



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
POSGRADO EN ARTES Y DISEÑO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

LA RETÓRICA VISUAL EN LA TIPOGRAFÍA

TESIS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRA EN ARTES VISUALES

PRESENTA:
IRASEMA CHÁVEZ SANTANDER

DIRECTOR DE TESIS
LIC. MAURICIO GERMÁN RIVERA FERREIRO
(FAD)

SINODALES
DR. VÍCTOR FERNANDO ZAMORA ÁGUILA
(FAD)
MTRO. ENRIQUE DUFOO MENDOZA
(FAD)
MTRO. MAURICIO JUÁREZ SERVÍN
(FAD)
MTRO. ALFONSO ESCALONA LÓPEZ
(FAD)

MÉXICO, D.F. DICIEMBRE DE 2014

UN/M
POSGRADO
Artes y Diseño

The logo features the text "UN/M POSGRADO Artes y Diseño" in a bold, serif font. To the right of the text is a small version of the Mexican coat of arms.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Gracias a Dios por permitirme la maravillosa experiencia de realizar mi investigación en una noble institución como lo es la Academia de San Carlos, UNAM.

Por ponerme en este camino a personas tan gratas y profesionales como Mauricio Rivera, Roberto Gamonal, Armando Pineda, Alicia Portillo, Claudia K. Caballero, Enrique Dufoo y Fernando Zamora, quienes me dieron su voto de confianza y apoyo durante todo el proyecto, siempre mostrándome (sin saberlo) su sencillez y pasión por la enseñanza.

Por regalarme una familia extraordinaria, mis padres Manuel y Lucía, y mi hermana Liliana, quienes han sido el impulso de muchas metas cumplidas.

Por bendecirme con Alberto Vargas, mi amado esposo; su amor, cariño y apoyo incondicional han hecho que esta tesis sea ahora una realidad.
Tqmomvalldiydr.

RETÓRICA
VISUAL
EN TIPO
LA *grafía*



Índice

Introducción	11
Capítulos	
I. ¿Qué es la retórica?	17
I.1. Antecedentes	19
I.2. Definiciones	26
I.3. Objetivo	29
I.4. Las cinco fases de la retórica representadas en la tipografía	32
I.4.1. La <i>inventio</i>	33
I.4.2. La <i>dispositio</i>	39
I.4.3. La <i>elocutio</i>	49
I.4.4. La <i>memoria</i>	62
I.4.5. El <i>actio</i>	63
II. La tipografía: un tipo de acción retórica	67
II.1. Retórica en la tipografía	69
II.2. Prosodemas visuales	79
II.3. Figuras retóricas	82
II.4. Retórica en la poesía visual	88
II.4.1. Poesía visual	89
II.4.2. Evolución histórica	90
II.4.3. Análisis de casos	102
II.4.4. Análisis de resultados	143
III. Producción de un discurso tipográfico. Diseño de portadas para la serie de libros <i>Testimonio oral de exdirectores de la ENAP</i>	159
III.1. Introducción del proyecto	162
III.2. Presentación del proyecto	164
III.3. Producción de un discurso tipográfico: Del discurso verbal al discurso visual	167
III.3.1. Propuestas iniciales	168
III.3.2. Propuestas seleccionadas	179
III.3.3. Propuesta final	180
III.3.4. Color	181
III.4. Diseño final	190
III.4.1. Análisis retórico	192
III.4.2. Cuatro primeras portadas	196
Conclusiones	201
Fuentes de consulta	207

*Tipografía, soy sólo un poeta y eres el florido juego de la razón,
el movimiento de los alfiles de la inteligencia.*

*No descansas de noche ni de invierno,
circulas en las venas de nuestra anatomía
y si duermes volando durante alguna noche
o huelga o fatiga o ruptura de linotipia
bajas de nuevo al libro o al periódico
como nube de pájaros al nido.
Regresas al sistema, al orden
inapelable de la inteligencia...*

[fragmento]

Oda a la tipografía, Pablo Neruda, 1956

Introducción

El presente trabajo pretende acentuar la importancia de la retórica en la vida profesional de los diseñadores y comunicadores visuales, a fin de que los especialistas en esta área centren mayor atención en ella, aunando conocimientos que les permitan desarrollar mejor su labor y a partir de ello se obtengan fundamentos no sólo prácticos sino también teóricos que potencialicen los mensajes gráficos. Es común que a la retórica se le asocie con la literatura, principalmente, y no con otros campos de estudio, sin embargo en la actualidad ya no sólo está presente en la literatura y en la oratoria, sino que ha sido incluyente a nuevas áreas de investigación como la música, la arquitectura, el diseño industrial, el diseño gráfico y la tipografía, por mencionar algunas. Siendo esta última un tema importante de estudio, recordemos que en nuestra sociedad dependemos en gran medida de los mensajes escritos, en una revista, periódico, libro, receta, caja de cereal lo que mejor comunica el mensaje son las letras, y como comunicadores gráficos esta área debe ser tan relevante como lo es la forma, el color, el estilo, la ilustración, la fotografía, etcétera, pero ¿cómo conceptualizar a la letra no sólo como signos que representan al lenguaje oral sino que también representen al lenguaje visual? ¿Cómo lograr que los expertos en diseño logren empatar este concepto global, donde una ilustración tenga la similar importancia a la del texto que la acompaña?

Por ello, esta tesis surge de la necesidad de proveer más herramientas a los comunicadores gráficos que les permitan generar elementos teóricos y prácticos que involucren al discurso tipográfico en el todo del diseño y no solamente en la parte simple y llana de la transcripción. La intención no es simplemente hacer un análisis histórico del devenir de la retórica a lo largo del tiempo, sino más bien difundir el interés por sus nuevas funciones sociales y de relación humana que sirvan de instrumento para lograr una comunicación persuasiva y argumentativa, donde se enfatice el concepto de retórica vinculado al mensaje visual y a partir de esto el sentido de una palabra o frase recobre fuerza no tan

sólo por lo que se dice ni cómo se dice sino también por cómo se desarrolla visualmente el mensaje.

El propósito es exaltar la eficacia de la retórica como una praxis, resultado de un largo recorrido histórico del pensamiento humanístico. Se espera que a lo largo de estas páginas se logre enfocar al lector a que piense de forma integral a la retórica y al diseño con relación en la tipografía, donde cada una de estas áreas se comprenda por sí misma pero se complementa por su relación de interdependencia con la otra parte. Cabe señalar que la importancia del estudio de la retórica alcanza su sentido al concebirla dentro de un planteamiento actual que converge en los nuevos campos de estudio, como lo es el caso de la tipografía, que se considera un estratégico punto de apoyo en el que se fortalecen las propuestas de diseño. Por lo que no se pretende, en ningún momento, hacer una metodología o una lista de pasos a seguir, ya que además de ser esto algo subjetivo, no se considera que un buen diseño logre el éxito a base de seguir una serie de indicaciones al pie de la letra, como si fuera una receta de cocina, más bien lo que se propone es que este contemporáneo conocimiento denominado, retórica visual, se difunda más en las aulas, bajo la siguiente hipótesis: la retórica visual en la tipografía es un instrumento para reemplazar la presencia perdida del orador, con la finalidad de lograr diseños más persuasivos, siendo ahora el “nuevo orador” quien queda en el anonimato para exhibir únicamente al discurso visual.

Se intenta sustentar entonces que, el punto de unión entre la retórica y el diseño gráfico es la función persuasiva que comparten ambos, considerando que la combinación de las dos áreas nos permite la creación de mensajes verbales y/o visuales, funcionales y efectivos, basados en las cinco fases de la retórica, la *inventio*, la *dispositio*, la *elocutio*, la *memoria* y el *actio*. Estableciendo una relación entre dos materias aparentemente opuestas como son la retórica y la comunicación visual—la primera, una disciplina que nace en la Antigua Grecia y la segunda, con antecedentes que van desde las primeras manifestaciones gráficas del hombre, aunque su actividad productiva ha sido desde inicios del siglo XX, adoptando este nuevo concepto de retórica visual—resulta interesante indagar cómo sucede que los conceptos y las operaciones que de origen fueron creados para el discurso oral se trasladen al discurso visual. Encontraremos que analizando y estudiando piezas de diseño con tipografía se pueden

encontrar inmensas similitudes en la forma en que un orador y un diseñador realizan sus respectivos discursos. Finalmente podemos decir que la retórica siempre ha estado relacionada con la palabra “oral”, por lo tanto, resulta significativa su traslación al campo de la palabra “escrita”.

Esta tesis es el resultado de una búsqueda de información a través de la consulta de libros, revistas, páginas *web* y la participación de distintos expertos en el tema para su mejor estudio. Obteniendo finalmente el desarrollo de una investigación contenida en tres capítulos, los cuales se conforman de la siguiente manera:

El primer capítulo consta de una breve reseña de la historia de la retórica, dónde nació, cómo surgió, bajo qué determinaciones se rige y qué contexto social la fundamenta. También da un breve marco teórico, donde se expone una serie de definiciones de los principales conceptos retóricos, recogidos de grandes estudiosos de la materia, con el fin de mostrar, en palabras de los especialistas, lo que implica cierto término. El propósito es hacer notar los conceptos obtenidos desde los antiguos clásicos hasta los contemporáneos. En seguida hay una explicación del objetivo que ésta persigue, la función que tiene y cuál es el sentido que se pretende alcanzar al utilizarla, es decir ¿para qué se necesita persuadir a alguien?

También se describe cuáles son las cinco fases de la retórica, para con ello estudiar cómo éstas se vuelven un instrumento para trabajar con diseños realizados a partir de tipografía, haciendo un especial énfasis en las figuras retóricas.

El segundo capítulo tiene como objetivo analizar ejemplos de la retórica visual a través de un recorrido por la historia del diseño gráfico, además se realiza una pequeña reseña de cada autor, con respecto de sus obras elegidas y se presenta un nuevo concepto denominado *prosodia visual*, se explica cuál es su campo de estudio, dónde surge y cómo es que se complementa con la retórica visual y el diseño gráfico. De esta manera se pretende confirmar o negar la hipótesis anteriormente planteada; cabe señalar que la selección de los diseños tuvo como filtro que el elemento principal fuese la tipografía.

Para el estudio de cada caso, desde una perspectiva retórica, se realizó un esquema de análisis que integra una breve descripción de la obra: autor, título y fecha, tipografía utilizada, composición o disposición en la página (estáti-

ca/regular o dinámica/irregular), representación del prosodema visual, figura retórica requerida y la dimensión de la figura retórica. Con lo anterior se observarán las diversas asociaciones que se pueden establecer a partir de estos seis puntos de análisis y la expresión final de una conceptualización conjunta. Lo anterior se considera proporcionará una visión más cercana sobre las fases de la retórica, especialmente de la *elocutio*. Finalmente se obtendrá una tabla de contingencia a partir de la cuál podremos tener un análisis de resultados que se reflejarán a través de unas gráficas, obteniendo conclusiones más certeras y justificadas sobre lo que esta investigación ha encontrado, todo ello apelando a que el comunicador gráfico tenga un desarrollo profesional mejor sustentado y que contribuya a conceptualizar al diseño como un elemento de comunicación que persuade, deleite y signifique por sus discursos tipográficos.

El tercer y último capítulo está enfocado a comprobar la teoría expuesta sobre la compatibilidad que existe entre la retórica y la tipografía mediante la elaboración del diseño de portadas para el proyecto *Testimonio oral de exdirectores de la ENAP*, designación bajo la cual se editará una serie de libros, donde el título de cada uno cambiará conforme el nombre del exdirector abordado. Cabe señalar que aunque recientemente la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP) ha cambiado su denominación por Facultad de Artes y Diseño (FAD), el título de la serie se conservará como *Testimonio oral de exdirectores de la ENAP*, ya que se ha considerado, junto con los maestros al frente del proyecto (Alicia Portillo y Mauricio Rivera) que el encabezado no se usará en retrospectiva, es decir, sin duda los maestros entrevistados hasta antes del año 2014 fueron directores de la ENAP, por lo que la referencia se mantendrá así, posteriormente quienes están a cargo del proyecto, decidirán, en su momento, cambiarlo, esto por una evidente necesidad de indicar la transición que la ENAP vivió, siendo el primer director de la FAD el doctor Daniel Manzano Águila, quien para el momento en que se realice su entrevista, será necesario plasmarlo como *exdirector de la Facultad de Artes y Diseño*, hasta entonces, el nombre propuesto se mantendrá como: *Testimonio oral de exdirectores de la ENAP*.

Dejando claro este importante asunto continuemos diciendo que, es honoroso para la presente tesis desarrollar este proyecto que, contextualizando un poco, comenzó hace once años, a cargo del maestro Juan Diego Razo, quien en el año 2002 realizó entrevistas a cuatro exdirectores de la FAD (antes ENAP)

con la idea de publicar un documento que contuviera el testimonio de viva voz de cada exdirector sobre el periodo de gestión, en el año 2012 el proyecto fue concedido a la profesora Alicia Portillo para continuar la labor. El resultado que se espera es interesante, en primer lugar porque es una publicación que saldrá bajo el sello de la ahora Facultad de Artes y Diseño, lo que representa un esmero más por fomentar la investigación, a través de la edición, difusión y publicación de textos; y en segundo porque es un proyecto real que materializa los objetivos planteados, de lo cual se esperan los mejores resultados para la comunicación visual.

A continuación se presenta esta investigación, de la que se espera que los comunicadores gráficos sean provistos de más elementos teóricos que les ayuden a desarrollarse mejor profesionalmente y que su trabajo no sea sólo en una serie de conceptos aprendidos, sino que vayan más allá, hacer uso de la información y planteamientos expuestos en este trabajo, que logren percibir la importancia que la retórica tiene en nuestros días y que como creadores de mensajes gráficos se tome la responsabilidad de llevar la teoría a la práctica.

**¿QUÉ ES LA
RETÓRICA?**

¿Qué es la retórica?

El hombre en la antigua Grecia al igual que el hombre actual siempre han tenido la necesidad de comunicarse y expresarse correctamente, y para ello han recurrido al estudio del discurso, sin embargo en una sociedad como la de nuestros tiempos, donde se ha llegado a considerar que *una imagen vale más que mil palabras*, se hace un paréntesis en el estudio de la retórica clásica para abrir nuevos campos de conocimiento, es aquí donde nace una nueva manera de vislumbrar la comunicación gráfica a través de trabajar más en los discursos visuales. Para lo cual es necesario recurrir al mismo tema de la retórica, aunque analizado desde otra perspectiva. Para entender mejor de qué trata esto es necesario comenzar por conocer sus inicios y fundamentos, que servirán para darle un sentido más enfocado a esta nueva perspectiva. Comencemos pues, a escribir acerca de la historia de la retórica y su transición a la denominada *retórica visual*.

I.1. Antecedentes

La retórica, como estudio del lenguaje con una finalidad persuasiva o *arte del bien decir*, nació y se cultivó en la Grecia antigua. Éste fue el primer *arte* que dio origen a un modelo que tuvo un impresionante desarrollo escolar durante todo el imperio Bizantino y perduró, mediante la enseñanza del latín, hasta el Romanticismo. Durante la Edad Media (siglos V-XV), todo el sistema educativo de la cultura occidental estuvo basado en el llamado *Septennium* o las Siete Artes Liberales (ver Figura 1.1).¹ Estas estaban divididas en el *Trivium* o *artes dicendi* (artes de la palabra); que eran la gramática, la dialéctica y la retórica; y el *Quadrivium*, constituido por la música, la aritmética, la geometría y la astronomía.

¹ A partir del siglo I a. C., se denominaron *artes liberales* (o sea, dignas del hombre libre) en oposición a las artes manuales; fueron enumeradas por Marco Terencio Varrón: gramática, retórica, lógica, aritmética, geometría, astronomía, música, arquitectura y medicina. Posteriormente, en el siglo V, Marciano Capella las redujo a siete, eliminando la arquitectura y la medicina, por ser innecesarias a un ser puramente espiritual (incorpóreo), estableciendo así el *curriculum* de estudios que perduraría durante muchos siglos (Nicola Abbagnano, *Diccionario de Filosofía*. México, FCE, 1995, p. 101).

* El título de esta revista, publicada por el Instituto de Investigaciones Filológicas (UNAM), está en latín por lo que no se acentúa.

2 Sicilia es una gran isla del Mediterráneo. En la antigüedad fue ocupada sucesivamente por fenicios, griegos, cartagineses y romanos; actualmente pertenece a Italia. Siracusa es una de sus antiguas ciudades. Siracusa fue la ciudad griega más importante de Sicilia. Fue la segunda colonia griega establecida en la isla después de Naxos, fundada por Arquías, hijo de Evágetes, originario de Corinto, que se tuvo que expatriar. Se fundó en el año 734 a. C. y la llamaron *Sirako* (“pantano”). Existe otra teoría que afirma que el nombre no es de procedencia griega sino fenicia, cuya traducción aproximada sería “roca de las gaviotas”.

3 La tiranía es el gobierno ejercido por un tirano. En su originario significado, los griegos llamaban tirano al usurpador ciudadano privado que se arroga el poder sin tener título para ello, aún cuando después gobierne según las leyes. En la tipología aristotélica de las formas de gobierno se distinguen las formas “puras” (en las que el poder es ejercido en vista del interés general) de las formas “corruptas” (en las que el poder es ejercido en beneficio del interés privado). A la monarquía (gobierno de uno) corresponde como forma corrupta la tiranía. En la actualidad se considera tiranía al gobierno despótico, ejercido sin

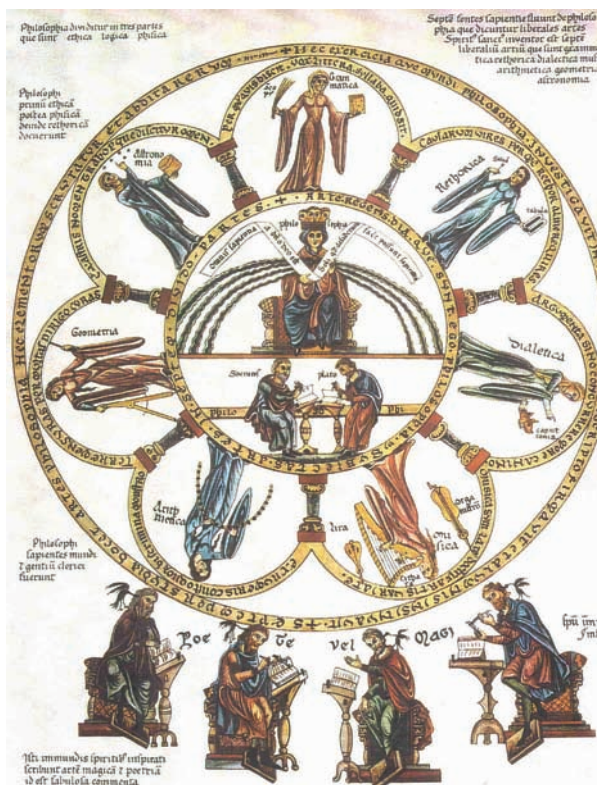


Figura 1.1. Representación del *Septennium* o las Siete Artes Liberales, *Hortus deliciarum*, Herrad von Landsberg (cerca de 1180).

