundan *La Protesta* y *La voz de la mujer*, periódicos que difunden la lucha femenina.
- 1900** Hasta 1910 las socialistas y las anarquistas, siguiendo a sus pares europeas, fundan agrupaciones en defensa de los derechos cívicos de la mujer.
- 1901** Se incorpora la linotipo en el diario *La Nación*.
- 1907** El 3 de mayo se constituye la Federación Gráfica Bonaerense. Se sanciona la primera ley laboral para la mujer.
- 1908** En los Estados Unidos se celebra el *Woman's Day* en conmemoración del incendio ocurrido en una fábrica textil de Nueva York en 1857, donde murieron quemadas las obreras que hacían huelga.
- 1922** Se funda *Nuestra tribuna*, publicación enteramente escrita por y para mujeres.
- 1924** Se sanciona la segunda ley laboral para la mujer.
- 1927** En San Juan se reconoce a las mujeres en el padrón electoral hasta el golpe del 30. Recién en 1951 la mujer podrá emitir su voto por primera vez.
- 1934** Se crea la Caja de Maternidad.



1. Jóvenes trabajadoras en las máquinas abrochadoras. La supervisión estaba a cargo de un trabajador.

MARÍA SILVIA BADOZA Es graduada en la Universidad Nacional de La Plata. Profesional principal del CONICET. Autora de artículos sobre el ámbito del trabajo en las artes gráficas.

«[...] La crisis de los oficios calificados, ligada a la penetración del maquinismo y a la división del trabajo, parece que no ha hecho sino reforzar esta oposición al trabajo de las mujeres en la gran industria. En una representación obrera no desprovista de fundamento económico, la mujer es una prolongación de la máquina y su aparición significa una baja de salarios y del nivel de cualificación. Michelle Perrot.»¹

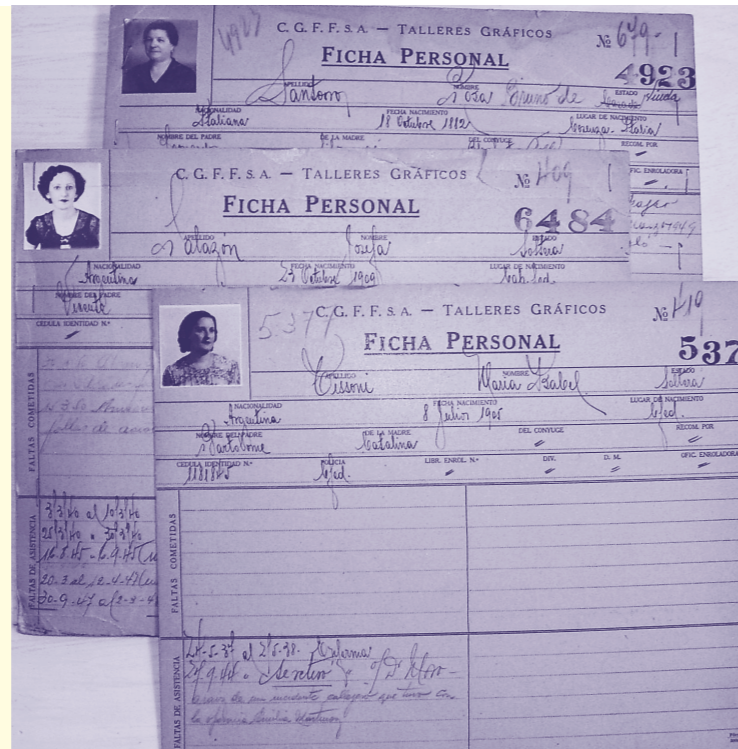
A partir de 1880, como resultado de un incremento de la mecanización y de la división del trabajo, las imprentas de Buenos Aires generaron una demanda de mano de obra semicalificada o sin ninguna especialización, satisfecha en parte con el empleo de personal femenino. La mujer ingresó como trabajadora en un mundo laboral constituido hasta entonces únicamente por hombres, en tareas de encuademación poco calificadas y mal pagas.

Esta nueva situación generó una actitud hostil por parte de los obreros de los antiguos oficios de las artes gráficas, encuademadores y cajistas entre otros, por «la intromisión de la mujer en el taller».