En un artículo publicado en la revista *Acta Poetica*,* el investigador Federico Bañuelos nos dice: “todo indica que los orígenes de la retórica los encontramos en Sicilia hacia el siglo V a. C., al menos como enseñanza sistemática y sujeta a un *arte*. En Siracusa² [ver Figura 1.2], alrededor del año 485 a. C., al desaparecer los tiranos³ Hierón y Gelón, la propiedad de las cosas particulares ya no era muy clara. Estos tiranos llevaron a cabo deportaciones, expropiaciones y emigraciones para poblar Siracusa y distribuir porciones de tierra entre los mercenarios; cuando fueron derrocados por una sublevación democrática y se quiso volver al

respetar los derechos y libertades de los ciudadanos, mediante el temor y la violencia, por la práctica de la delación y el espionaje interno, en las distintas variedades del “terrorismo de Estado”, cualquiera sea su origen legal o su presunta justificación histórica. Arnoletto, Eduardo, *Glosario de conceptos políticos usuales*, México, 1985, Ed. EUMEDNET, 2007, pp. 91-92.

4 Federico Bañuelos, “La retórica en la práctica de la música del Renacimiento y del Barroco” en *Acta Poetica*, No. 22, 2002, p. 193.

anterior estado de las cosas, hubo innumerables procesos por los derechos de propiedad. De las disputas durante estos procesos nació el arte retórica”.⁴



Figura 1.2. Sicilia (Siracusa), Italia.

También tenemos las referencias de Daniel Prieto, quien nos dice: “la práctica de la retórica surgió hace más de dos mil cuatrocientos años. En Grecia las decisiones importantes eran tomadas en asambleas. El mejor orador podía inclinar esas decisiones en la dirección que le interesara, y ellas tenían que ver con la guerra, con el comercio, con la economía, con la legislación. Mediante este particular acto de comunicación se jugaban cosas muy concretas. Ni entonces ni ahora las guerras se hacían por ideas. En la persuasión se definía muchas veces el poder de una familia sobre las otras, el dominio de la ciudad. ¿Quiénes podían ejercer la retórica? No precisamente los esclavos. Sobre ellos se practicaba la violencia cuando intentaban salirse del lugar que les habían asignado sus dominadores. La retórica era algo que podía ejercer sólo el ciudadano griego, es decir, esa minoría, esta aristocracia que protagonizó el milagro que tanto conocemos. En síntesis: la retórica era algo ejercido por la clase do-

5 Daniel Prieto, *Retórica y manipulación masiva*, México, 1985, Ed. Premià, p. 22.

6 Lacio (en italiano *Lazio* y en latín, *Latium*) es una región administrativa de Italia central. Lacio destaca por su historia, arte, arquitectura, arqueología, religión y cultura, además de ser el embrión de lo que acabó siendo el Imperio romano. En época antigua, se entendía como *Latium* el territorio comprendido entre el curso bajo del río Tíber y los montes Ausonios, en los alrededores de Terracina, y los Apeninos como límite oriental.

minante pero *dentro de sí misma*, era una justa entre iguales. Con los otros, con los dominados, repetimos, era utilizada la fuerza”⁵.

A pesar de que las referencias bibliográficas consultadas sobre la historia de la retórica no coinciden del todo, nos refieren datos importantes acerca de lo que sucedía en la antigüedad. Con esta información es fácil comprender cómo es que este arte se fue desarrollando y adquiriendo relevancia hasta convertirse en una parte fundamental dentro de nuestra sociedad y concebir cómo es que hasta el día de hoy sigue siendo un amplio campo de estudio, como por ejemplo: en el mundo de la comunicación visual, en la cual, se quiera o no, todos estamos inmersos de alguna u otra forma. De modo que debemos tener en cuenta que hablar de retórica es algo relevante, pues gracias a las luchas de poder que se desataron en la antigüedad ahora se tiene una herramienta, altamente estimada, que influye de manera poderosa en el público (cualquier tipo de público). Ahora bien, sigamos indagando en lo referente al contexto social en el que la retórica se desarrolló.

El investigador José Quiñones, en su artículo “Ovidio y la práctica retórica” explica: “la sociedad intelectual de Roma, desde sus inicios, tuvo siempre muy clara la idea de que todos sus logros en artes y letras se los debía a Grecia, y que ésta, vencida, se volvía contra sus vencedores y los cautivaba por medio de introducir esas artes y esas letras al territorio inculto del Lacio⁶ [ver Figura 1.3], vencéndolos a su vez culturalmente.

”Por otra parte, es evidente también que la influencia de Grecia en Roma comienza paulatinamente mucho antes que ésta conquiste militar y políticamente a aquélla. El contacto de los latinos con la civilización griega comenzó a darse desde el siglo VII a. C., primeramente a través del comercio, con el establecimiento de las primeras colonias griegas al sur de Italia; después, por medio de los etruscos, quienes al llegar a apoderarse de Roma y de las principales ciudades del Lacio, mantuvieron una estrecha relación con las más florecientes colonias de la Magna Grecia. La influencia griega en los romanos se tornó cada vez más fuerte y decisiva desde el siglo III a. C., luego de que comenzaron a caer bajo el poder de Roma las grandes riquezas y los no menos extensos territorios de Italia poseídos por los colonos griegos. Las dos partes esenciales del pueblo romano, la plebe y la aristocracia, propiciaron de forma diferente la aceptación cabal de la cultura griega, no sin gran reticencia y hasta una abierta

7 En la antigua Roma la clase social de los patricios (en latín “*patricii*”) estaba compuesta por descendientes de las treinta curias primitivas (en la Antigua Roma, era una subdivisión del pueblo, más o menos identificada con una tribu). Constituían la clase aristocrática, una nobleza de raza. Eran considerados superiores al resto de los habitantes: gozaban de todos los derechos, poseían tierras y eran los llamados a formar parte del ejército romano, la legión. Sólo ellos participaban del gobierno. Morineau, Marta, *Derecho romano*, México, Ed. Oxford, 2007, pp. 5-6.

8 José Quiñones, “Ovidio y la práctica de la retórica” en *Acta Poetica*, No. 14-15, 1993-1994, pp. 105-107.

oposición del senado que siempre miró, a ésta, peligrosa para las costumbres, la religión y la idiosincrasia romana. La plebe gustó entonces de todo cuanto modificara su tradicional y austero modo de vida: lujo para los alimentos y el vestido y libertad para sus creencias, cultos y ceremonias; mientras que la aristocracia, además de incorporar los elementos mencionados y que hipócritamente parecía rechazar, vio que la *lengua griega* [cursivas mías] era un instrumento necesario para la política, para las relaciones internacionales y para el adelanto en la cultura y en la educación familiar, así que la mayoría de los patricios⁷ procuraba pagar maestros griegos para que instruyeran a sus hijos, quienes no sólo aprendían el griego, sino cuanto conocimiento les era útil en artes y letras”.⁸

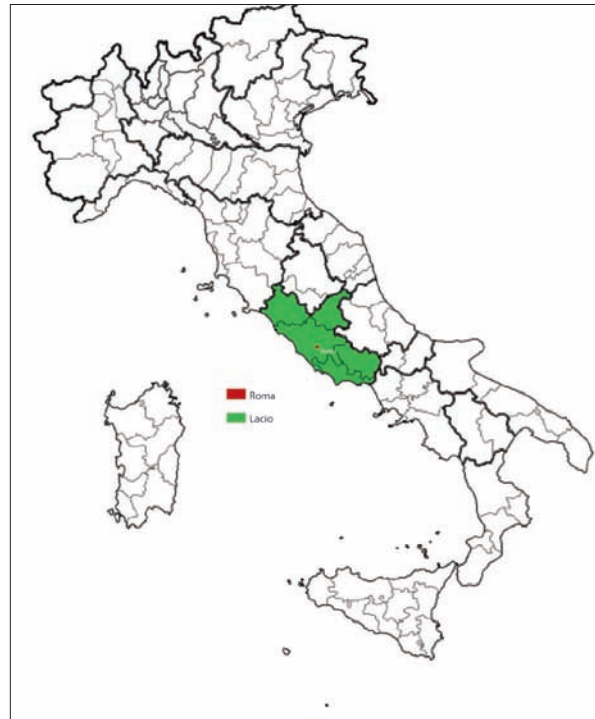


Figura 1.3. Lacio, Italia.

Así, con la reseña que hasta ahora hemos estudiado comprenderemos con mayor claridad cómo es que con la transmisión de la lengua pasó también la elocuencia; poco a poco se fueron estudiando los lineamientos de la retórica griega, y no es difícil suponer que, aún rechazando públicamente todo lo que viniera de Grecia, Roma tiñera su elocuencia con la fuerza, los dotes y la organización interna de la retórica griega. Es más, se sabe que uno de los últimos adversarios políticos de Grecia, el latino Servio Sulpicio Galba, fue el primero que aplicó los procedimientos retóricos de los griegos a la elocuencia latina, revistiéndola de intencionados adornos y de toda clase de recursos patéticos.* Finalmente, mucho la enriqueció, ganó en musicalidad con oradores como Marco Emilio Lépido Porcina (cónsul romano en 137) y en elegancia con Escipión Emiliano y Cayo Lelio (cónsul de Roma en 140).⁹

El propio José Quiñones nos describe que “es en el último tercio del siglo II a. C. que la elocuencia romana progresó grandemente gracias a oradores como Cayo Papirio Carbón (cónsul en 120). También Plutarco describe a Tiberio como un esteta de la palabra, el cual guardaba en la tribuna la compostura severa de su rango, y a cuya elocuencia no le faltaba ni la emoción profunda ni la fresca modulación sobrecogedora; Cayo Papirio Carbón, en cambio, era toda acción, pues nervioso paseaba de aquí para allá, y su verbo era tan terrible y patético como atractivo y brillante porque, ante todo, gustaba de buscar el ritmo y el periodo, los efectos de progresión, de repetición y del estrujante movimiento dramático”.¹⁰

Como puede verse, la práctica de la retórica tuvo sus comienzos y orígenes en el refinamiento, la elegancia y la soltura al hablar en público; surgió de la necesidad de modificar la percepción de la realidad mediante el lenguaje en acciones “vivas” de comunicación. Se trataba de modelar el punto de vista del oyente, para influir en éste y conseguir que se acercara a la posición sostenida por el orador, convenciéndolo de que actuara de acuerdo con lo que era propuesto en el discurso. Antes de seguir con esta breve historia, cabe señalar que: “La retórica, aún entre los griegos, no siempre fue bien estimada [en ocasiones] aparece muy desprestigiada, considerada como vana palabrería, y en el mejor de los casos, como el arte del bien decir o del bello lenguaje, que sólo exhibe ornato literario. No fue fácil en la historia del lenguaje y de la literatura dar su lugar a la retórica”.¹¹ Sin embargo, conforme avancemos en el tema, nos

* El término *patético* deriva del latín *patheticus* que, a su vez, tiene origen en un vocablo griego que significa “sensible” o “que impresiona”. El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define a este adjetivo como algo que es capaz de agitar el ánimo con afectos vehementes como la tristeza, el dolor o la melancolía.

9 Tomado de: José Quiñones, “Ovidio y la práctica de la retórica”, en *Acta Poetica*, No. 14-15, 1993-1994, p. 107.

10 *Ibid.*, pp. 105-107.

11 Arturo Ramírez, “Discurso retórico en la poesía griega clásica”, en *Acta Poetica*, No. 14-15, 1993-1994, p. 57.

daremos cuenta que no es ni fue un término de fácil definición, ni siquiera de un sólo enfoque; aunque cabe señalar que actualmente la definición de retórica se ha vuelto más uniforme, esto se ha logrado con el paso del tiempo.

Sigamos revisando lo que José Quiñones escribe en su artículo antes mencionado, él nos relata que el máximo orador de los latinos Cicerón (106-43 a. C.), escribió múltiples e importantes discursos, los cuales pronunció en los más altos foros de la Roma republicana que se negaba a morir. No menos excepcionales resultan los diversos tratados que dedicó a la retórica: ya registrando la historia de ella entre los romanos; ya asimilando y discutiendo conceptos, estrategias, crítica y composición del discurso, para después exponerlos.

También nos menciona que Cicerón establece dos grandes temas en su *De optimo gener oratorum*: primero, que el discurso debe persuadir, deleitar y conmover el ánimo del auditorio; segundo, que la elocuencia consta de palabras y pensamientos. Y este segundo tema, a su vez, propone: que el discurso debe perseguir la elegancia de las palabras tanto en los significados propios como en los figurados, y que los pensamientos deben ser adecuados a los propósitos del discurso, usando, por ejemplo, pensamientos profundos y sagaces para persuadir, armoniosos y poéticos para deleitar, y sublimes y serios para conmover.

El discurso oratorio, o la oratoria en sí, tal como los romanos la habían aprendido de los griegos (deduciéndola de los mismos discursos que conocieron) tenía, en principio, tres partes fundamentales: la invención, la disposición y la elocución, a las cuales se agregaron después la memoria y la acción. Al menos éstas eran las partes que se exaltaban durante el periodo literario de Cicerón y las que, expuestas de antemano en la *Rethorica ad Herenium*, el mismo Cicerón había seguido y practicado en sus discursos más célebres, y que después, con sus tratados específicos (*De inventione*, *Orador* [el cual trata sobre la *elocución*, *el probar*, *el conmover*, *el deleitar*], *Brutus*, *De oratore*, etcétera), estudiaría con más detenimiento y precisión. (Las partes de la retórica se estudiarán más a fondo en el apartado I.3).

Sin embargo, también nos comenta el autor que esto sólo se practicó durante los mejores tiempos de la República, cuando el debate político permitía la libre expresión tanto para la defensa por difamación o supuestos delitos achacados a los ciudadanos honestos, como para acusar o retirar los cargos públicos a quienes se excedían en el mando u ofendían con sus acciones la buena ima-

gen que debía exhibir la administración de las provincias a ellos confiadas. La dictadura de César, primero, y luego, la mal disimulada República de Octavio cancelaron toda posibilidad de libertad de expresión al abolir el libre juego político en la práctica.

Desafortunadamente, “muertas las verdades de la elocuencia, el ejercicio de la palabra (al que el romano no podía renunciar, como hoy día nosotros no renunciamos a la lectura) se refugió en los salones y las escuelas de declamación. En tal modalidad, grandes maestros (sobre todo griegos) sostuvieron esa retórica artificial que sólo preparaba de forma muy deficiente a los jóvenes para el desempeño forense de una jurisprudencia estancada y monótona, y que en la realidad práctica nada les servía”.¹²

12 Quiñones, *op. cit.*, pp. 105-107.

De esta manera, la retórica se desarrolló, en Grecia y Roma antiguas, a tal distancia temporal de nosotros, que, desde luego, hoy la vemos como un legado de una pieza, sin matices ni fisuras, sin diferencias. Pero ocurre que, al contrario, desde su más tierna edad ofrece a nuestros ojos una historia de continuos cambios, independientemente de los enormes que ahora la separan de la visión moderna.

El perfeccionamiento de la comunicación discursiva tiene en la retórica un instrumento imprescindible para detectar posibles fallas y deficiencias, y para intentar remediarlas, esperando alcanzar mayor eficacia en la comunicación entre los seres humanos. Sobre todo se resalta que, sabiendo manejar este arte, se garantiza un mejor desempeño en el proyecto en el que se disponga. A pesar de que desde la Antigüedad la retórica fue relegada, a tal grado que su estudio se redujo únicamente a las aulas en vez de ser un conocimiento de dominio público, actualmente, para nuestro beneficio, podemos hacer uso de ella.

Hasta aquí un breve resumen de la historia y el desarrollo de la retórica. Ahora revisemos cómo la definen los estudiosos más importantes que se han ocupado de ella.

I.2. Definiciones

Las siguientes definiciones se han seleccionado sin ninguna preferencia en particular. El objetivo es mostrar, con sus términos, que el campo de la retórica se extiende más allá de ser un monólogo discursivo o un ornamento de las palabras.

Las definiciones se enuncian en orden cronológico.

- Aristóteles (334-322, a. C.): “Es el arte de extraer de todo tema el grado de persuasión que éste encierra o la facultad de descubrir especulativamente lo que en cada caso puede ser propio para persuadir”.¹³
- Cicerón (106-43, a. C.): “El discurso tiene como fin el convencimiento y la persuasión del oyente. El buen orador es el que tiene la habilidad de mover los efectos de quien lo escucha. Para él un buen discurso debe *deleitare, docere et movere*, es decir deleitar, enseñar o instruir y conmover al oyente”.¹⁴
- Quintiliano (35-100, d. C.): “La retórica es ‘el arte del buen decir’, considerando que no hay bien decir sin bien pensar, ni bien pensar sin rectitud”.¹⁵
- Fortunaciano (s. III, IV o V, d. C.): “La ciencia de decir bien y el fin de la retórica, como el persuadir, hasta donde lo tolere la condición de las cosas y las personas”.¹⁶
- Victorino (s. IV, d. C.): Juzga que Cicerón no muestra la cualidad de la elocuencia por sí misma, sino que analiza el poder de un buen elocuente o un mal elocuente, y se pregunta ¿la elocuencia trae más bien que mal a los hombres? Esto depende del agente, es decir, de la bondad o maldad del hombre que siga el oficio de persuasión. El rétor es el que enseña las letras y las artes de la elocuencia plena y perfecta en causas privadas y públicas. Las artes retóricas pueden aprenderse en el *De inventione*, y las características que debe tener el orador, en el *De oratore*. Después de esta introducción, el resto de la obra repite, amplificada y explicada, la doctrina expuesta por Cicerón precisamente en el *De inventione*.¹⁷
- Sulpicio Victor (vivió en el último tercio del siglo IV o principios del V, d. C.): Considera que la retórica es “la ciencia de decir bien en cuestiones civiles” (entendiendo como cuestión civil aquella que no siendo propia de ningún arte, se halla en la común opinión de todos).¹⁸
- Julio Severiano: “Ningún orador puede formarse, si no posee ingenio y mucha dedicación al estudio, leyendo a los viejos oradores y escuchando a los presentes. El fin de la virtud oratoria no consiste en buscar la verdad, como pretenden otros estudiosos, sino en decir cosas semejantes a la verdad, o verosímiles, o contender hasta donde sea posible, para alcanzar la victoria”.¹⁹

13 Bañuelos, *op. cit.*, p. 192.

14 *Idem*.

15 *Idem*.

16 Bulmaro Reyes, “Doce maestros de retórica latina después de Cicerón” en *Acta Poetica*, No. 14-15, 1993-1994, p. 76.

17 *Ibid.*, p. 80.

18 *Ibid.*, p. 81.

19 *Ibid.*, p. 82.

20 *Ibid.*, p. 87.

21 *Ibid.*, p. 91.

22 *Ibid.*, p. 93.

23 *Ibid.*, p. 96.

- Marciano Capella (s. V, d. C.): Hace notar que unos han llamado a la retórica *ars*; otros *virtus*, y otros, *disciplina*. Arte, porque se enseña, a pesar de que Platón le negaba la alegoría de arte; virtud, porque en ella se halla la ciencia de decir bien; disciplina, porque con ellas puede aprenderse y percibirse la íntima razón del decir.²⁰
- Cassiodoro (490-583, d. C.): “Retórica es influir con poder abundante de una locución que previamente se ha preparado. Y *arte retórica* es, como enseñan los maestros de las letras seculares, la ciencia de decir bien en cuestiones civiles”.²¹
- Isodoro de Sevilla (560-636, d. C.): “La ciencia de decir bien en cuestiones civiles, para persuadir en cuanto a las cosas justas y buenas. El poder abundante de la locución. La retórica que se halla unida a la gramática, se distingue de ésta, porque a través de la gramática aprendemos a hablar correctamente, y en la retórica percibimos de qué modo expresar lo que aprendemos”.²²
- Alcuino de York (735-804, d. C.): “Retórica es la riqueza de la locución. Su fin es la ciencia de decir bien y se ocupa de cosas de la ciudad, es decir, de cuestiones civiles que el orador conozca bajo instrucción, ya que éstas pueden también aprenderse por el natural ingenio del ánimo, pues, así como para todos es natural defenderse a sí mismos y herir a otros, aunque no lo hayan aprendido por las armas o el ejercicio, así es natural para todos acusar a otros y disculparse así mismos, aunque no lo hayan aprendido por ejercicio. Pero más útil y más prontamente se sirven del discurso los que son instruidos por disciplinas y se ejercitan por la práctica. Para todos es natural hablar, pero mucho aventaja a otros el que habla valiéndose de la gramática. Toda nuestra vida, la cotidiana necesidad de las ocupaciones saca provecho de cualquier disciplina, y como se fortalece por la cotidiana práctica es conveniente estudiar la disciplina retórica”.²³

Así pues, a manera de conclusión, aunque hoy en día con la palabra *retórica* vulgarmente se indique un modo de hablar (con mentiras, con muchas palabras, con palabras vanas, con elegancia, en sentido figurado, etcétera), la retórica antigua, llámese ciencia, arte, disciplina, facultad o doctrina, es un conglomerado de normas artificiales que tiene por objeto la construcción de

un discurso, cuyo fin es persuadir acerca de una materia dada en cuestiones civiles. “La actual retórica ya no es la antigua retórica que, describe Isidoro de Sevilla: la que descubrieran los griegos Gorgias, Aristóteles y Hermágoras, y que fue trasladada al latín por Cicerón y Quintiliano, pero tan abundante, tan variadamente, que al lector parece imposible admirarla, comprenderla.

Gorgias, en palabras de Cicerón el más importante rétor, estimaba que el orador podía hablar óptimamente acerca de todas las cosas, es decir, sometía al artificio de la retórica la materia infinita e inmensa del universo. En cambio Aristóteles pensaba que la materia sobre el cual trataba el oficio del rétor consistía en tres géneros: demostración, deliberación y juicio; esto es, alabanza o vituperio de las personas, debate civil y acusación o defensa”.²⁴

24 *Ibid.*, pp. 101-102.

Del modo en el que se ha revisado la definición de la retórica pareciera, en ocasiones, un tanto dispersa; y, a pesar de que muchos autores la han estudiado a profundidad desde el surgimiento de la misma, nunca se ha unificado el término, pues los primeros rétores que existieron no llegaron a una definición en común. Esto nos permite ver que este tema siempre ha estado en constante estudio y que no ha sido fácil lograr una definición en la que todos concuerden, sin embargo lo que vale la pena rescatar de todas estas definiciones es saber que ésta ha servido por cientos de generaciones en gran manera, pues, en sus orígenes, permitió que la plebe se convenciera de su *status* social inferior, lo cual los llevó a desarrollar su trabajo con mayor obediencia y sumisión, o, en nuestros tiempos, ayuda a que se nos vendan ideas, productos y servicios con la etiqueta de bienestar.

I.3. Objetivo

Después de este breve recorrido por los antecedentes históricos de la retórica y de haber estudiado sus diversas definiciones, se considera pertinente seguir indagando sobre el sentido de la misma.

Para ello, el siguiente paso nos lleva a preguntarnos ¿cuál es el objetivo de la retórica? Específicamente, cómo es que ésta funciona, cuáles son sus bases, en qué se apoya para lograr atrapar al público. En seguida surge otra pregunta: ¿cómo aprovecharla para crear una comunicación eficaz con un público?

El orador (más adelante hablaremos de su presencia o ausencia física) necesita expresarse asertivamente frente a un público que actúa como receptor

(esta acción desencadena un acto de comunicación, sin duda), para lo cual juega con dicotomías de participación/no participación, integración/aislamiento, aceptación/rechazo, pertenencia a/no pertenencia a, etcétera. La intención del orador es unificar opiniones y voluntades.

El orador busca ganarse al público en relación a un determinado tema. Busca persuadirlo con relación a algo. En su libro *La antigua retórica*, Alfonso Reyes comenta: “Persuadir es convencer a otro de nuestro punto de vista, comunicar a otro nuestro mismo grado de estimación sobre alguna cosa”.²⁵

25 Alfonso Reyes, “La antigua retórica”, en *Obras completas de Alfonso Reyes*, XIII, México, 1961, Ed. FCE, p. 383.

Ahora bien, si la retórica es el arte de expresarse bien para persuadir a un público, Daniel Prieto plantea la siguiente pregunta: “¿para qué se persuade a alguien? Para que admita algo como verdadero aunque sea falso, y no sólo algo que sea falso sino algo que esté en contra de sus propios intereses. “La dominación actual requiere de la persuasión”, persuadir a alguien de la verdad o falsedad de algo. “La verdad lleva en el arte de la retórica los atributos positivos, la falsedad de los negativos. Lo que en definitiva desemboca en los estereotipos ideológico-culturales (modas, marcas, tendencias, entre otros)”.²⁶

26 Daniel Prieto, *Retórica y manipulación masiva*, México, 1985, Ed. Premià, p. 10.

El orador es un persuasor y está interesado en que su público se adhiera a tal o cual idea, religión, producto, etcétera. Es decir, este acto de comunicación no tiene nada de gratuito. La práctica de la retórica es el acto de comunicación menos gratuito y más interesado que conocemos, reiterémoslo, su principal objetivo es *persuadir*.

Aquí surge una cuestión relevante, hecha por el autor Daniel Prieto, ¿cada vez que intentamos persuadir estamos haciendo retórica? Definitivamente no. Podemos utilizar espontáneamente ciertos recursos que incluso tengan alguna cercanía con los empleados por la retórica, pero ella permite la elaboración de mensajes que de espontáneos tienen muy poco. Así, llegamos a otro punto importante: la retórica, en tanto acto de comunicación, consiste en una elaboración programada, y por lo tanto no espontánea, de un mensaje a fin de que resulte efectivo para persuadir. Esto es: poesía, metáfora o belleza; están calculadas para lograr un impacto en el público. Y algo semejante no se logra por una suerte de inspiración, no es cuestión de “facilidad de palabra”.

A persuadir se aprende porque hay para ello una serie de técnicas que tienen no pocos siglos. El orador no organizaba, ni organiza sus discursos a par-

tir de una serie de conceptos rigurosamente encadenados para convencer a alguien “según razón”. El orador construye todo su discurso en función de la persuasión y el público está siempre dispuesto a dejarse persuadir por lo que parece creíble, sin indagar si se encuentra ante algo verdadero o falso. Es por eso que apela más a los sentimientos, a “mover las pasiones”, busca conmover. De hecho, Alfonso Reyes nos da una pista importante: “no deberíamos olvidar cuando nos involucramos en la creación de algún nuevo mensaje: el fin ético de la retórica se confunde con el anhelo humano por excelencia que es la felicidad, [y después de mencionar las partes que abarca la felicidad (la nobleza, la decencia, riqueza, renombre y fama, salud, belleza y amistad), concluye que] en realidad, el fin ético de la retórica es hacer parecer que las cosas son placenteras cuando fomentan la vida y hacen concierto con la naturaleza”.²⁷

27 Reyes, *op.cit.*, pp. 384-386.

En este punto el tema entronca directamente con la problemática de la vida cotidiana. Ella es sin duda el reino de lo verosímil, donde nos movemos a partir de primeras impresiones. “La retórica no funda sus recursos en temas que son indagados por el orador y por el público; sino que parte de lo que ambos saben y trata de utilizar ese saber común para reforzar sus argumentos. Difícilmente aporta conocimientos nuevos sobre algo, difícilmente se interesa por la cuestión del conocimiento. Verosimilitud y vida cotidiana marchan juntas. La persuasión se ejerce, sobre todo en nuestro tiempo, sobre la vida cotidiana y a partir de ella. Sabemos que la vida está llena de lugares comunes, un ejemplo: los refranes. Buena parte de nuestros actos y de nuestras diarias decisiones se fundan en tales lugares comunes que implican ideas que todo el mundo acepta y nadie pone en cuestión. En ello basa, en gran medida, su eficacia la retórica [pues parte de su éxito, es justo eso, esta manera de mostrar las cosas, cuando el mundo las acepta y relaciona con su vida cotidiana, cuando no las pone en cuestión, porque hasta se identifica con ellas]. Esto en el terreno de la retórica es básico, sobre todo si tenemos en cuenta que el interés del orador es el de inclinar al público en una cierta dirección, es decir, persuadirlo en torno de algo. El orador triunfa si el público se adhiere, hace suyo el sentido que éste quería que hiciera. La retórica consiste precisamente en eso: el intento de instaurar un sentido en el público”.²⁸

28 Prieto, *op. cit.*, pp. 12, 21-23.

Recordemos que entre los griegos la retórica era una justa entre iguales, practicada en el seno de una clase. El sentido que se daba a la realidad era

compartido de alguna manera por todos y lo tomaban directamente del terreno de la vida cotidiana. En nuestro tiempo, el sentido es también compartido por determinadas clases, pero muy a menudo es una imposición de una clase (la dominante) a otra. La retórica opera para convencer, para reforzar el sentido que se quiere que tengan las grandes mayorías a fin de que no incomoden a un sistema social vigente. Siguiendo a Aristóteles, para cada hombre en particular y para todos en común existe una meta en función de la cual se eligen o rechazan las cosas, por ejemplo: la felicidad y todos sus aspectos. La felicidad es concebida como un bien obrar virtuoso, o una independencia en los modos de vida, o una vida más placentera con estabilidad, o una abundancia de cosas y personas con la facultad de conservarlas y usar de ellas.

Lo dicho hasta ahora permite añadir que esa correcta expresión de la retórica es algo muy calculado, nunca espontáneo, y que se basa directamente en lo que todos dan por sabido y que apunta más bien a conmover mediante lo que resulta verosímil, moviendo los sentimientos más que la razón.

Es importante reconocer con todo esto cómo el diseño gráfico en el ámbito académico todavía tiene mucho para crecer por medio de su investigación, pues se considera que la retórica le da perfectamente cabida a esta disciplina, ya que la acuna de manera casi natural y le permite, conociendo la teoría, diseñar con las herramientas necesarias y congruentes tanto en lo formal como en lo conceptual y todo esto siempre estará enfocado a un sólo fin: la persuasión a un público; tal vez para asistir a un evento, para preferir un empaque, para identificarse con la imagen gráfica de un servicio, para disfrutar la lectura de cierta publicación más que de otra, los ejemplos son bastos y todos basados en la proyección tipográfica, siempre con el objetivo de conmover o convencer antes de que éste pueda elegir.

1.4. Las cinco fases de la retórica representadas en la tipografía

Después de haber analizado cuál es el objetivo de la retórica, es pertinente entrar en un nivel más profundo, es decir, estudiar cuáles son los recursos que la retórica emplea en la elaboración de mensajes efectivos para persuadir. Nos daremos cuenta cómo las virtudes de la retórica que en un principio fueron referidas para un discurso oral y corpóreo actualmente han tenido gran cabida en el discurso visual, y así, podremos comprender que la aparición de la retó-

rica, ahora aplicada a la comunicación tipográfica facilitará de alguna manera la tarea del creador.

Con el objetivo de comprender mejor este asunto, es necesario abrir el panorama y analizar la manera en que la retórica está constituida.

Como veíamos en el subtema I.1 de este capítulo, los romanos aprendieron su oratoria de la griega, la cual tenía tres partes fundamentales: la invención, la disposición y la elocución, a las cuales se agregaron después la memoria y la acción. Cabe señalar que el general estado de los pensamientos que se utiliza en el proceso retórico no excluye la originalidad del orador y del artista. Pues sin duda como lo hemos analizado, en el fondo, la retórica no es más que una serie de conocimientos que incluyen tanto al aspecto lingüístico como al escrito, los cuales conllevan diversas aportaciones y, gracias a éstas, se logra la originalidad.

En este trabajo se estudiarán las cinco fases elementales de la retórica (*inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria* y *actio*), haciendo un mayor énfasis en las tres primeras, especialmente en la *elocutio*, resaltando que estos términos en su significado original nos dan perfectamente la oportunidad de correlacionarlos en el campo visual; notaremos el potencial de la forma de los signos (letras) para persuadir y lograr enunciados consistentes tanto en forma como en concepto, lo cual se considera es la base para construir un mensaje tipográfico encaminado a persuadir eficazmente.

I.4.1. La *inventio*

Para comprender la función primordial de la invención o *inventio* profundicemos en lo que a ésta se refiere y hasta donde comprenden sus alcances.

La *inventio* es, junto con la *dispositio*, la *elocutio*, la *memoria* y el *actio*, una de las fases de la retórica. Sin embargo, en relación con el resto tiene un estatuto diferente, ya que ésta posee la condición necesaria para que se desarrollen las demás. La *inventio* es la primera fase del discurso donde comienza el intento por persuadir al auditorio; es una operación que inicia y se desarrolla cuando el orador no sabe qué decir y es justo en la *inventio* cuando se gesta la esencia del discurso retórico por medio de los argumentos. El docto diccionario de Helena Beristáin nos dice: “La *inventio* [...] la concepción de su contenido abarca la selección de los argumentos y las ideas sobre las que después habrá de implan-

tarse un orden considerado por otra de las partes de la retórica: la *'dispositio'* (disposición). Los argumentos y las ideas funcionan como instrumentos intelectuales (que convencen) o como instrumentos afectivos (que conmueven [emocionan]) para lograr la persuasión mediante un alto grado de credibilidad.

”La *inventio* no pertenece pues a la creación sino a la preparación del proceso discursivo, pues consiste en localizar en los compartimientos de la memoria (*'loci'* [formas abstractas de la lógica, vacías de contenido, que, al ser utilizadas por la retórica en la precisa situación del discurso, se llenan con argumentos concretos ya no rigurosos, es decir son los *'tópicos o lugares comunes'*, los compartimientos o zonas de la memoria en que se reparten los pensamientos evocados]) los temas, asuntos, pensamientos, nociones generales allí clasificados y almacenados mediante constantes ejercicios [...] Podemos decir que la materia de la *'inventio'* es lo que hoy llamamos *contenido*”.²⁹

Para la *inventio* se procuran orientaciones acerca de cómo buscar ideas generales que se han de emplear como argumentos (vehículos de pruebas y razones) que tienen el fin de convencer, los cuales no nacen de la nada sino de los tópicos o lugares comunes; la tópica, nos dice Curtius: “Hacia las veces de un almacén de provisiones, en ella se podían encontrar las ideas más generales, a propósito para citarse en todos los discursos y en todos los escritos”.³⁰

“Aristóteles tiene un libro llamado *Tópicos*. La palabra viene de *topói*, que significa lugar, así los tópicos son ‘lugares’ en los cuales todos estamos de acuerdo y vienen a constituir verdaderos depósitos de argumentos para el orador. Tenemos por ejemplo, los tópicos del bien, de la belleza, del amor, de la riqueza, de la salud, del temor, de la maldad; de modo que los tópicos son siempre ‘lugares’ sociales. El orador apela a esos recursos a fin de persuadir y en realidad persuade con los elementos que el público quiere o espera ser persuadido. Es muy difícil lograr que alguien se adhiera a algo si lo que el orador dice le incomoda, por el contrario, es preciso halagarlo, hacer que sienta que sus más fuertes convicciones resultan realzadas, puestas de manifiesto, hacer que lo que aparece como propiedad del grupo o de la sociedad de la que forma parte es ejemplo para todos. El persuadir en público implica eso: un público en el sentido plural del término. La retórica no se ejerce para persuadir a un individuo sino a un grupo, a una asamblea, a una audiencia.”³¹

Así mismo Helena Beristáin refuerza el concepto al referirnos al método que

29 Helena Beristáin, *Diccionario de retórica y poética*, México, 1985, Ed. Porrúa, p. 273.

30 Ernst Curtius, *Literatura europea y Edad Media latina*, México, 1955, FCE, p. 122.

31 Prieto, *op. cit.*, pp. 12, 21-23.

Aristóteles proponía llamado *tópica*, el cual consiste en la formulación de preguntas: “¿quién?, ¿qué?, ¿dónde?, ¿por qué?, ¿en ayuda de quienes?, ¿cuándo?, etcétera.

”De aquí que Aristóteles concibe la invención como una relación consciente a partir de un número fijo de alternativas, no cree que la imaginación creadora o la intuición sean fruto de lo inconsciente o que la inspiración llegue de arriba”.³²

Recordemos que la invención persigue dos grandes objetivos: convencer y emocionar (*conmover*), esto a través de las pruebas, que son los medios más importantes de la persuasión; es decir, las pruebas que se aportan tienen el objetivo de convencer y estas pruebas conciernen únicamente a la persuasión. El conjunto de pruebas es el esqueleto de la argumentación. Es en este proceso de armar nuestro esqueleto de argumentación donde se da la pasión que el orador suscita con sus oyentes y que corresponde al otro extremo del circuito de comunicación (emisor/receptor) y se relaciona con las circunstancias del caso y con el carácter del auditorio (edad, condición social, religión, etcétera). Digamos que argumentar es utilizar un conocimiento para establecer otro conocimiento.

Bien, a partir de este conocimiento descrito podremos comprender de mejor manera que la *inventio* juega un papel relevante para el diseñador editorial, cuya tarea se basa en el diseño con tipografía. Veamos cómo es que este conocimiento enfocado en la oratoria de hace varios siglos tiene cabida en la moderna comunicación visual mediante una escritura “idealizada”, es decir, la tipografía.

Antes de continuar con esta reflexión, se hace hincapié en que los resultados que se esperan del auditorio después de realizar una argumentación retórica no es garantía de éxito para la acción persuasiva. Como nos dice Román Esqueda, “la retórica es una apuesta”.³³ Debemos de tener claro que la audiencia que perciba finalmente tanto la organización discursiva del texto como su arreglo tipográfico podrán responder o no a la persuasión retórica. El éxito argumentativo es incierto porque debemos considerar que la mente es un espacio complejo donde coexisten premisas que pueden conducirnos a conclusiones diversas; así, la retórica se da siempre en circunstancias particulares, buscando los lugares comunes, o quizá sea mejor decir, los lugares en común, dirigiéndose a un público general y no a alguien en particular.

32 Aristóteles, *Ética Nicomaquea*, (Trad. y notas por Emilio Lledo Iñigo), Madrid, Gredos, 1994.

33 Es una expresión que el doctor Román Esqueda refirió en el Seminario de retórica y diseño, realizado en la UAM-Xochimilco en el año 2007.