Los trabajadores expresaron su oposición al trabajo femenino a través de un discurso que acentuaba las diferencias sexuales. Se esgrimían razones de índole moral y de salud para demostrar la poca conveniencia del trabajo industrial para la mujer. Algunos pidieron abiertamente el regreso de las mujeres al ámbito del hogar, mientras que otros se manifestaron en contra de las condiciones de mayor explotación en que se desempeñaban en los talleres.

En un artículo publicado en *El Obrero Gráfico* se expone la mirada del trabajador calificado sobre la mujer y su incorporación al trabajo industrial. Defensor de la vuelta de la mujer al hogar, en tanto el mundo laboral y el doméstico eran vistos como antagónicos, afirmaba al respecto:

«[...] seamos feministas en lo que tiene de más augusto la expresión; formemos a la hija, a la esposa, a la madre, la preparación a la primera, los medios a las otras, para que



2. Las fichas de personal brindan información detallada sobre las fechas de ingreso y egreso, causa del egreso, causas de las interrupciones temporarias del empleo (falta de trabajo, sanciones disciplinarias, enfermedad, huelgas). Legajos de Personal correspondientes a trabajadoras de la Compañía Fabril Financiera.

puedan desenvolverse fácilmente, sin restricciones, en el escenario natural que a su acceso a la vida tienen destinado: el hogar».

«El feminismo, en la acepción burguesa de la palabra, es el 'derecho' de la mujer a invadir aun más intensamente el campo de acción masculino [...]»

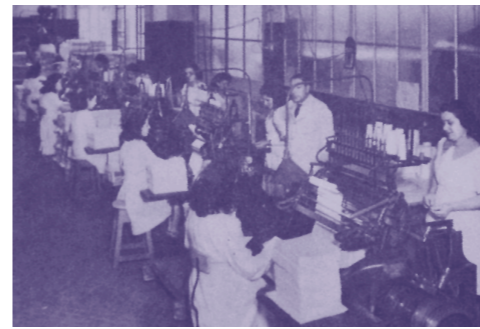
«Es feminismo, debe ser feminismo, para los que vivimos de milagro, el apartar de todo trabajo manual a la compañera de la vida, restituyéndola, 'con una plena igualdad en la familia' a sus funciones naturales: tener hijos, criarlos, 'prepararlos', conservar y acrecentar en interés común el 'nido', dejando en absoluto al cuidado del hombre lo correspondiente a las necesidades de aquél.»

Con este pedido de retorno al hogar y a sus «tareas», la mujer era vista como la encargada «natural» del trabajo doméstico, no remunerado, y de la reproducción, mientras que el hombre realizaba el trabajo productivo y remunerado.

Y continuaba afirmando:

«[...] apartad de esos antros llamados talleres a vuestras hijas, esposas y madres, imposibilitemos la explotación de que son víctimas, y al mismo tiempo que restaremos concurrencia de brazos que abaratan la 'mercancía obrera' en esta especie de remate de que nos hace víctima el industrialismo, llegará el momento de 'exigir' lo que necesitamos.»

El retiro de las mujeres de los talleres era el gran tema; se esgrimían razones morales, de sobreexplotación, pero la oposición real apuntaba a evitar la degradación de los oficios y a mantener al trabajador calificado en cierta posición social. Con la concurrencia femenina el trabajador calificado no podía negociar un «buen salario», lo suficientemente alto para que alcanzase al mantenimiento de la familia, sin necesidad del auxilio del salario complementario de la esposa. Tal era la aspiración de este trabajador, que firmaba con el seudónimo «Espíritu de lucha», probablemente compartida por una buena parte



3. La fase de cosido de los pliegos podía realizarse a mano (con hilo) o a máquina. El cosido a mano daba mayor solidez, pero para las revistas o publicaciones comerciales de duración pasajera se realizaba a máquina. Operarias de máquinas cosedoras bajo la estrecha vigilancia de un hombre.

de los gráficos de Buenos Aires en las primeras décadas de este siglo.