Ahora bien, enfoquemos nuestra atención en el estudio de la *inventio* dentro de la tipografía, ya que conceptualizar los signos como formas que funcionan bien cuando se trata de hacer enunciados es algo que, desafortunadamente, en ocasiones no se considera importante dentro de la comunicación visual, pues se concibe al texto sólo como el medio, sencillo y obvio, de la lectura, pero la realidad indica que esto no es así, se necesita del proceso argumentativo (que veíamos en líneas anteriores) para provocar sensaciones por la propia forma de los signos. Se debe considerar que la elección de la tipografía según el discurso visual tiene que ver con lo que dice cada familia tipográfica, qué expresa cada tipografía por su forma y en qué manera refuerza el contenido verbal (es recurrir al *loci*, a esas formas abstractas de la lógica, vacías de contenido, que, al ser utilizadas por la retórica en la concreta situación del discurso, se llenan con argumentos concretos, es decir los “*tópicos*” o *lugares en común*); sin embargo, en ocasiones se percibe una clara separación entre quien piensa los textos y quien piensa las formas y estructuras para decir ese texto, pero esto no pareciera crear inconformidad; al contrario, ambos están conformes con eso sin considerar que la escritura es un correlato de lo verbal; a pesar de que ya no se cuenta con todo un estadio para escuchar a un orador, como en la antigüedad, ahora tenemos un gran auditorio que identificará un diseño publicado; podemos notar que se genera la misma función, se revisten las ideas inscritas en el alma o en la mente, pero ahora por medio de una práctica discursiva la cual da pauta de hacerlo con letras, el contenido proyectado no sólo debe conformarse con tener la comunicación verbal en letras, sino debe conceptualizar de una mejor manera la apariencia de un mensaje. Con esto simplemente se intenta demostrar que las formas gráficas de la letra no están subordinadas a la lengua oral sino que ambas estructuran el pensamiento.

La tesis que podemos plantear entonces es que las formas de la letra desde el surgimiento del alfabeto y en su evolución gráfica se han resistido a perder su carácter ideográfico, por lo que su función ha perdurado como la expresión visual del pensamiento, precisamente sirviéndose de la capacidad formal del registro visual para codificar las palabras y el discurso. Pues son las letras las que sin quererlo o no otorgan un carácter al discurso. El carácter depende, como señalamos anteriormente de “un número fijo de alternativas”³⁴ no se cree que la imaginación sea fruto de lo inconsciente o que surge de la inspiración divina.

34 Aristóteles, *op. cit.*

Lo anterior es muy cierto, la escritura y por extensión la tipografía tienen en principio funciones prácticas de transcripción y de registro, pero en seguida, la *inventio*, sabiéndola utilizar, puede ayudar a promover por un lado que la escritura y la tipografía sean consideradas como una trasposición del lenguaje hablado y concebir a la tipografía como una representación y notación gráfico—mecánica del lenguaje; por otro, que la escritura es una manifestación sensible del pensamiento, porque si bien es cierto que la tipografía le confiere al lenguaje su aspecto visible es, sobre todo, el soporte de un número indefinido de interpretaciones (*tópicos*) quienes promueven los fines básicos de la *inventio*: emocionar, conmover y convencer. Partiendo de este punto y ante la relevancia que el diseño de las letras ha adquirido, considero importante citar lo que el reconocido tipógrafo mexicano, Gabriel Martínez Meave, afirma acerca de éstas: “La información visual que cada día asimilamos está conformada en un 80 por ciento de letras. Libros, revistas, carteles, periódicos, etiquetas y empaques, a pesar de venir llenos de fotos, colores y texturas, transmiten la mayor parte de su contenido a través de letras. En un logotipo, en una imagen corporativa, los ingredientes principales son una vez más las letras. Hasta la página web, el más reciente soporte de la información, depende de las letras para comunicar casi la totalidad de su discurso... [explica también, tal vez sin estar consciente acerca de los *tópicos* cuando dice:] De acuerdo con lo anterior, resulta de particular importancia el control que ejerce el diseñador sobre el aspecto significativo de los componentes que selecciona para la elaboración de sus objetos gráficos. Sin embargo, para el diseñador común la elección y composición de los signos tipográficos se basa en procedimientos intuitivos alimentados por el gusto, la moda y el estilo personal, poco más o menos como un juego de azar”.³⁵ Esto es, sin recurrir a los *lugares comunes*.

35 Gabriel Martínez, “La faz de la letra” en *a! Diseño*, año 15, No. 81, 2006, pp. 78-86. Xochimilco en el año 2007.

Como observamos, por lo general la selección y evolución de la tipografía se realiza principalmente mediante criterios formales acerca del aspecto físico o apariencia de los signos tipográficos, pero como señala el diseñador Francisco Calles “La verdadera importancia de la tipografía no radica exclusivamente en su expresión formal, sino en su función referencial, [esto es] todos los signos, incluyendo los tipográficos, poseen la capacidad de referir, aludir y representar otra cosa, independientemente de su materialización. Ésta es la

razón por la que no deberíamos identificar la tipografía sólo con alguna de sus manifestaciones formales o confundirla sin más con ‘malabarismos estéticos’. La tipografía, desde este punto de vista, es el resultado de un proceso de producción de sentido, es origen y resultado de una práctica significativa llamada diseño gráfico. Diseñar con tipografía no es meramente registrar discursos; es producir artefactos visibles con propiedades que influyen en la interpretación. La tipografía, por su capacidad de participar en el lenguaje escrito, tiende hacia la univocidad, condición necesaria para formar parte de un código reconocido. Por esta razón, la tipografía permite la interpretación de las formas de los distintos objetos gráficos (letras, números y demás signos del lenguaje escrito)”.³⁶

36 Román Esqueda, *El juego del diseño*, México, Ed. Designio, 2003, p. 152.

Los elementos básicos con que trabajamos los diseñadores gráficos se pueden condensar en cinco: forma, espacio, textura, color y escritura. De éstos la última es la única que puede transmitir un mensaje menos sujeto a interpretaciones. “Si diseñamos un cartel para un concierto, por ejemplo, sólo la tipografía nos permite fijar la información específica como los horarios y el lugar del evento. Los elementos de color, fotografía, ilustración y dimensiones de este cartel dependerán del contenido, que mayoritariamente estará registrado en la forma del texto. De hecho podemos diseñar —un cartel o un libro, o una revista, o un logotipo— únicamente con letras. Lo opuesto es más difícil. Los otros elementos pueden apoyar, complementar, contrapuntear, reforzar o hasta contradecir la comunicación que dan las letras, pero básicamente están subordinados al contenido textual del mensaje”.³⁷

37 Martínez, *op. cit.*, pp. 78-86.

Consideremos entonces que el estudio profundo de la letra y la tipografía nos permite una visión más amplia del quehacer del diseñador gráfico, al oscilar entre el mundo de la forma, el color o la imagen y la dimensión de las palabras, y atravesar el puente que une al pensamiento con la expresión, la función y el sentido.

A manera de conclusión se puede decir que si los diseñadores asumen los fenómenos tipográficos como un proceso cognitivo y no sólo como un hecho formal, es posible que se pueda generar en consecuencia nuevas soluciones gráficas que enriquezcan el pensamiento. Se espera que esta investigación logre motivar a ello.

I.4.2. La *dispositio*

Para continuar esta reflexión Helena Beristáin dice en su diccionario: “La *dispositio* corresponde al desarrollo de la estructura sintagmática del discurso.

38 Beristáin, *op. cit.*, p. 158.

El orden elegido debe resultar favorable a los fines del mismo”.³⁸ Para ello se debe considerar que la importancia de la *dispositio* en la tipografía cuando de diseñar se trata, tendrá que ver con los siguientes aspectos: 1) las posibilidades visuales de la letra y 2) su integración en el espacio, las cuales tienen que ver más con la estructuración del pensamiento que con cualquier otro gesto gráfico, ya que es con la organización discursiva del texto que su representación visual permite ir más lejos y realizar discursos con estructuras de mayor alcance. Recordemos que la tendencia evolutiva del discurso verbal ha permitido que éste pueda ser subordinado por el visual. Es decir, el carácter oral queda sometido al carácter gráfico.

Sin embargo, esto ha sido posible a medida que el diseño ha experimentado con sus formas de codificación las estructuras visuales con las que se construye el lenguaje y con las partes de los discursos, haciéndolas conscientes. Podríamos decir que es una evolución de la retórica, por medio de la tipografía a través del diseño editorial; debemos resaltar que este comunicar con letras no renunciará nunca a su cualidad de “graficar el lenguaje”, hacer visible al pensamiento. Desafortunadamente la relevancia de este hecho es aún demeritada y desconocida para una gran cantidad de profesionales del diseño.

Las reglas que usamos en la gramática nos dicen, por ejemplo, en dónde acentuar con una tilde la palabra que lo requiera o cuál es el verbo y el predicado en una oración, o cuándo deben usarse signos de admiración o interrogación, pero no nos dicen cómo colocar un título o cuál es la relación que éste guarda con un párrafo o cómo se organizan las partes de un discurso o cómo acentuar “gráficamente” una palabra, es decir, cuándo se puede resaltar algo en negritas o si conviene representar la intención del enunciado usando distintas familias tipográficas, etcétera. Comencemos por conocer cuál es su significado, qué parte de la retórica estudia y qué es lo que en ella se propone, para así comprenderlo de mejor manera con nuestro estudio actual.

39 Bañuelos, *op. cit.*, p. 196.

Federico Bañuelos dice: “La *dispositio* [...] parte de la dicotomía *animos impellere* (conmover)/*rem docere* (informar)”.³⁹ Por lo que podemos notar también existe una dicotomía en la *dispositio*, que busca moverse dentro de su contenido para obtener resultados deseados en el discurso y se logre decir algo divertido o triste, tierno o agresivo, serio o jovial, agradable o desagradable, etcétera; lo cual definitivamente tendrá que ver tanto con la tipografía como

con el lenguaje de la misma y con su disposición gráfica en el espacio, esto con el fin de conmover e informar.

40 *Idem.*

Federico Bañuelos agrega: “Por lo general el discurso era dividido en cuatro partes principales: exordio, *narratio*, *confirmatio* (*propositio*, *argumentatio*, *altercatio*) y epílogo, donde la primera y la última estaban más enfocadas a las pasiones y las dos centrales a lo demostrativo y racional”.⁴⁰ Así, notemos que al referirse al exordio, específicamente dice que éste se centraba más en la pasión, está ligado a la primera impresión, sobre todo por ser la porción inicial del discurso. Es pertinente comentar que esta parte de la *dispositio* la vemos a través de las formas gráficas de la composición tipográfica y su intención visual. Podemos plantear entonces, que la escritura le confiere carácter visual al lenguaje, dando énfasis al pensamiento oral mediante el discurso gráfico, hecho visible a través de la tipografía.

41 *Idem.*

Definitivamente se observa que las letras atribuyen una intención al discurso escrito y este carácter forma la primera parte integral de la lectura y comunicación (en este caso podemos decir que hablamos del “exordio tipográfico”). Consideremos lo que Federico Bañuelos dice: “El exordio generalmente cuenta con dos momentos: la *captatio benevolentiae* o intento de seducción, donde el orador trata de ganar la confianza de los oyentes, y la *partitio* donde se anuncia el plan a seguir y las divisiones o partes que se harán”.⁴¹ Helena Beristáin nos dice del exordio: “Prólogo, preámbulo o introducción de un discurso... Su objetivo consiste en influir en el receptor, es decir, en despertar su atención y seducirlo”.⁴² Es una introducción, una inauguración del discurso que rompe el silencio y está encaminada a preparar el ánimo del receptor; es decir, a despertar la atención del público y, simultáneamente, a ganar su simpatía.

42 Beristáin, *op cit.*, p. 203.

Como observamos, el exordio dentro del discurso escrito tiene como responsabilidad el primer acercamiento hacia la seducción de la audiencia, por lo que los profesionales de la comunicación visual no debemos olvidar que la letra transmite sensaciones, carácter (propiedades connotativas) y también puede transmitir propiedades denotativas del referente como lo son la forma, el color, la textura, etcétera); la tipografía habla a través de sus formas, digamos que la letra tiene naturaleza visual para significar y éste es el primer énfasis y carácter que el discurso visual debe guardar; es justo esto lo que necesita tomar en cuenta un comunicador: generar un diseño tipográfico que represente al

pensamiento, que el discurso escrito guarde correspondencia con su discurso oral, y que sólo por medio de esa primera introducción el “orador tipográfico” logre un preámbulo entre el texto y la audiencia, comenzará a interactuar de manera clara y sencilla (cualidades del exordio) desde el momento en que decida qué tipografía utilizar, cuál conviene para reflejar visualmente los tópicos, las ideas y lo que conlleve la transición del pensamiento oral al escrito. Bien lo dice el maestro Alfonso Reyes al hablar sobre la importancia del exordio: “El peor piloto es el que naufraga a la salida del puerto [...] el exordio siendo amenaza y finta, debe provocar —amén de la simpatía y demás cosas obvias— cierta suspensión en el ánimo”.⁴³

43 Reyes, *op. cit.*, p.505.

Del exordio se pasa a la *narratio* o exposición del caso o de los hechos, en la definición de la maestra Helena Beristáin: “La narración (*narratio*) es una de las partes del discurso oratorio jurídico, la que sigue al exordio; consiste en la ‘exposición de los hechos’ y sirve para informar a los jueces sobre el estado de la causa de que se trata. Es una exposición detallada y encarecedora de los mismos hechos que de manera escueta se expresan en la ‘propositio’, y sirve de base para la parte decisiva del discurso, que es la *argumentación*. [...] Los elementos de la narración son: el tiempo, el lugar, las acciones, los medios, la manera y el fin”.⁴⁴

44 Beristáin, *op. cit.*, p. 355.

Recordemos que la retórica tiene su relación con la “ciencia de decir bien en cuestiones civiles” (ver p. 27), por ello algunas de las definiciones citadas exponen situaciones referentes a proveer de información a los jueces y al público acerca del problema que se ventila, por lo que intervienen términos tales como “jueces”, “exposición de hechos” o “discurso oratorio jurídico”; a pesar de que estos términos parecieran tener poca compatibilidad con nuestro tema, extraordinariamente no resulta ser así, pues notamos que la retórica tiene perfectamente cabida dentro de la comunicación visual. De hecho en el *Diccionario de retórica y poética* se menciona que en los relatos de la *narratio* “Se presentan una sucesión de acontecimientos que ofrecen interés humano y poseen unidad de acción. Dichos sucesos se desarrollan en el tiempo y se derivan unos de otros, por lo que ofrecen simultáneamente una relación de consecutividad (antes/después) y una relación lógica (de causa/efecto)”.⁴⁵ Así, podemos pensar, por ejemplo, en la información que posee un cartel (es justo lo que sucede) existe una relación de consecutividad, primero en la relación lógica que el texto posee a través de la transcripción propia del discurso por medio de las letras, pero en

45 *Ibid.*, p. 352.

segundo lugar y aún más importante, la causa y efecto, que recaerá en la interpretación que el diseñador gráfico proponga por medio de los recursos tipográficos y su disposición en el espacio; este efecto interpretativo desembocará indubitablemente en la operación perceptiva consciente de la audiencia. De no despertar el efecto deseado, se corre el riesgo de que el proceso de componer un texto no permita soluciones gráficas que enriquezcan al pensamiento.

Ahora bien, destaquemos la innegable trasposición de la *narratio* al ámbito del diseño (específicamente en las composiciones tipográficas). Al señalar que pareciera haber una gran similitud entre las definiciones directas de la *narratio* con la forma en que el comunicador visual interpreta las necesidades de comunicación, pasándolas por un proceso de traducción que vierte los significados de los enunciados y palabras de origen en signos gráficos lingüísticos, el diseñador interpreta cierto tipo de información verbal que representará gráficamente para que después otros lo descifren asignándole así significación y sentido a las cosas diseñadas; se puede decir que es una “narración visual” de lo dicho. Partiendo de los elementos de la *narratio*, el tiempo, el lugar, las acciones, los medios, la manera y el fin (información básica de la cual se parte para comenzar la “narración visual”) se desarrolla la parte discursiva, y es aquí donde los conocimientos de los recursos tipográficos existentes como el estilo, la familia y los tipos otorgarán vida a las composiciones tipográficas; se espera que por medio de la *narratio* visual se despliegue la acción en el espacio de trabajo a fin de que lo comunicado tipográficamente desemboque en lo que el creador visual pretenda desarrollar a partir de la *inventio*.

Sigamos; la *narratio* es la parte de la *dispositio* encargada de presentar los acontecimientos que ofrecen interés y acción. Así, a través de la lógica narrativa que se desenvuelve en la mente se puede hacer la transcripción al ámbito tipográfico; pues si las ideas son claras y coherentes en el discurso oratorio jurídico o en la exposición de los hechos, también deberían serlo en cuanto se transportan a la transcripción tipográfica.

Los signos tipográficos son algo verdaderamente valioso como lo son también, las ideas pensadas, estas desembocan en una fonética y un énfasis específico, de la misma manera los signos tipográficos deben poseer una gramática visual, esto a través de que el diseñador gráfico conozca y vierta la *dispositio* como la manifestación formal de los signos, apoyado en el tiempo, ritmo, ac-

ción y énfasis, que recordemos, son modulaciones que los oradores realizaban y aún realizan dentro de la lengua oral. Así dentro de la *narratio* la práctica discursiva de los mensajes orales consistía, como veíamos en el capítulo I, en gran parte en la intervención del cuerpo, de la voz, de los gestos, de la presencia misma del orador, lo cual describíamos como esos discursos patéticos, que según nuestra hipótesis deberían verse reflejados en la actual retórica visual por medio de los discursos tipográficos, como un instrumento para reemplazar la presencia perdida del orador con la finalidad de lograr diseños mucho más atractivos y persuasivos.

De tal modo que cuando se estructure al pensamiento visual y nuestros pensamientos hechos lenguaje estén organizados conforme a las necesidades del orden discursivo, la disposición tipográfica adquirirá sentido. Es a partir de la necesidad de comprender estas modulaciones retóricas descritas dentro de la *dispositio*, específicamente en la *narratio*, que las composiciones tipográficas lograrán ser persuasivas y generarán conceptos que potencialicen las ideas.

Estas modulaciones retóricas del pensamiento en realidad son elementos visuales en la tipografía y se observan, por ejemplo, en la distribución del texto dentro del espacio de una página. Se pueden plasmar al simbolizar el orden, la jerarquía y la consecutividad con la que el pensamiento lingüístico es expresado a través de la tipografía. También se puede narrar el discurso visual por medio de las formas que establecen el carácter de lo escrito. De hecho el proceso de comunicación se da al guardarse cierta correspondencia entre la enunciación oral y la enunciación visual, y esto tendrá que ver necesariamente con la modulación y transcripción del pensamiento a través del proceso editorial, es decir, conceptualizar muy bien dónde se utilizarán negritas, por qué usar versales, qué interlineado se dará entre las palabras, por qué el cambio de la familia tipográfica o el cambio del puntaje o el color dentro de un mismo arreglo. La intención es dar al discurso visual la modulación que el orador de la Antigüedad habría dado a sus palabras. Para esto es necesario además que el profesional de la comunicación visual tenga previamente una operación perceptiva iniciada desde la *inventio* y no solamente se conforme con poseer un conocimiento en cuanto al ámbito de la técnica, o conciba al texto tan sólo como la herramienta de la lectura, o esté posicionado en el mundo de la superficialidad de los signos tipográficos. En cambio, lo que se

pretende es que se desarrollen competencias interpretativas en la utilización de los recursos tipográficos.

En este proyecto no se procura ahondar en los elementos formales y técnicos (redes, interlineado, ritmo, composición, etcétera) como si fuera un recetario de cocina; el proceso retórico que se propone no está basado en recomendar tal o cual retícula, o los pasos a seguir para lograr una página áurea; lo que se busca es dar elementos teóricos a considerar para que el creador visual disponga de ellos a partir de su creatividad y que éste sea consciente de la importancia de modular retóricamente la tipografía.

De hecho en la *narratio* es donde la selección y composición tipográfica actúan estableciendo categorías que permiten hacer evidente la estructura global del discurso gráfico. La narración también nos dice Helena Beristáin “es la exposición de unos hechos. La existencia de la narración requiere la existencia de sucesos relatables. En general, la relación de una serie de eventos se llama relato y puede ofrecer la forma de la narración [...] Una narración es, pues, un *tipo de relato* [...] Por ello mismo, el relato manifiesta los cambios experimentados a partir de una situación inicial. Cuando el relato es narrado, los hechos son comunicados a un *destinatario* que se llama *receptor, oyente, lector, o narratario*”.⁴⁶ De igual manera a partir de la definición podemos decir que la composición de un texto puede ser esa “distribución relatable” clara, breve y verosímil desde la perspectiva del creador, que por medio de las letras y su distribución en el espacio establece esa narración al interpretar los significados en el texto. La ventaja es que esto dependerá de lo que el discurso por sí mismo quiera decir y la libertad gráfica que tenemos para expresarlo como los oradores tipográficos que pretendemos instar.

Para finalizar esta parte es conveniente citar lo que Federico Bañuelos comenta: “La *narratio* consiste en el relato de los hechos que intervienen en la causa. En ella no caben las digresiones, debe reinar la claridad, puesto que no se trata de un relato novelesco sino de una preparación para la argumentación”.⁴⁷ Con lo anterior podemos decir que la composición tipográfica empleada es el resultado de la necesidad de construir al pensamiento de una manera gráfica, suponer que la letra, y por extensión la tipografía, están fuera de esta dimensión retórico-visual llevaría entonces a entender los estilos, familias y fuentes tipográficas sólo como variantes cosméticas de la escritura y no como parte del

46 *Idem*.

47 Bañuelos, *op. cit.*, p. 196.

diseño tipográfico, del cual participan activamente las formas simbólicas con las que se organiza el discurso. Una mancha tipográfica puede ser caótica si con ello el diseñador consigue proyectar una acción, conducta o pensamiento. Lo que se pretende explicar es que, evidentemente, la *narratio* visual dentro del estudio de la *dispositio* es el cauce para que el diseño logre de mejor manera expresar al pensamiento escrito.

Ahora bien, así como la *narratio* comprende los hechos y las descripciones, la *confirmatio* [que es la tercera parte de la *dispositio*] es la exposición de los argumentos. Puede incluir tres elementos: 1) *Propositio*, definición concentrada de la causa, es decir, del punto a discutir. 2) *Argumentatio*, exposición de las razones probatorias. Aquí la tradición retórica prescribe comenzar por las razones fuertes, continuar con pruebas débiles y terminar con las más contundentes. 3) *Altercatio*, recurso opcional que consiste en un diálogo vivo con la otra parte o con algún testigo”.⁴⁸

48 *Idem*.

Podemos decir que las tres partes de la *confirmatio* insertadas en el ámbito visual resultarían así; 1) *Propositio*, como su nombre lo indica es la invitación a la audiencia a tomar la lectura de la *dispositio* por medio de la *narratio* visual. 2) *Argumentatio*, intenta demostrar tipográficamente que un discurso persuade cuando se muestra la verdad, o lo que parece serlo, a partir de lo que es convincente en cada caso (benéfica, noble o justa). Por medio de una serie de razonamientos que provienen desde la *inventio* tomados de los lugares comunes y que servirán para la persuasión. 3) *Altercatio*, puede funcionar como ese diálogo vivo, que consistirá en proveer una experiencia visual a la audiencia, con valores estéticos con los que se puede estar o no de acuerdo (tendrá mucho que ver con la *argumentatio*).

Aunque las partes de la *dispositio* se analicen de manera sucesiva, en realidad durante la producción retórica no pueden separarse de forma tajante, digamos que son sucesos simultáneos aunque para su estudio sea necesario “dividirlos”.

Ahora bien, nos concentraremos en la *argumentatio* pues algunos expertos como Helena Beristáin y el retórico Chaïm Perelman nos dicen: es la parte más importante del discurso ya que en ella se concentra y resume la materia de que trata el mismo. A continuación cito textualmente:

Para Helena Beristáin: “La argumentación es una cadena de razonamientos [...] consta de una o más pruebas deductivas que se basan en los datos de

la causa, que sirven para demostrarla y que pertenecen a la *inventio*. Precisamente el conjunto de las pruebas es el esqueleto de la argumentación. Suele emplearse como método de conocimiento o como arma para la controversia. Como se dirige al logro de la demostración, de la disuasión o de la persuasión, es un instrumento y está estrechamente vinculada con la obtención y el uso del poder. Suministra razones que procuran convencer [...] En mayor grado que otras partes del discurso, ésta exige el dominio de la lógica”.⁴⁹

49 Beristáin, *op. cit.*, pp. 64-65.

Perelman nos dice: “Como el fin de una argumentación no es deducir las consecuencias de ciertas premisas sino producir o acrecentar la adhesión de un auditorio a la tesis que se presentan a su asentimiento, ella no se desarrolla jamás en el vacío. La argumentación presupone, en efecto, un contacto de los espíritus entre el orador y su auditorio; es preciso que un discurso sea escuchado, que un libro sea leído: porque sin esto su acción será nula. Como la argumentación se propone influir sobre algún auditorio, modificar sus convicciones o sus disposiciones mediante un discurso que se le dirige y que busca ganar la adhesión de los espíritus... El orador, si quiere obrar eficazmente con su discurso, debe adaptarse a su auditorio. ¿En qué consiste esta adaptación, que es una exigencia específica de la argumentación? Esencialmente en que el orador no puede escoger como punto de partida sino tesis admitidas por aquellos a quienes se dirige”.⁵⁰ Entonces entendamos que para Perelman el fin de la argumentación no es la demostración sino la adhesión del auditorio a las tesis presentadas por el orador, partiendo de los mismos valores del auditorio.

50 Chaïm Perelman, *El imperio retórico. Retórica y argumentación*, Bogotá, 1997, Ed. Norma, pp. 29-31, 43.

Resaltemos con base en lo anterior que, así como por *dispositio* entendemos el plan (disposición) del discurso, en la argumentación (parte medular de la *confirmatio* —tercera parte de la *dispositio*—) entendemos a la cadena de razonamientos que sostienen a ese plan descrito en la *narratio*. La *argumentatio* es la parte determinante del discurso y es la que garantiza el paso de las premisas a la conclusión (epílogo). Podemos deducir entonces que el discurso visual de la *narratio* abre paso a una *argumentatio* contundente. No olvidemos que la argumentación se basa en el estudio de las pruebas que apoyan al discurso, esto a través de las premisas que ayudarán a la persuasión.

Por lo anterior es que el diseñador debe considerar que persuadir a la audiencia tendrá que ver con demostrar “la verdad” o al menos aparentarla, como

lo veíamos en la *inventio*. Los problemas de diseño implican su delimitación y localización para poder crear los argumentos pertinentes, también implica tomar decisiones para ordenar y expresar aquello que se tiene por objeto comunicar, para lograr la más alta probabilidad de persuasión. El “orador tipográfico” que ha encontrado pruebas suficientes para su mensaje, tendrá que ordenar los argumentos en un sistema de signos visuales (en este caso letras) y le será necesario realizar asociaciones, en las que intervenga la comprensión e interpretación del mensaje para instar a la audiencia a adoptar creencias de aquello de lo que trata el discurso mismo y persuadir a partir de lo que es convincente en cada caso. Debe entender el objetivo del discurso, reconocer a su audiencia (concepto central para la retórica) e informarse, para resolver un proyecto de diseño razonado y así garantizar óptimos resultados.

Para dar un discurso tipográfico al destinatario el mensaje debe poseer argumentos que concuerden con el razonamiento lógico, es necesario que esos argumentos tipográficos sean, en ocasiones, más significativos de lo que el texto en sí mismo dice, es en la *argumentatio visual* donde se localizan las pruebas que han de convencer y persuadir a un público en particular; introducidas en el exordio y ordenadas por medio de la *narratio* visual y dispuestas formalmente en la estructura del mensaje, en su disposición.

Requerir que la audiencia se mueva a tomar una acción es la encomienda de la argumentación. Si bien depende de las circunstancias racionales, también ésta (la razón) comprende todas las causas emotivas que afecten sensiblemente su proceder, porque son precisamente ellas las que producen la argumentación, y en nuestro caso, tendrá que ver con las formas de una tipografía, su disposición y tamaño, la combinación del color, preguntarnos si una tipografía es adecuada en función de los objetivos de la comunicación y el contenido (y demás elementos que ya hemos cuestionado anteriormente). Lo que se pretende ponderar es que debemos concebir a la *argumentatio* visual como un deleite, un logro de la destreza persuasiva del orador y se construye al momento en que el propio orador visual disfruta el gusto por una lectura: agradable, plácida, clara, que tenga una textura, un color, una temperatura; el argumento tipográfico debe deleitar y persuadir, pero también emocionar (conmover) y convencer, estos elementos van tomados de la mano, no los podemos separar, son el sentido mismo de la expresión visual, son la organización de las palabras en cuerpos

de texto coherentes y flexibles. Los arreglos tipográficos se convierten en una disciplina proyectiva que supone la construcción de un camino hacia un fin. Tengamos presente que no se resuelve un diseño, se resuelve un proyecto de diseño razonado intelectualmente para la persuasión del lector.

La lección que la *argumentatio* proporciona es que todo acto discursivo responde a fines persuasivos que buscan moldear la manera de percibir de la audiencia y que pretenden lograr la adhesión a los discursos visuales propuestos por el orador. Esto es el éxito argumentativo que corresponde a la acción retórica, por lo que juzgar su pertinencia depende, en gran medida, de haber comprendido antes dicha situación. Su configuración correcta deberá ser juzgada en términos de su adecuación a cada circunstancia.

Los aspectos más característicos que se han planteado acerca de la *argumentatio* son: el valor y las cualidades argumentativas de un discurso visual, donde se debe tomar en cuenta que toda forma de escritura es un fenómeno de retórica trasladada al plano visual, un modo de persuadir al lector a confiar y creer en el contenido que se le muestra. El modo y el estilo en los que el contenido esté constituido, organizado y presentado, dependerá del tema y del auditorio al que se dirige, así como del propósito que persigue, cuidando que los elementos persuasivos se apoyen en el sistema que considera como base al razonamiento.

Como última parte de la *dispositio* tenemos al epílogo, también llamado *peroratio*, *conclusio*, *cumulus*, coronamiento, nos dice Federico Bañuelos: “cuenta con dos niveles: en el que se resume o enumera lo relativo a las cosas y a los hechos, y el relativo a los sentimientos, es decir, una conclusión patética o llorosa con la finalidad de conmover al auditorio”.⁵¹ Al igual que la exordio busca conmover; digamos que en nuestro ámbito, el epílogo es ese “sabor” que dejó a la audiencia la lectura del discurso proyectado, el resumen y el énfasis que mostró el relato tipográfico para lograr la seducción del público. “Es una clausura recapitulativa del discurso [...] La peroración es parte del epílogo, corresponde simétricamente al exordio y es, para algunos retóricos, prescindible, solmone y fastuosa como el exordio y se propone conmover con grandes actitudes patéticas”.⁵²

Para finalizar el tema de la *dispositio* se cita al maestro Alfonso Reyes y a Helena Beristáin.

“Las partes del discurso en conjunto pueden estimarse por el concepto de la arquitectura total, o por el de la *emoción* difusa en el discurso. La arquitec-

51 Bañuelos, *op. cit.*, p. 196.

52 Perelman, *op. cit.*, pp. 29-31, 43.

53 Reyes, *op. cit.*, p. 509.

tura total no es más que la segunda parte de la retórica, la *disposición*. No basta con amontonar las piedras, hace falta un plan. El orden gobierna el discurso como gobierna al cosmos”.⁵³

“La *dispositio* es, pues la segunda de las cinco grandes partes de la retórica antigua, que se referían a la elaboración del discurso oratorio y a su pronunciación. Las dos primeras contienen las reglas y recomendaciones necesarias para su construcción. En la primera (*inventio*) se trata de la búsqueda de las ideas generales y de los medios de persuasión; en la segunda, la *dispositio*, se trata de dar un orden, dentro de apartados, a esas ideas y recursos... De las recomendaciones contenidas en la *dispositio* depende en gran medida de la fuerza suasoria del discurso, pues la persuasión se logra de dos maneras: emocionando (conmoviendo) y convenciendo. Se busca emocionar (conmover) especialmente durante el exordio y el epílogo; se procura convencer mediante la *narratio* y la *argumentatio* que atiende de preferencia a hechos, argumentos y razones; en la tercera, ‘la *elocutio*’, se trata de cómo pronunciar el discurso dando a cada parte su propia importancia, y dando un empleo retórico a las palabras, frases y oraciones, de un modo que corresponde, a grandes rasgos, a la moderna estilística”.⁵⁴

54 Beristáin, *op. cit.*, pp. 159-160.

Antes de comenzar el estudio de la tercera parte de la retórica (la *elocutio*), se considera importante integrar un cuadro sinóptico llamado “Árbol retórico”, tomado del artículo de Federico Bañuelos⁵⁵, éste esquema nos dará una perspectiva general de lo que hasta ahora hemos estudiado y su continuación a la *elocutio*.

55 Bañuelos, *op. cit.*, p. 196.

I.4.3. La *elocutio*

Al respecto de la *elocutio* Helena Beristáin nos dice: “En la tradición grecolatina, una de las cinco fases preparatorias del *discurso oratorio* [la *elocutio* es], la tercera. A ella corresponde la expresión lingüística de los pensamientos (*res*) hallados en la *inventio* y combinados en la *dispositio* por el orador. Afecta a dos áreas de construcción del discurso: a) la de las palabras aisladas, y b) la de las palabras relacionadas [...] Las principales cualidades de la elocución son:

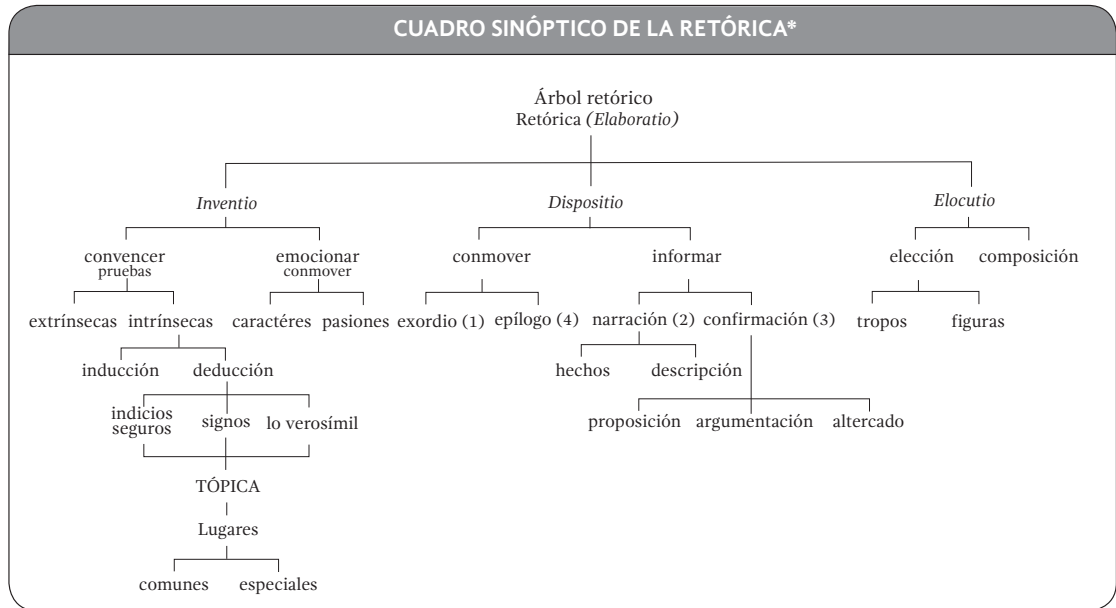
- corrección*, derivada de la regularidad gramatical de las construcciones;
- claridad*, proveniente de la propiedad y disposición lógica de las expresiones;
- elegancia*, lograda con el uso oportuno y discreto de las figuras retóricas”.⁵⁶

56 Beristáin, *op. cit.*, p. 165.

* Giambattista Bodoni (Saluzzo, Italia, 1740 – Parma, 1813) fue

Al respecto Bodoni” en su época declaró que la belleza de la tipografía bien diseñada deriva de cuatro principios: la uniformidad del diseño, la nitidez y la

CUADRO SINÓPTICO DE LA RETÓRICA*



un impresor y tipógrafo italiano, autor de varios tipos de letra célebres que todavía se utilizan en la actualidad. Su padre le enseñó sus habilidades de impresor cuando él era muy pequeño. Al cumplir su mayoría de edad, Bodoni empezó a trabajar como tipógrafo, tiempo después el duque Fernando de Parma lo nombra director de la Imprenta Real para la supervisión de impresión y la producción de elegantes ediciones. Bodoni demostró su talento, ya que era un tipógrafo innovador; en sus obras se aprecia el cuidado de sus formas y soportes, así como la armonía expresiva. Hacia el año 1770,

elegancia, el buen gusto y el encanto. De hecho sus tipografías exhiben un grado sin precedentes de refinamiento técnico y personifican la pureza y la gracia. Es impresionante descubrir que estas distinciones de la tipografía ya se habían contemplado siglos atrás, una vez más destacamos que la retórica desde sus inicios ha podido incluirse en temas tan particulares como lo es el estudio tipográfico.

“Los antiguos rétores consideraban que la elocución constituye el ropaje lingüístico correcto, pulcro, gracioso y adornado con que se visten las ideas, y algunos retóricos consideraron la elocución como sinónimo de estilo. Dentro de la *elocutio* se procede a la elección (*electio*) de los *tropos* [Alfonso Reyes dice: son una traslación para el refuerzo expresivo, un ‘mudar para mejorar’, que ya afecta a la palabra o a la frase, ya a la expresión propia o a la figurada, a la forma, al pensamiento, a la composición, y unas veces procuran resaltar la significación y otras al ornato]⁵⁷ y de las *figuras* [el mismo Alfonso Reyes comenta: “Después de los tropos vienen las *figuras* o esquemas. No es fácil distinguirlas de aquéllos. *Grosso modo*, aquéllos desvían la palabra, en su sentido o en su colocación,

Bodoni creó un taller de fundición de tipos, en el cuál edita su primera obra tipográfica, *Fregie Majuscole* (1782), y dos décadas más tarde creó su propia imprenta. Sus ediciones fueron muy exitosas por su alta calidad y la elegancia en la utilización de ilustraciones. Varios años después su viuda Margherita publicó los volúmenes del *Manuale Tipográfico* inconclusos a su muerte.