Esta lucha por mantener alejada a la mujer del trabajo en las artes gráficas no alcanzó igual éxito en todos los oficios; de todos ellos, los tipógrafos fueron quienes pudieron controlar el acceso a los puestos de trabajo. Los oficios de cajista y linotipista continuaron bajo el dominio de los trabajadores. Los encuademadores, en cambio, no pudieron establecer una reglamentación exclusivista que les permitiera controlar la extensión y concentración del trabajo de la mujer.

Encoladoras, cosedoras o dobladoras, ponepliegos y sacapliegos, operadoras de maquinaria sencilla como timbradoras y numeradoras. Hacia 1890, en la sección de impresión de valores de la Compañía Sudamericana el trabajo en las prensas —trabajo especializado— era realizado por mano de obra masculina, mientras que 20 mujeres realizaban la numeración automática de los valores. En Peuser, a fines del siglo XIX, trabajaban mujeres en las boleterías mecánicas. En el transcurso de la primera mitad del siglo XX la industria gráfica experimentó un mayor desarrollo y complejidad; sin embargo, la mayoría de las mujeres continuaron realizando las mismas tareas en las secciones de encuademación, naipes y valores, tal como venía sucediendo desde que fueron incorporadas al trabajo industrial.



Esta segregación ocupacional se expresaba en las diferentes oportunidades para hombres y mujeres en la circulación por los oficios. La categoría «aprendiza», en la que se contrataba a la mayoría de las mujeres en la Compañía General de Fósforos/Fabril Financiera, denotaba un puesto de trabajo, más que el inicio de una carrera laboral.

«Micaela Brea de Willems, una joven a punto de cumplir 18 años, se desempeñó desde el 16 de junio de 1920 como aprendiz en la sección encuademación, continuando en ese puesto por diez años cuando fue despedida por participar en la huelga de 1930. Reingresó en noviembre de 1930 en la misma sección como aprendiz y continuó hasta 1935 cuando, según los datos de la Ficha de Personal, se retiró por su voluntad.»

En contraste, la mano de obra masculina conservó el poder de realizar una carrera laboral en el oficio de encuademador.

«Alberto Willems, casado con Micaela Brea, con 19 años se desempeñaba en 1920 como medio oficial en la sección encuademación. En 1928, ocho años después, fue ascendido a oficial encuademador, permaneciendo hasta la huelga de 1930 en que es despedido. Reingresa nuevamente en septiembre de ese mismo año y fue promocionado en 1933 a un cargo de supervisión en encuademación (capataz). Prosiguiendo su carrera



4. Mujeres en la encuademación de libros en blanco.



5. Operarias de la sección valores.

hasta alcanzar en 1941 el puesto de jefe de la sección encuademación comercial.»

El sindicalismo de oficio —Federación Gráfica Bonaerense— tuvo un papel destacado en la preservación del oficio y en la protección de los empleos para los hombres. Las mujeres fueron excluidas mediante acuerdos entre la Federación y los empresarios de determinadas tareas y máquinas, por ejemplo, del trabajo en la linotipia.

Frente a la realidad del trabajo femenino en las imprentas y al hecho de que no hubiera una automática «incorporación» de las obreras a la Federación Gráfica Bonaerense, los dirigentes reclamaron la agremiación de las mujeres. Cabe preguntarse: ¿existió un espacio como para que las mujeres desarrollasen reivindicaciones propias y que no chocasen con aquellas de los trabajadores destinadas a conservar una buena posición en el mundo laboral de las imprentas? El hecho de que la Federación encontrara la solución en la organización de una sección femenina, pero bajo el control y la dirección de la Comisión Administrativa de la Gráfica Bonaerense, sugiere que la urgencia por «educarlas o socializarlas en la lucha sindical» expresaba el propósito de evitar que las mujeres actuasen en contra de los intereses de los trabajadores más que la voluntad de una integración que rompiera con las situaciones de inequidad.

NOTAS

- ¹ «El elogio del ama de casa en el discurso de los obreros franceses del siglo XIX.» En: James S. Amelang y Mary Nash (eds.). *Historia y género: Las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Valencia, 1990.
- ² *El Obrero Gráfico. Órgano de la Federación Gráfica Bonaerense*, año V, n° 61, agosto y septiembre de 1913, p. 7.