57 Reyes, *op. cit.*, p. 517.

58 *Ibid.*, p. 519.

59 Beristáin, *op. cit.*, p. 165.

60 Bañuelos, *op. cit.*, p. 197.

61 Perelman, *op. cit.*, pp. 29-31, 43.

mientras que éstas respetan el uso propio y el ‘orden natural’ de la palabra, y son formas de estilo ‘que presentan inmediatamente al espíritu. No hay una frontera marcada: la ironía ya es tropo o ya esquema],⁵⁸ y además se realiza la composición (*compositio*) que consiste en disponer las expresiones, conforme al orden sintáctico dentro de cada *oración* y cada *frase*’.⁵⁹

También el semiólogo francés Roland Barthes dice de las figuras: “Los antiguos partían del principio de que el lenguaje tiene una base simple y desnuda, un nivel propio, un estado normal de la comunicación a partir del cual se puede elaborar una expresión más complicada, *adornada*, alejándose de la base original. El estado primero es inerte y el segundo o adornado es *vivo*. Cicerón comentaba colores, luces, flores: los ornamentos están del lado de la pasión, del cuerpo, tornan deseable la palabra, producen la elegancia del lenguaje. Y Quintiliano decía que los colores se ponen algunas veces para “evitar al pudor el embarazo de una exposición demasiado desnuda”.⁶⁰

Como observamos, desde tiempo atrás las figuras retóricas han sido consideradas desde diferente enfoque dentro del desarrollo retórico; como leíamos, Cicerón apostaba la mayoría del éxito oratorio a las figuras retóricas mientras que Quintiliano no las exaltaba a tal grado. El autor contemporáneo Chaïm Perelman en su libro *El imperio retórico* apuesta más al proceso retórico como medio persuasivo basado en la *argumentatio*, pues afirma: “La retórica de la argumentación tiene como objetivo el asegurar la adhesión de aquellos a quien se trata influir por medio de las tesis presentadas por el orador, este debe iniciar su argumentación basándose en las creencias del auditorio, estos son acuerdos previos”.⁶¹ Es Jean-Marie Klinkenberg (miembro fundador del Grupo μ) quien presenta una respuesta ante esta divergencia: “Hay, pues dos neo-retóricas que denominaré, respectivamente, retórica de la argumentación y retórica de las figuras. La primera se dedicó al estudio del discurso en general y a su eficacia práctica, pues cuando se trata de convencer, ya no sólo hay que deducir y calcular, sino, sobre todo argumentar. Mientras que la segunda encontró en su camino conceptos elaborados en la retórica antigua, como el de *figura* y parece no preocuparse más que de los hechos que conciernen a la *elocutio* —una de las partes de la retórica antigua— por lo que ésta se presenta como la más general. Sin embargo en otros trabajos he demostrado la extrema fragilidad de esta oposición. Es posible ya observar tres puntos que tienen en común las dos

neo-retóricas: En primer lugar ambas disciplinas estudian el discurso, por consiguiente los hechos del habla [...] Por otra parte las dos neo-retóricas se fundan y logran su eficiencia en su correlación entre las variedades semióticas y las diferentes estratificaciones sociales. Su último parentesco, las dos neo-retóricas tienen como fundamento principal la cooperación. Para que haya argumentación es necesaria la negociación, por medio de procedimientos simbólicos, de la distancia y la proximidad que hay a la vez entre los interlocutores. Argumentar es recurrir a una mediación discursiva. En lo que toca a la figura, ésta consiste en asociar dialécticamente dos sentidos diferentes, en mediarlos”.⁶²

62 Klinkenberg, "La argumentación en la figura" en Beristáin, *Espacios de retórica*, México, 2010, UNAM, pp. 285-304.

63 *Ibid.*, p. 285.

Al final las dos retóricas persiguen el mismo fin (persuadir), pero por distintos caminos, a lo que el autor trata de incitar es a que estas operaciones puedan confluir en lo que él llama la *argumentación de la figura*,⁶³ pues las figuras permiten resolver contradicciones o experimentar soluciones a diferentes problemas (en este caso de diseño), con apoyo del discurso argumentativo que producirá una mediación.

Lo anterior ha sido citado con el objetivo de mostrar las posturas que actualmente han adquirido y profundizado algunos estudiosos, pues es importante se tenga el conocimiento de las dos tendencias. Estamos en la transición entre las conclusiones de la *argumentatio* y la continuación del análisis de la *elocutio*, pero sobre todo resalta que las dos apremian el mismo fin; lo interesante estará en no desasociarlas, por lo menos, no radicalmente.

Prosigamos. “A la tercera parte de la retórica, se le relaciona directamente con el fin de deleitar, pero cubre también los otros dos fines, instruir y mover. Cicerón, que tanta importancia concedió siempre a esta virtud retórica, dice que inventar y disponer todos lo pueden, pero expresarse debidamente sólo el orador. Sin buena elocución, toda la doctrina vale lo que una espada envainada”.⁶⁴

64 Reyes, *op. cit.*, p. 515.

Bañuelos nos explica que: “La retórica se inclina muchas veces de manera exagerada a la *elocutio*. Aquí nos encontramos con la *electio* o elección de las palabras y la *compositio* o acomodo de las mismas. La *electio* implica que en el lenguaje se puede sustituir un término por otro, e incluso, se puede producir un segundo sentido o connotación. Todos los tipos de sustitución son *ornamentos* o *colores*, a estos se les conoce como tropos (conversiones) y figuras.

”Estas *figuras de retórica* u *ornamentos* han sido objeto a lo largo de más de veinte siglos de un verdadero furor clasificador. Han surgido centenares

65 Bañuelos, *op. cit.*, p. 197.

de términos, desde algunos muy comunes como epíteto, reticencia, apócope, pleonasma, etcétera, hasta otros verdaderamente singulares: epanadiplosis, analépsis, hipotiposis, tmesis, aposiopesis, etcétera”.⁶⁵

Antes de entrar a estas clasificaciones, analicemos detenidamente el término figura retórica.

“Con raíz en *fingere* o *fictura* y considerada en el significado de *immagine*, el término ‘figura’ aparece por primera vez en el mundo latino en Terencio (195 a. C.) que, a propósito de una muchacha habla de la ‘fresca visión de su boca’. Varrón (115 a. C.) lo entiende como término gramatical usado en la reflexión de nombres platónicos y aristotélicos que indican también el *schema* o forma exterior. En Lucrecio, figura unida a *plasis* indica la forma plástica de una estatua y en Cicerón, que de ella habla como de ‘imágenes que iluminan el discurso’ (*formace et lumina orationis*), las figuras corresponden a los *schemata* griegos, artífices del discurso, y por primera vez el término es señalado como propio de la retórica.

”El concepto de *figura* y de su función encuentra su primera exposición sistemática en la *Instituto oratoria* de Marco Fabio Quintiliano. La tercera parte de su tratado (lib. VIII-IX) inicia con una aclaración: muchos autores adoptan como sinónimos los términos *tropus* y *figura*, confundiendo los unos con los otros (‘muchos han creído que las figuras eran tropos’, IX, 1, 2,) en una variedad de significados y funciones demasiado vasta para ser clara y aceptable, tanto que los mismo autores no están de acuerdo con las definiciones y su modo de empleo: ‘hay entre los autores de la materia grandes divergencias de opiniones respecto al significado del término, al número de géneros y a la cualidad y número de sus especies’ (IX, 1, 10).

”La figura es un ‘elemento constitutivo del discurso que se aleja del modo usual y cotidiano de expresión’ (IX, 1, 4,) y contiene el doble concepto de forma e imagen (*imago*): el primero entiende la figura como ‘modo’ de pensamiento y de expresión (forma *sententiae*); el segundo, como *mutatio* o bien como el alejamiento del significado propio y literal de una palabra. De este modo subjetivo y particular de entender el significado diverso de las palabras, gracias a su uso impropio, es consignada la esencia misma de la figura retórica. Por esto, Quintiliano siente la necesidad de dar de ella una definición precisa, aunque abierta: ‘figura es una forma de decir artísticamente renovada’, y distin-

que sus funciones, clasificando las figuras retóricas en dos grupos que aún hoy en día solemos definir, textualmente, ‘de pensamiento’ y de ‘palabra’.

”En la introducción a la parte dedicada a las *Figurae Sententiarum*, Quintiliano se remite a la autoridad del *De Oratore* de Cicerón, el cual considera a las figuras como ‘lumina’ del discurso: con la variedad expresiva de la que están dotadas, éste adquiere fuerza y claridad en la exposición: con la misma palabra usada de una manera distinta o con palabras diferentes para indicar idénticos sentimientos, tanto unos como otros son iluminados y valorizados adquiriendo gracia y fuerza de convencimiento, al grado de suscitar verdaderos artefactos, aunque las figuras en sí no puedan ser consideradas como afectos.

”Es una preocupación constante el defender el significado arquetípico de figura, como *modus exprimendi*, el cual, ciertamente llega a ser expresión, pero siempre sólo en el sentido metafórico de modelo expresivo y no de contenido”.⁶⁶

66 *Ibid.*, pp. 241-243.

Estas son teorías y definiciones que permanecerán inmóviles por siglos y que entrarán a formar parte del patrimonio lexicológico del arte de la retórica, en el cual directamente se inspirará el diseño y la comunicación visual, pres-tándose a los conceptos, definiciones y analogías.

Se ha hablado ya acerca de las partes generales de la retórica y por ello es que podemos resumir *grosso modo* que ésta ocurre directamente dentro de nuestra vida cotidiana, a lo que todos damos por entendido; por ejemplo, un refrán. Debido a esto es, como lo veremos en seguida, que las figuras retóricas juegan con el conocimiento y las experiencias adquiridas. Entonces debemos tener claro que las figuras retóricas permiten alterar de alguna manera las formas de expresión, sin pretender alterar el contenido. Así, se pueden lograr distintas maneras de presentar un mismo mensaje, gracias a esta inagotable fuente de recursos.

Para redondear la parte que compete a la *elocutio*, la cual tiene una gran euforia de su estudio a razón de las figuras retóricas, y finalizando las tres partes primeras de la retórica, convendría retomar la tesis que expone el ensayista francés Roland Barthes en su libro *La semiología*, donde realiza un profundo análisis acerca del mensaje, concluyendo que la retórica tiene tres relaciones formales (el mensaje lingüístico, el mensaje denotado y el mensaje connotado).⁶⁷

67 Roland Barthes, *La semiología*, Buenos Aires, Ed. Tiempo contemporáneo, 1970, p. 131.

1) El sonido articulado (mensaje lingüístico): Barthes, menciona que las funciones del mensaje lingüístico son dos: de anclaje y de relevo. El an-

claje es aquel que ayuda a identificar pura y simplemente los elementos de la escena misma: se trata de una descripción denotada del discurso, es decir, la función del mensaje lingüístico es denotar la idea principal y es en esta parte donde se logra el anclaje, aquí se encuentran todos los sentidos posibles del objeto a primera vista o por denotación, gracias al empleo de una nomenclatura, la escritura.

Después del nivel denotado surge un siguiente nivel más profundo, al que se le conoce como simbólico o connotado, pues el mensaje lingüístico ya no guía la identificación de las letras o el conjunto de las frases u oraciones, sino que ahora va más allá, va a la interpretación, y es precisamente aquí donde el anclaje toma sentido y se constituye en una especie de tenaza que impide que los sentidos se dispersen hacia regiones demasiado vulnerables de sufrir cualquier interpretación, alejada de la que se necesitaba proyectar. Digamos que las letras son verdaderamente el derecho de control del creador, pues tiene que ver con lo que se dice y cómo se dice.

- 2) El mensaje denotado. Es el primer grado de lectura en un mensaje visual, sólo vemos colores, formas, líneas, texturas, disposición, etcétera, lo que la razón del lector percibe a primera vista y esta legibilidad se vuelve más rica conforme a su saber y su comprensión. En este caso despojar utópicamente al discurso tipográfico de todo el trasfondo persuasivo, lo volvería “inocente”. Es por ello que en la perspectiva estética del mensaje se encuentra el siguiente aspecto, el mensaje connotado, en el que recaerá el impacto visual.
- 3) El mensaje connotado. Los signos del tercer mensaje (mensaje “simbólico”, cultural o connotado) tienen que ver con la “composición”, pues a ésta se le atribuye un significado estético. Y lo que constituye la originalidad del sistema es que el número de lecturas de un mismo discurso visual varía según los individuos. La variación de las lecturas no es anárquica, sino que depende de los diferentes saberes contenidos en el discurso tipográfico (saber práctico, nacional, cultural, estético —en sí, cualquier tópico referido a una audiencia en específico—). El mensaje, en su connotación, se constituye por una arquitectura de signos provenientes de distintos niveles de profundidad (hallados en la *inventio*).

Es aquí donde el arreglo tipográfico (planeado en la *dispositio* y utilizando la *elocutio*) debe incluir las “sorpresas” del sentido, en donde las figuras retóricas hacen su aparición a la escena debido a que estas, como ya lo veíamos, aportan, en gran manera, la originalidad y hasta la espontaneidad de un mensaje gráfico, por medio de la fusión cultural de la audiencia (mediante la *argumentatio*) para su efectivo resultado de persuasión.

De tal modo, también podemos decir que las figuras son un fenómeno de la *dispositio*, que conforman el material bruto de la *inventio* y que afectan a la *elocutio*.

También a partir de este autor se llega a la conclusión de que las figuras utilizadas por los antiguos rétores son perfectamente funcionales al aplicarlas actualmente en el mensaje tipográfico.

Comenzaremos por enfatizar que desde la Antigüedad, como nos dice Helena Beristáin, se elaboró una tipología de las figuras en atención a su funcionamiento.⁶⁸ En la actualidad, nos dice David Victoroff⁶⁹ (francés, especialista en publicidad), contamos con el mérito que corresponde a Jacques Durand por haber explorado la estructura retórica de la imagen y con esta aportación se obtiene la posibilidad de realizar la clasificación de figuras retóricas en dos dimensiones: por un lado la naturaleza de la operación y por el otro la naturaleza de la relación que une los elementos variantes.

La naturaleza de dimensión o de operación da pie a que distingamos cuatro operaciones fundamentales:

- 1) La adición: añadimos uno o varios elementos a la oración. Un caso particular de adición es la repetición, es decir, la suma de elementos idénticos;
- 2) La supresión: eliminamos uno o varios elementos de la oración;
- 3) La sustitución: eliminamos un elemento de la oración para sustituirlo por otro;
- 4) La permutación: cambiamos dos elementos de la oración.

En cuanto a las relaciones que unen los elementos variantes se dividen en cinco categorías:

- 1) Identidad: relaciones “igual”, únicamente;
- 2) Similaridad: una relación “igual”, al menos, y relaciones “distinto”;

68 Beristáin, *Diccionario...*, op, cit., p. 212.

69 David Victoroff, *La publicidad y la imagen*, Barcelona, 1980, Ed. Gustavo Gili, pp. 89-90.

- 3) Oposición: una relación opuesta, al menos;
- 4) Diferencia: relaciones “distinto” únicamente;
- 5) Falsa homología: relaciones idénticas en cuanto a la forma y opuestas en cuanto al contenido o al revés.

Podemos observar que a partir de las relaciones y las operaciones se despliega una lista inagotable de figuras, abordando temas que todos saben y dan por entendido (lugares comunes), apela directamente a lo cotidiano, y su éxito consiste en que lo hace alterando de alguna manera las formas del contenido, y es justo aquí donde los lugares comunes son dichos y vueltos a decir mediante las innumerables maneras que posibilitan las figuras retóricas basándose en el discurso argumentativo, lo cual permite presentar el mensaje de forma novedosa.

La tipografía es una herramienta con la que podemos dotar al lenguaje de un cuerpo físico, dar una forma concreta al contenido y por ende posibilitar la *elocutio* en el mensaje, podemos decir que en los arreglos tipográficos damos cabida a la exploración de las figuras retóricas, pues por medio del mensaje podemos mostrar, por ejemplo, figuras de naturaleza de operación, en este caso la de sustitución al cambiar una letra por algún otro elemento que la simule.

A continuación explicaremos algunas de las figuras retóricas, las más usuales. Se han escogido premeditadamente las que de manera más frecuente podemos aplicar a la comunicación visual, las que nos lleven de la mano para innovar y deleitar a una audiencia. Estas definiciones son tomadas del diccionario de Helena Beristáin.⁷⁰

70 Beristáin, *Diccionario...*, op. cit.

- Alusión (también llamada sinéfnasis, mitologismo): consiste en expresar una idea con la finalidad de que el receptor entienda otra, es decir sugiriendo la relación existente entre algo que se dice y algo que no se dice, pero es evocado. Por ejemplo: “Todo lo que toca es oro”, suele decirse de las personas hábiles para los negocios aludiendo a la fábula del rey Midas que poseía esa facultad.
- Anáfora: figura que afecta a la forma de las frases. Consiste en la repetición intermitente de una idea, ya sea con las mismas o con otras palabras. Por ejemplo: “Tales son, Señor, las providencias que la sociedad espera”. (Jovellanos). *Tales significa: las ya explicadas antes.*

- Antanáclasis (dilogía): consiste en repetir una *palabra* que posee dos *significados*, dándole en cada una más de dos posiciones, o en una misma, un significado distinto. Por ejemplo: “salió (mi padre) de la cárcel con tanta honra que le acompañaron doscientos *cardenales*, sino que a ninguno (a ningún cardenal) llamaba *señoría*”. (Quevedo).
- Apócope (también llamado apócopa y elisión): fenómeno de dicción (de uso correcto o bárbaro) que consiste en suprimir letras al final de la palabra: *algún* (por *alguno*). Afecta la morfología de la palabra. Se produce por supresión parcial, pues se omiten letras finales con el propósito, generalmente, de reducir el número de sílabas de un verso para que se ajuste al metro elegido por el poeta: *do* (por *donde*).
- Asíndeton (también conocida como disyunción, disolución, adjunción, dialiton): afecta la forma de las *frases* al *yuxtaponer*, en series enumerativas, ya sean *palabras* u *oraciones* omitiendo entre ellas los nexos que las coordinan. Por ejemplo, las oraciones: “regresó el padre, huyó la hija, se desintegró la familia”, en las que no se sabe si falta el nexo que manifiesta *simple adición* (y), si hay una yuxtaposición que, además, expresa consecuencia lógica, o si se da una adversación: regresó el padre (pero) huyó la hija (luego se desintegró la familia).
- Elipse (también llamada elipsis, suspensión, braquilogía, silencio, aposiopsis, anantopódoton): se produce al omitir expresiones habitualmente consideradas necesarias y que la lógica exige, pero de las que es posible prescindir para captar el sentido. Por ejemplo, “Este libro no te gustaría” – “si lo leyeras”. “La rosa más deseada es la [rosa] de fuego”.
- Epíteto: consiste en agregar a un nombre una expresión –*palabra, frase* u *oración*– de la naturaleza adjetiva que puede resultar necesaria, en distintos grados para la significación. Ejemplo: “El éxito *fácil* lo maleó”. Iba con los ojos *llenos de lágrimas*. “Parecía una hormiga *laboriosa*”. Sainz de Robles considera que adjetivo y epíteto no son sinónimos: la especificidad del primero sería su empleo gramatical y su *significado* literal (y, por lo tanto su presencia mayormente necesaria); la del segundo sería su uso literario y figurado.
- Eufemismo: consiste en sustituir una expresión dura, vulgar o grosera

por otra suave, elegante o decorosa. Se realiza, por varios motivos como cortesía, respeto, por atenuar piadosamente un defecto, o tabúes de diferente naturaleza religiosa, social, por razones políticas o diplomáticas, etcétera. Ejemplo: “Le señaló la puerta” (por echarlo de casa), “pasó a mejor vida” (por morir).

- Hipérbole: exageración o audacia retórica que consiste en subrayar lo que se dice al ponderarlo con la clara intención de trascender lo verosímil, es decir, de llegar hasta lo increíble. La hipérbole constituye una intensificación de la evidencia en dos posibles direcciones: aumentando el significado: “se roía los codos de hambre”, o disminuyéndolo: “iba más lento que una tortuga”.
- Ironía (también conocida como antífrasis, asteísmo, carientismo, cleuasma, epicertomesis, sarcasmo, hipocorismo): figura retórica que afecta a la lógica ordinaria de la expresión. Consiste en oponer, para burlarse, el significado a la forma de las palabras en oraciones, declarando una idea de tal modo que, por el tono, se pueda comprender otra contraria (aunque para algunos es antífrasis la frase que significa lo contrario de lo que expresa: “¡bonita respuesta!”). Se trata del empleo de una frase en un sentido opuesto a que posee ordinariamente, y alguna señal de advertencia en el contexto revela su existencia y permite interpretar su verdadero sentido.
- Metáfora: la metáfora se funda en una relación de semejanza entre los significados de las palabras que en ella participan, a pesar de que asocia términos que se refieren a aspectos de la realidad que habitualmente no se vinculan. Se presenta como una comparación abreviada. Ejemplo: “Sus cabellos (son) de oro”.
- Metonimia: es la sustitución de un término por otro cuya referencia habitual con el primero se funda en una relación existencial que puede ser:
 - Casual: “los soles de este desierto...” (los colores).
 - Espacial: “tiene corazón” (valor).
 - Espacio /temporal: “tomen su Virgilio” (su libro de Virgilio), “compartió la corona” (el poder).

En sí la metonimia es una sustitución que se funda en la relación entre dos objetos.

- Paradoja (también antilogía o endiasis): altera la lógica de la expresión pues aproxima dos ideas opuestas y en apariencia irreconciliables, pero de sentido coherente, que manifestaría un absurdo si se tomaran al pie de la letra. Ejemplo: “Apresúrate lentamente”.
- Perífrasis (también se le llama circunlocución, pronomiación, perisología): consiste en utilizar una frase para decir lo que podría expresarse con una palabra. Por ejemplo: “La ciudad de los palacios” (México). Puede clasificarse también como eufemismo.
- Pleonasma: resulta de la redundancia o insistencia repetitiva del mismo significado en diferentes significantes, puede ser total o parcialmente sinónimo. Produce un efecto enfático de energía, pasión, frenesí y es muy usual en el habla (“mucho muy altísimo”, “entre para adentro”). A veces proviene de la ignorancia de la etimología de una palabra.
- Preterición (también pretermisión, paralipse, *occulatio*): consiste en subrayar una idea omitiéndola provisionalmente para manifestarla inmediatamente después, es decir, fingiendo que se calla. Ejemplo: “No os pintaré el tumulto o los gritos...”
- Prosopopeya: figura en la que lo no humano se humaniza, lo inanimado se anima. Atribuye cualidades no correspondidas con su género vital, lo más habitual es la personificación: atribuir a las cosas o animales cualidades humanas. Por ejemplo: “¡Kikiriki!”
- Repetición: consiste en la reiteración de palabras idénticas o de igualdad de significación. La repetición puede darse en contacto, es decir, en palabras contiguas, o bien a distancia. Su efecto estilístico es rítmico, melódico, enfático. Ejemplo: “Verde nativo, verde de yerba que sueña verde sencillo, verde de conciencia humana.” (Miguel de Unamuno).
- Reticencia (o aposiopesis): se realiza al omitir una expresión, lo que produce una ruptura del discurso que deja inacabada una frase que pierde, así, parte de su sentido. Los puntos suspensivos sustituyen aquello que resulta embarazoso decir y que por eso se omite, dejándolo sobreentendido con cierta imprecisión. Suele producir un efecto hiperbólico, de exageración o énfasis, pues al omitir precisamente aquello que por su gravedad, grandeza, ruindad, etcétera, es difícil de expresar, se dice más aún de lo que se calla. “Por una mirada, un mundo; por una sonrisa, un

cielo; por un beso... yo no sé qué te diera por un beso”. (Gustavo Adolfo Bécquer).

- Retruécano (también llamada permutatio, commutatio, antimetábola, antimetátesis, quiasmo): generalmente considerada “de dicción por repetición”, pero que en realidad afecta a la sintaxis y al significado. Consiste en repetir expresiones iguales, semejantes o antiéticas, redistribuyendo las palabras, las funciones gramaticales y/o significados en forma cruzada y simétrica, de manera que, aunque se reconozcan los sonidos como semejantes, o las posiciones sintácticas como equivalencias contrapuestas, ofrezcan una disparidad de significados que resulte antiética, pues el cambio del orden de las palabras influye en el sentido. Ejemplo: “Hay grandes libros en el mundo, y grandes mundos en los libros”.
- Símbolo: en general, todo fenómeno u objeto que representa algo, a lo cual sustituye al referírsele, es decir, todo dato perceptible por los sentidos (visual, auditivo, etcétera, por ejemplo un síntoma) que, al representar (pues es representante) algo no percibido, permite advertir lo representado (por ejemplo la enfermedad). El signo no representa al objeto en todos sus aspectos, sino en cuanto a una especie de idea general llamada fundamento del “representamen” o signo.
- Símil (o comparación): consiste en realzar un objeto o fenómeno manifestando, mediante un término comparativo (como o sus equivalente), la relación de *homología* que guardan sus cualidades respecto a las de otros objetos o fenómenos. Expresa una analogía, es decir, una relación lógica. En la comparación de términos denotativos no hay cambio de sentidos. Ejemplo, a dónde fue su gracia, a dónde fue su dulzura, porque “se cae su cuerpo como la fruta madura”. (Violeta Parra).
- Sinécdoque: se basa en la relación que interviene entre un todo y sus partes. Hay de dos tipos: La sinécdoque generalizante es la que por medio de lo general expresa lo particular; por medio del todo, la parte; por medio de lo más, lo menos; por medio del género, la especie; por medio de lo amplio, lo reducido. Es una sinécdoque deductiva. Ejemplo: “el mundo entero lo dice” (“cada persona lo dice”). La sinécdoque particularizante es en la que por medio de lo particular se expresa lo

general; por medio de la parte, el todo; por medio de lo menos, lo más; por medio de la especie, el género; por medio de lo singular lo plural. Es una sinécdoque inductiva en que lo amplio es expresado mediante lo reducido. Por ejemplo: “el hombre es mortal” (el género humano, que comprende a la mujer).

Las figuras anteriores se utilizan dentro del lenguaje discursivo, pero también podemos aplicarlas dentro del discurso visual lo cual aumenta el potencial. No olvidemos que la utilización de conceptos retóricos aporta una nueva herramienta para la comunicación visual, abriendo la vía de acceso más fecunda a la elaboración de los mensajes. En el siguiente capítulo ahondaremos en lo concerniente a las figuras retóricas y la manera en que éstas se pueden representar por medio de la tipografía. Recordemos que el énfasis de la retórica dentro de esta investigación recae en la *elocutio*, la cual tiene que ver con “la forma de decir artísticamente renovada”.

I.4.4. La memoria

A la memoria corresponde el aprendizaje de las ideas fundamentales del discurso, o bien, de éste ya elaborado. Cicerón la define como “la captación firme del pensamiento de las cosas y de las palabras para retener la invención”.⁷¹ La memoria ha recibido menos atención por parte de los teóricos desde la época clásica, en comparación con las demás, el doctor Roberto Gamonal comenta en su tesis *Logos, ethos, pathos. Retórica y creatividad en el diseño gráfico*⁷² que quizá esto sea debido a que su actividad es posterior a la de la *inventio, dispositio* y *elocutio*, por actuar sobre el texto ya elaborado y a que su carácter es más bien mecánico, por tratarse del aprendizaje de un discurso escrito. También habría que recordar que los *loci* son lugares de la memoria que permiten al orador distribuir un espacio mentalmente establecido con el fin de colocar en dichos lugares las ideas y las expresiones del discurso, las cuales, al estar estructuralmente localizadas, pueden ser recordadas fácilmente en el momento de pronunciar el discurso.

La *memoria* se constituye, pues, como una operación imprescindible para la culminación de la actividad retórica del orador en una pronunciación del discurso que logre el mayor efecto comunicativo posible en el receptor. Cabe

71 Tomás Albaladejo, *Retórica*, Madrid, 1991, Ed. Síntesis, p. 163.

72 Roberto Gamonal, *Logos, ethos, pathos. Retórica y creatividad en el diseño gráfico*, Madrid, 2011, Ed. Ícono 14, p. 537.

señalar que no siempre quien emite el discurso oral, es decir, quien lo memoriza, es quien realizó el discurso escrito.

El maestro Antonio Rivera considera que la *memoria* y el *actio* son fases retóricas que no se dan en el diseño gráfico, pero que sí se produce una fase que denomina “acción expresiva” y que se identifica, en el caso de la memoria, con el boceto o más concretamente con las capacidades expresivas y artísticas del dibujo. Mientras que el doctor Gamonal indica que la memoria se puede trasladar del discurso oral al discurso gráfico por medio del proceso de producción e impresión de las piezas gráficas, hecho que generalmente no realizan los diseñadores (como se mencionaba anteriormente, en ocasiones el discurso no lo pronuncia necesariamente el que lo ha creado), en este caso, hay veces que la reproducción se encarga a imprentas especializadas y se hace hincapié en que éstas deben recibir el diseño perfectamente preparado para que los resultados sean los esperados. Al no ser la misma persona la que diseña y la que imprime, el diseño debe especificar los detalles técnicos necesarios para su correcta reproducción. A esto en términos retóricos se le podría llamar la “memoria del proyecto”. Un fallo en este punto tan vital supone que un error se multiplica por la cantidad de ejemplares que se imprime de ese diseño. En la práctica profesional esta parte suele ser crítica porque todo el esfuerzo en el desarrollo previo se perjudicaría, si no se controlan todos los aspectos de la producción. Lo mismo que sucedería con un discurso mal memorizado.

I.4.5. El *actio*

También llamado *pronuntiatio*, es la quinta fase preparatoria del discurso oratorio; es la puesta en escena del orador al recitar su discurso como un actor, con la dicción adecuada y los gestos pertinentes para realzarlo y lograr el efecto que se propuso. Consiste, pues, en hacer uso de la palabra y recitar las expresiones que lo constituyen. Su estudio consideraba todo lo relacionado con la voz y con el cuerpo. Siguiendo la teoría de Antonio Rivera la “acción expresiva” tendría que ver entonces, únicamente con las habilidades técnicas del diseñador gráfico para utilizar el lenguaje visual. Una buena idea puede perder su fuerza persuasiva si no se sabe expresar bien en términos gráficos.

No obstante Roberto Gamonal comenta que, como la *memoria*, el *actio* no recibió en la retórica clásica una atención comparable a la que los tratadistas

prestaron al bloque fundamental de *inventio*, *dispositio* y *elocutio*, por tratarse también de una operación que actúa sobre el texto ya construido y mantiene con las anteriores operaciones una relación de sucesividad. Sin embargo, afirma que es una operación decisiva para la consecución de la finalidad que el orador pretende en el discurso retórico, pues con ella culmina la compleja estrategia retórica articulada en las actividades de las operaciones de *inventio*, *dispositio*, *elocutio* y *memoria*, y se cristaliza frente al destinatario, en el momento de su emisión. Como ya se ha dicho, esta última operación se ocupa de la puesta en escena del discurso ante el auditorio, incluyendo elementos básicos como la modulación de la voz y los gestos que deben ilustrar visualmente el contenido del discurso por lo que el *actio* se considera, según Tomás Albaladejo la *memoria* y el *actio* o *pronuntiatio* serían operaciones no constituyentes del discurso ya que mediante ellas se comunica el discurso una vez que está terminado. El *actio* supone la puesta en escena del discurso ante un auditorio, es el momento “en vivo” donde se comprueba que el discurso creado mediante la *inventio*, la *dispositio* y la *elocutio* y preparado mediante la memoria surte el efecto deseado en quien lo escucha.

En esta parte el doctor Gamonal indica que específicamente en el diseño gráfico, resulta de enorme relevancia la presentación ante un cliente. En ella se ponen de manifiesto las competencias de comunicación ante el público que desde muchos siglos atrás se vienen estudiando en la oratoria y en la retórica. La presentación no sólo se expone ante un cliente, sino que también se diseña y viene planificada de la fase de la memoria. Por otro lado, el *actio* es también la “puesta en escena” del diseño, su publicación, su venta, su distribución y emisión al público, el juez más determinante. Hasta ahora, el diseño no se materializa, pero es en esta fase cuando se convierte en un objeto tangible, puede ser en forma de libro, revista, periódico, cartel, aplicación de logotipo, etcétera. El doctor Gamonal añade que mediante la impresión y otros procesos de postproducción, también se debería tener contemplado el material empleado en la producción del diseño gráfico como parte fundamental del *actio*, puesto que considera es de enorme relevancia el resultado final que llega al usuario, es el continente del mensaje que se ha querido transmitir. Catherine Fishel⁷³ opina que “el material debe (o debería) decir mucho sobre el concepto que hay detrás del diseño”. Aboga por una “producción creativa” porque el medio de

73 Catharine Fishel, *El arte de la producción creativa. Materiales, encuadernación y acabados*, Barcelona, Index Book, 2007, p. 11.

producción “se convierte en una parte importante del mensaje”. Esto requiere una perfecta simbiosis del diseñador con el impresor, ponerles retos a los expertos en los sistemas de impresión para que pongan en práctica formas innovadoras al servicio de la producción. Dice que el papel es el territorio habitual del diseño gráfico y que éste en la impresión dice mucho del diseño que una persona tiene en sus manos. Consigue despertar sensaciones táctiles gracias a su textura y gramaje. Pero existen otros muchos materiales sobre los que se pueden imprimir. Bien elegidos y bien producidos contribuyen a potencializar el concepto creativo del mensaje. Actualmente se puede imprimir sobre plástico, tela, metal, madera, cuero o vidrio, prácticamente sobre cualquier superficie. También dentro del concepto de producción creativa entran los acabados que se realizan en la fase de postimpresión. La encuadernación es uno de los acabados más habituales en los productos gráficos. No sólo cumple la función de mantener unidas las páginas, sino que también dice mucho del diseño. Por ejemplo, no es lo mismo un libro encuadernado en tapa dura que el mismo libro encuadernado en rústica. El primero tiene mayor prestancia y se identifica mucho más con ediciones caras o de lujo, destinadas a un público con mayor poder adquisitivo. El segundo utiliza un material más blando y menos duradero propio de ediciones con precios más accesibles para llegar a un público más amplio. Éstas son las principales maneras de encuadernar, pero existen muchas más que se pueden adecuar a los objetivos de un diseño utilizando materiales de sujeción como cuerdas, tornillos, etcétera.

Sin embargo, cabe señalar que los acabados no deben ser tomados como un mero adorno o el simple despliegue de una tecnología gráfica de carácter efec-tista. Ha de tenerse en cuenta que el uso de estas técnicas encarece el proceso de producción de una pieza gráfica y que su utilización debe tener un fin justificado supeditado a la comunicación del mensaje y a ponderar su expresión final, elementos que conllevan al *actio*. Quizá el más importante proceso, pues podríamos decir que es quien permite comprobar de manera fehaciente si la pieza ha cumplido sus objetivos y obtiene los resultados esperados. Aunque no se debe olvidar que ante este acto de persuasión se emiten otros juicios externos al trabajo del diseñador, como por ejemplo, podría serlo el tipo de marca o empresa que distribuye el producto y no precisamente el ejercicio retórico de la comunicación gráfica.

En general el orador debe dominar las cinco fases de la retórica, con el fin de probar, conmover y deleitar. Esto es, con un lugar común, por medio de la razón y proyectando con estilo. Roberto Gamonal concluye que los lugares comunes, los argumentos y las figuras son los ejes principales del discurso retórico y que no están presentes única y exclusivamente en las fases del discurso que les corresponde por lo general: la invención, la disposición y la elocución, respectivamente; sino que están presentes en todas sus fases de creación. En la *inventio* para poder ser el punto de partida donde buscar los argumentos y las ideas, sirviendo de esquemas de pensamiento; en la *dispositio* para poder colocarlos según la estrategia a seguir y su valor; en la *elocutio* para hacerlos más llamativos y atractivos; en la *memoria* para que sirvan de “cajón” para ser almacenados y recordados y en el *actio* para mostrarlos con todo su esplendor y conectar con el público. El acto de emisión del discurso, que corresponde a la fase del *actio*, debe ser preparado previamente de manera concienzuda porque tan importante es tener un buen discurso armado con excelentes argumentos, claro y comprensible, atractivo y estético, como lograr transmitirlo con eficacia al auditorio al que se dirige, donde el diseño toma cuerpo y se transforma en un objeto material para ser visto, leído, contemplado, tocado, usado y, por lo tanto, valorado.

LA TIPOGRAFÍA:
UN TIPO DE
acción **RETÓRICA**

La tipografía: un tipo de acción retórica

Haciendo una pequeña recapitulación de lo dicho hasta ahora, podemos llegar a la siguiente conjetura: El discurso visual es una práctica retórica, la cual ha tenido que ver con la representación del pensamiento humano y su manera de comunicarlo; esta es una disciplina que consciente o inconscientemente se ha desarrollado a lo largo de la historia de la comunicación visual.

En este capítulo la intención será mostrar esa *historia gráfico-retórica* en que la tipografía ha sido el actor principal, además de hacer una pequeña recapitulación de lo visto hasta ahora para servirnos de ello y potencializar el análisis del discurso visual como un tipo de acción retórica dentro de los mensajes tipográficos a través del tiempo.

II.1. Retórica en la tipografía

Recordemos que desde tiempos prehistóricos el ser humano ha buscado formas de expresarse gráficamente, comunicar sus ideas y ordenar su información; gracias a las letras es que esas ideas y mensajes han podido ser transmitidos, debido a su capacidad de ser tanto signos lingüísticos como signos visuales. Actualmente cuando hablamos de comunicación visual, quedamos en el entendido de que nos referimos al proceso mediante el cual el mensaje se transmite a través de lo que el ojo percibe, lo interesante es que este término contemporáneo ha sido heredero de unos antepasados distinguidos, los cuales nos han dejado un legado cultural y visual, invaluable.