REFERENCIAS

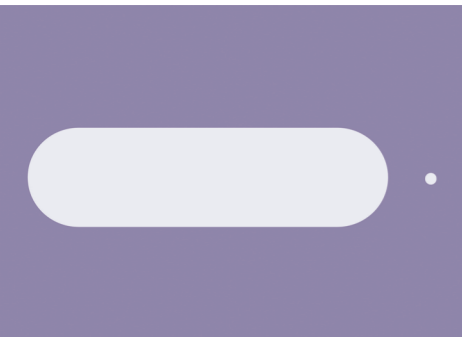
- Badoza, María Silvia. «El ingreso de la mano de obra femenina y los trabajadores calificados en la industria gráfica.» En: Knecher, L. y Panaia, M. (eds.). *La mitad del país. La mujer en la sociedad argentina*, Bibliotecas Universitarias-CEAL, Buenos Aires, 1994.
- Burr, C. «Defending The 'Art Preservative': Class and Gender Relations in the Printing Trade Unions, 1850-1914.» *Labour/Le Travail, Journal of Canadian Labour Studies*, 31, 1993, pp. 47-73.
- Lobato, Mirta. *La vida en las fábricas. Trabajo, protesta y política en una comunidad obrera, Berisso (1904-1970)*, Prometeo Libros - Entrepasados, Buenos Aires, 2001.
- Nari, Marcela. «El movimiento obrero y el trabajo femenino. Un análisis de los congresos obreros durante el período 1890-1921.» En: Knecher, L. y Panaia, M. (eds.), op. cit.

- 4. Mujeres en la encuademación de libros en blanco.
 - 5. Operarias de la sección valores.
 - 6. El proceso de encuademación comprendía diversas operaciones entre el cosido de pliegos y la «terminación». El encartado para realizar tapas de tela o cuero era una operación manual reservada para los hombres.
- Fuente: *Don Jacobo Peuser, rasgos salientes de su vida y su obra. 1843 - 28 de noviembre de 1943*, Peuser, Buenos Aires, 1943. Fotografía: Marcela Romero.

LAS FOTOGRAFÍAS FUERON TOMADAS POR MARCELA ROMERO DEL LIBRO *Don Jacobo Peuser, rasgos salientes de su vida y su obra. 1843 - 28 de noviembre de 1943*, PEUSER, BUENOS AIRES, 1943.

El futuro presente

LUCAS LÓPEZ



2

1. AFICHE PARA EL FESTIVAL DE JAZZ SKOPJE, 1995.

Concepto, diseño y dirección de arte: Slavimir Stojanovic. Fotografía: Ivan Sijak.

2. **PEDOFILIA.** Ilustración para el semanario político *Mladina*, 2001.



1

de a eventos y situaciones del entorno social y personal. El humor que destila *Fanzine Futro* se apoya en el uso de pictogramas imposibles, retratos de gente común en situaciones cotidianas y textos de autor propios y ajenos, por lo general diseñados en tipografías de palo seco y con un uso intensivo de colores plenos. Recientemente, el proyecto ganó el Premio Brumen como mejor diseño de Eslovenia. Pero la sociedad creativa que ambos promueven no descansa. Slavimir también diseñó el libro de Ilic *Case Study*, que compila parte de los trabajos de la publicación. Además, prevén para 2007 la realización de *Futuro Retro*, primer libro de Futro, el cual cerrará una etapa y derivará en Futro Publishing. El estudio desarrolla, además, proyectos inherentes al diseño de luces y vestimenta.

ESLOVENIA HOY. Según detalla el diseñador, «por ser un país joven, aún está pasando por una etapa de transición en la cual el auto que manejas es más importante que la educación. Eslovenia fue parte de Yugoslavia hasta su separación en 1991. Es realmente diferente del resto de Yugoslavia, cercana a Europa y mucho más desarrollada. Es un país pequeño pero muy lindo, donde tenemos los Alpes y el mar Adriático. La gente la llama la Suiza de los Balcanes. La capital, Ljubljana, tiene sólo 250.000 habitantes y más de 3.000 estudios de diseño, arquitectura y publicidad registrados, así que parece que todo el mundo se dedicara al negocio de la creatividad. El principal problema es que si no viajas a destinos cercanos, como Milán, Viena, Venecia, Munich, todo se hace aburrido, sobre todo para mí, que nací y crecí en Belgrado, una ciudad con 2.500.000 habitantes».

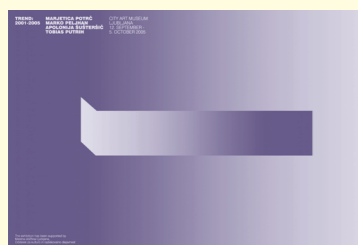
Lo que conmueve de Slavimir Stojanovic, además de su calidez, es el estatus visual que alcanza su diseño, ese carácter adherido con aura de museo que poseen sus piezas gráficas. La sensibilidad que trasunta y su discurso aislacionista promueven un estilo singular que valida su diseño como único.

El mensaje gráfico de Slavimir Stojanovic se encuentra muy alejado de la retórica silenciosa de los muros de ladrillos y enfrentamientos religiosos de los países balcánicos. Nacido en 1969 en Belgrado, Yugoslavia, Stojanovic es un minimalista visual que compone los espacios en el plano de manera soberbia. Las piezas gráficas como *Pedofilia*, *Bumerang*, *Vaca Loca*, *Esperando a Godot*, el diseño editorial de la revista *Mars*, el libro *Six Pack* y la identidad corporativa para distintas instituciones le otorgan en la actualidad gran prestigio. Muchas de estas piezas, además, le valieron innumerable cantidad de premios, como el Art Directors Club, Type Directors Club, European Design Excellence Award, Communication Arts Award y Montreaux Gold, entre más de cien del ámbito publicitario.

Stojanovic trabajó como director de arte en la agencia S Team Saatchi & Saatchi Balkans, donde con Dragan Sakan, un productor ligado al campo de la psicología, impulsaron una revista de arte y cultura inspirada en el constructivismo ruso llamada *New Moment*. Esos siete años de agencia fueron regidos por la tiranía del presidente Milosevic, la hiperinflación y dos meses y medio de bombardeos por parte de la OTAN. Según recuerda el diseñador, «los servicios públicos no funcionaban. Los salarios eran bajos. La economía fue totalmente devastada por el régimen». Sin embargo, Stojanovic desarrolló en ese período

oscuro para la región un portfolio de trabajos muy reconocido por la escena gráfica de Europa del Este. Admirador de los diseñadores norteamericanos, tuvo en su período en S Team una profunda influencia de Paul Rand, sobre todo en la generación de *buenas ideas* y el uso sofisticado de algunas fuentes tipográficas. En todo ese período de diseño de los inigualables afiches del Festival de Jazz Skopje. «El director del Festival, Oliver Belopeta, se convirtió en un gran amigo y me permitió conocer personalmente a mis héroes del jazz, como Roy Ayers, Arto Lindsay, John Zorn, Eddie Palmieri, Tito Puente [...]», comenta Slavimir. Puede reconocerse en la serie Skopje un sentido de nuevos clásicos del diseño de afiches, como los diseñados por el suizo Niklaus Troxler, sobre todo por la pasión.

En 2003, Slavimir Stojanovic crea Futro (feliz combinación entre Futuro y Retro), cuyo *tagline* lo describe como una Unidad de Servicios Creativos. Establecidos en Eslovenia, la actividad de Futro, vale decir, su mirada, cruza tangencialmente la línea del arte, el diseño, la moda, la escritura y la nueva cultura corporativa. Junto al artista plástico y editor Ivan Ilic, quien aporta otra perspectiva a los experimentos visuales del grupo, Slavimir Stojanovic diseña *Fanzine Futro*, una publicación mensual en formato afiche que indaga en la vida diaria de la sociedad contemporánea y respon-



3

3. AFICHE TREND, 2005.

Diseño y dirección de arte: Slavimir Stojanovic. Identidad para un programa de tv sobre lo mejor de la moda, la fotografía y la arquitectura.



4

4. LIBRO SIXPACK, 2005.

Diseño y dirección de arte: Slavimir Stojanovic. Libro que compila el trabajo de seis estudios de arquitectura eslovenos. Sus miembros tienen algo en común, todos ellos estudiaron en el exterior y regresaron a Eslovenia.

LAS IMÁGENES FUERON GENTILMENTE CEDIDAS POR SLAVIMIR STOJANOVIC.