Precisamente una de las áreas que estudia el diseño y la comunicación visual es la tipografía, la cual ha permanecido hasta nuestros días como esa representación gráfica para la transmisión de información y fue desde la creación de la imprenta, que comenzó un mayor auge por realizar caracteres tipográficos que bien sabemos han mutado, alcanzando en la actualidad una am-

plia diversidad de estilos y constantes propuestas, cada una con características distintas y diversos cambios. Los intentos de clasificar esta variedad estilística son numerosos, pero todos basan su distinción en función de los elementos que constituyen la letra.

Los distintos diseños tipográficos que aparecen a lo largo de la historia de la tipografía son un legado de su propia época y están contextualizados dentro de los estilos artísticos, los usos y la tecnología del momento. Para este apartado, es importante acercarse más a la relación que hay entre tipografía y retórica, que en ahondar en conocimientos teóricos acerca de la tipografía (términos y definiciones que ya son por más sabidos). Sólo diremos de manera general que *tipografía* es la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje, ocupándose también del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas. *Tipo* (forma de la letra) es el modelo o diseño de un carácter determinado. Una *fente tipográfica* (Figura 2.1) es entonces el estilo o apariencia de un grupo completo de tipos (caracteres, números y signos), regidos por características comunes.

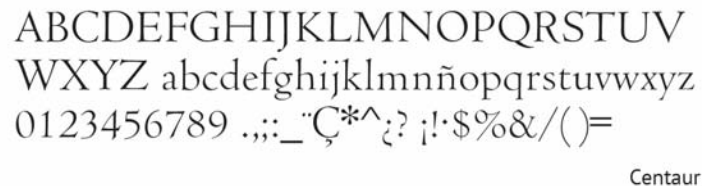


Figura 2.1. Fuente tipográfica

Una *familia tipográfica* (Figura 2.2), es un conjunto de tipos basado en una misma fuente con algunas variaciones, tales como, la inclinación, el grosor y la anchura, pero manteniendo características comunes. Los tipos que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios. Cada fuente y familia tipográfica tiene características que la distinguen entre otras, que las hace únicas y le aportan personalidad al texto.



Figura 2.2. Familia tipográfica

Estructura de la letra (Figura 2.3). Si bien no existe una nomenclatura específica para indicar las partes de una letra, veamos una de las más habituales, que nos permite identificar sus características principales:

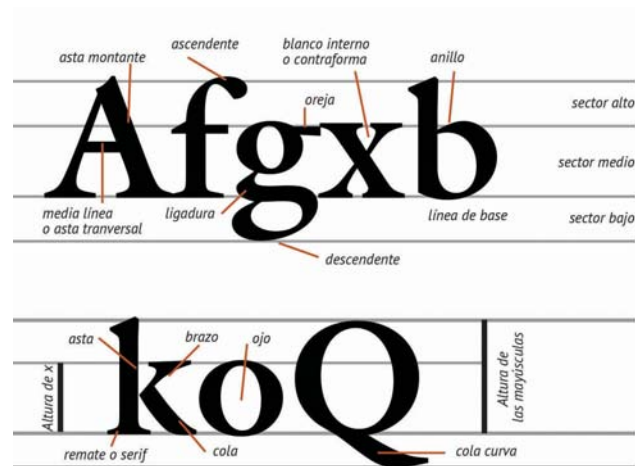


Figura 2.3. Partes de la letra

Existen cinco elementos puntuales para clasificar e identificar a las distintas familias tipográficas:

La presencia o ausencia del serif o remate.

La forma del serif.

La relación curva o recta entre bastones y serifs.

La uniformidad o variabilidad del grosor del trazo.

La dirección del eje de engrosamiento.

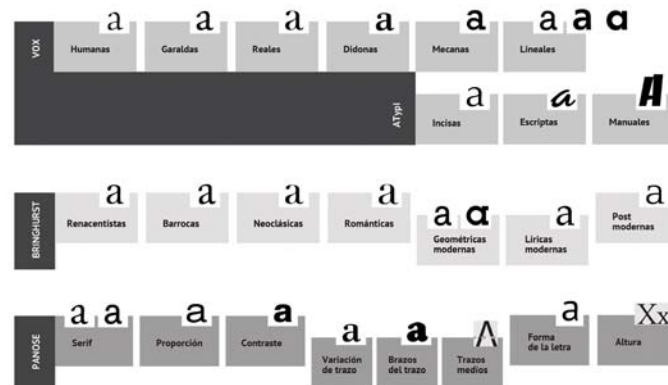
De hecho, la descripción y clasificación de los tipos ha sido objeto de debate desde hace mucho tiempo y más en la actualidad ya que debido a la gran proliferación que de ellos existe, la perspectiva de poder clasificarlos a todos es altamente difícil. El propio desarrollo tipográfico conlleva a nuevos estilos que se inspiran en otros anteriores, nacen nuevos soportes, y la experimentación sobre los mismos nos lleva a forzar su inclusión en alguna clasificación existente, o en todo caso pensar en una mayor perspectiva temporal. Básicamente podemos decir que la clasificación tipográfica sirve para analizar, ordenar, conocer y reconocer familias tipográficas, además de brindarnos referencias tipográficas, estilísticas, históricas y culturales muy variadas.

Mencionaremos sólo algunas de las distinciones como para darnos un poco más idea de lo que hablamos. Por ejemplo tenemos el caso de Francis Thibadeau que en 1921 organiza su clasificación en cuatro estilos tipográficos, basándose en el contraste de los trazos y la terminación de las astas. Otra clasificación es la de Aldo Novarese que basándose en el sistema de Thibadeau, establece 10 estilos que se diferencian según la morfología de los terminales. Uno más que podemos mencionar es el sistema de clasificación, Panose System, propuesto por Benjamín Bauemesiter en 1988, en el cual, según las características, son ordenadas de acuerdo a su estilo y apariencia. Usa un sistema de clasificación numérico de siete dígitos basado en rasgos individuales de los tipos. Divide grupos por *serif*, *proporción*, *contraste*, *variación de trazo*, *brazos*, *forma de la letra*, *trazos medios* y *altura*. A través de los años han surgido diversas clasificaciones, siempre guiadas por determinados aspectos (históricos, estilísticos o formales), otro ejemplo es el de Robert Bringhurst (poeta, autor y tipógrafo canadiense) quien en 1997 desarrolla un sistema de clasificación basado en estilos artísticos que van desde el Renacimiento hasta el Postmo-

dernismo. Divide los grupos en *renacentistas*, *barrocas*, *neoclásicas*, *románticas*, *realistas*, *modernistas geométricas* y *líricas* y *postmodernistas*.

En fin, se espera que con lo anterior, el lector recuerde que éste es un arduo y difícil trabajo. Sólo falta señalar que la clasificación formal más utilizada y que tiene el mérito de recuperar las clasificaciones históricas, es la que elaboró en 1954 el francés Maximilien Vox, éste plantea una clasificación en tres grupos: *humanas*, *garaldas* y *reales* que constituyen la trilogía de los caracteres clásicos o históricos. *Didonas*, *mecanas* y *lineales* que forman la trilogía de las modernas. Las *incisas*, *escriptas* y *manuales* que son las de inspiración caligráfica. Esta clasificación es adoptada y completada por la Asociación Tipográfica Internacional (ATypI) quien posteriormente añadió otras más a las nueve categorías ya existentes, incluyendo las góticas, no latinas y decorativas. La clasificación ha sido traducida al inglés y al alemán estableciendo así su uso universal.

El siguiente cuadro muestra lo antes descrito, ejemplificando algunas de las clasificaciones al día de hoy.

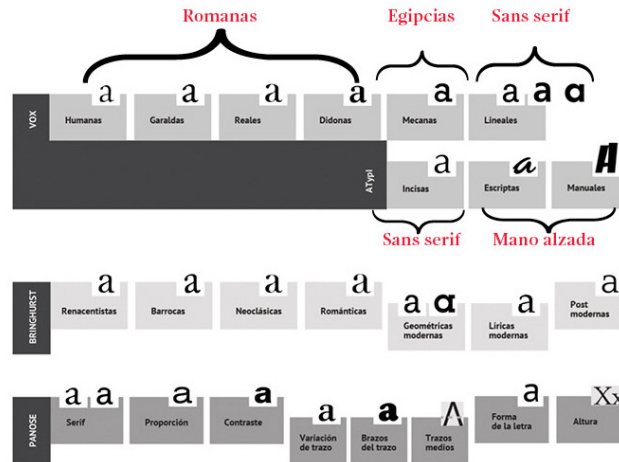


Cuadro 2.1.* Algunas clasificaciones tipográficas

Ahora bien, para usos prácticos en esta investigación, la clasificación tipográfica que se usará, se determinó a través de la “reagrupación” del modelo de la ATyPI, quedando en cuatro estilos (romana, sans serif, egipcias y a mano al-

* Alejandra Carbone. Catedrática de la Universidad de Buenos Aires en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Carrera de Diseño Gráfico. Tomado de <http://www.carbonetipografia.com.ar/>

zada) como lo indica el Cuadro 2.2. Esto porque se consideró que para los fines del discurso será más concreta la obtención de datos que arrojarán los gráficos analizados, posteriormente, en el apartado II. 5. 3 y II. 5. 4.



Cuadro 2.2. Clasificación tipográfica. Apartir del cuadro de Alejandra Carbone.

Continuemos, la información visual que cada día asimilamos está conformada en un gran porcentaje por letras: en periódicos, en revistas, en un cartel, en internet, en una caja de cereal; en distintos medios interactuamos con información textual, de hecho, diseñar con letras se ha convertido en toda una especialidad. Actualmente se ha profundizado acerca del estudio tipográfico, ya no sólo constituyéndose como ese sistema estandarizado de signos gráficos para representar la palabra hablada, sino también para transmitir la intención con la que el pensamiento es dicho.

Juan Martínez-Val, en su libro *Tipografía práctica*⁷⁴ dice: “Las letras son símbolos retóricos. Inevitablemente, cuando imprimimos un texto llenamos la página de sensaciones y emociones asociadas a las letras que usamos”. A lo cual aunaríamos que la intención retórica como campo de estudio en la tipografía abarca además de sensaciones a partir de la fisonomía de la tipografía, también

⁷⁴ Juan Martínez-Val, *Tipografía Práctica*, Madrid, 2002, Ediciones del Laberinto, p. 53.

transmite a partir de la estructuración y disposición de la misma; es decir, para expresar tipográficamente lo que se dice o se piensa, inevitablemente se necesita depender tanto de la selección de una tipografía adecuada como también del orden y jerarquización de la misma, esto dará carácter y representación a las ideas y no será simplemente información transcrita.

Recordemos que actualmente la transmisión de la información ya no funciona como en la retórica clásica, donde el orador existía como ese portador de discursos y cuyo *estilo* al hablar en público informaba, persuadía y deleitaba; lo que ahora sucede es que el diseñador visual viene a suplir la ausencia del orador *perdido* de la antigüedad y funciona como ese intermediario con la audiencia; la diferencia es que ahora este es un orador *visual* que queda en el anonimato ante el público para presentar el discurso gráfico, transmitido a partir de la tipografía, la cual ya no sólo servirá para leerse sino también para verse, escucharse, sentirse y disfrutarse. Como dice Roberto Gamonal: “La tipografía es la voz gráfica del lenguaje”.⁷⁵

El discurso visual tiene la misma finalidad que en la antigüedad, transmitir las ideas y la intención con la que éstas se dirían.

La propuesta es que se puede dotar al pensamiento de *voz tipográfica* basándose en la retórica, logrando puntos de confluencia tanto en la organización discursiva del texto como en su arreglo tipográfico. En lo posterior basaremos el proyecto en las tres fases elementales de la retórica (*inventio*, *dispositio* y *elocutio*), resaltando que dejaremos un poco de lado la *memoria* y el *actio*, no por ser menos importantes, sino porque éstas tienen que ver con procesos posteriores a la creación del proyecto, mientras que las tres primeras nos dan perfectamente la oportunidad de correlacionarlas en el campo de la creación; notaremos el potencial que la organización de los signos (letras) tiene para persuadir y lograr enunciados consistentes tanto en forma como en concepto; la base para construir un mensaje tipográfico encaminado a persuadir eficazmente.

Partamos entonces de una breve recapitulación de su definición y veamos un poco de su estructura.

La *inventio* es la primera fase del discurso donde comienza el intento por persuadir al auditorio y donde se gesta la esencia del mismo, por medio de los argumentos, éstos junto con las ideas funcionan como instrumentos intelectuales (que convencen) o como instrumentos afectivos (que conmueven)

75 Roberto Gamonal, “Tipo/retórica. Una aproximación a la retórica tipográfica” en *Icono 14*, Vol. 3, No. 1. Recuperado de: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/430/305>

76 Helena Beristáin, *Diccionario de retórica y poética*, México, 1985, Ed. Porrúa, p. 273.

77 Federico Bañuelos, “La retórica en la práctica de la música del Renacimiento y del Barroco” en *Acta Poetica*, No. 22, 2002, p. 196.

78 Alfonso Reyes, “La antigua retórica”, en *Obras completas de Alfonso Reyes*, XIII, México, 1961, Ed. FCE, p. 515.

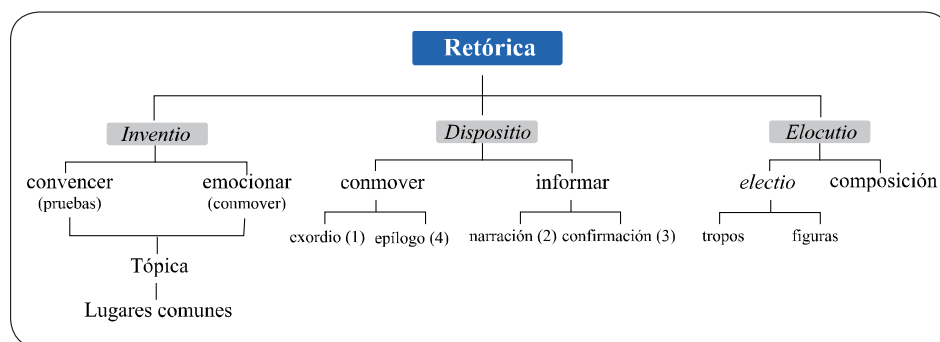
para lograr la persuasión mediante un alto grado de credibilidad. La *inventio* no pertenece a la creación sino a la preparación del proceso discursivo. Podemos decir que la materia de la *inventio* es a lo que hoy llamamos *contenido*.⁷⁶

La *dispositio* corresponde al desarrollo de la estructura sintagmática del discurso. El orden elegido debe resultar favorable a los fines del mismo y parte de la dicotomía *conmover/informar*.⁷⁷

La *elocutio* es la expresión lingüística de los pensamientos hallados en la *inventio* y combinados en la *dispositio* por el orador. Se le relaciona directamente con el fin de deleitar, pero cubre también los otros dos fines, instruir y mover.⁷⁸

La retórica se inclina muchas veces de manera exagerada a la *elocutio*, que tiene que ver con la elección de las palabras y la composición de las mismas. Aquí el lenguaje se puede sustituir de un término por otro, e incluso, se puede producir un segundo sentido o connotación. Todos los tipos de sustitución son *ornamentos o colores*, a estos se les conoce como tropos (conversiones) y figuras.

A continuación se presenta un esquema (más reducido que el cuadro sinóptico del capítulo anterior), con el objetivo de recordar las funciones de las tres primeras fases de la retórica, las cuales se encargan primero de: convencer y emocionar, luego de *conmover* e *informar* y por último de deleitar; en definitiva estamos hablando de funciones que proveen a los textos de capacidades discursivas que pueden ser transmitidas no sólo verbalmente sino también visualmente.



Esquema 2.1. Árbol retórico.

Basado en las tres primeras fases del discurso según Federico Bañuelos.⁷⁹

79 Bañuelos, *op. cit.*, p. 196.

80 Roland Barthes, *La semiología*, Buenos Aires, Ed. Tiempo contemporáneo, 1970, p. 131.

El ensayista francés Roland Barthes en su libro *La semiología*, realiza un profundo análisis acerca del mensaje, concluyendo que la retórica tiene tres relaciones formales (el mensaje lingüístico, el mensaje denotado y el mensaje connotado):⁸⁰

El sonido articulado ayuda a identificar pura y simplemente los elementos de la escena misma: podría decirse que es una mera descripción del discurso. Su función tiene que ver con decir la idea principal, aquí se encuentran todos los sentidos posibles del objeto a primera vista. Por lo que podríamos decir que existe una relación del mensaje lingüístico con la retórica, la *inventio*, ya que de igual manera se interpreta como ese contenido o información a trabajar.

En cuanto al mensaje denotado podemos decir que es el primer grado de lectura en un mensaje visual, sólo vemos colores, formas, líneas, texturas, disposición; lo que la razón del lector percibe a primera vista y esta legibilidad se vuelve más rica conforme a su saber y su comprensión. En este caso despojar utópicamente al discurso tipográfico de todo el trasfondo persuasivo, lo volvería “inocente”. Por lo que se ha tratado que este segundo nivel del mensaje encuentre su cauce en la *dispositio* pues es donde se estructura la información.

El siguiente aspecto según Barthes es el mensaje connotado, en el que recaerá el impacto visual. A éste se le relaciona con el significado estético y con la originalidad del mensaje, es decir, de la connotación del sistema dependerá del número de lecturas de un mismo discurso visual y que variará según los individuos y necesariamente dependerá de los diferentes saberes contenidos de la audiencia. En el lenguaje connotado es donde el arreglo tipográfico debe incluir las “sorpresas” del sentido, en donde las figuras retóricas hacen su aparición a la escena las cuales, como ya lo veíamos, aportan, en gran medida, la originalidad y espontaneidad de un mensaje tipográfico, por medio del *bagaje* cultural de la audiencia para el efectivo resultado de la persuasión.

Estas relaciones formales de la imagen las hemos comparado con las tres primeras fases de la retórica, comprobando que también pueden emplearse para el estudio de la tipografía, pues ésta es, como lo veíamos, quien confiere al lenguaje de un cuerpo físico, le da una forma concreta al contenido y por ende posibilita la connotación a través de la *elocutio* (donde damos cabida a la exploración de las figuras retóricas).

81 Beristáin, *op. cit.*, p. 212.

82 David Victoroff, *La publicidad y la imagen*, Barcelona, 1980, Ed. Gustavo Gili, pp. 89-90.

83 Bañuelos, *op. cit.*, p. 197.

84 Roberto, Gamonal, “David Carson Contra Aristóteles: Análisis retórico del diseño gráfico” en *Razón y palabra*, No. 37, Año 9, 2004. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/antteriores/n37/rgamonal.html>

Helena Beristáin nos dice que desde la antigüedad se elaboró una tipología de las figuras en atención a su funcionamiento.⁸¹ En la actualidad, David Victoroff (francés, especialista en publicidad) menciona que contamos con el mérito que corresponde a Jacques Durand por haber explorado la estructura retórica de la imagen y con esta aportación tener la posibilidad de realizar la clasificación de figuras retóricas en dos dimensiones: por un lado la naturaleza de la operación que incluye a la adición, la supresión, la sustitución y la permutación; y por el otro la naturaleza de la relación que une los elementos variantes de identidad, similitud, oposición, diferencia y falsa homología.⁸²

Las figuras retóricas se apoyan en esta categorización para ser mejor entendidas. Es a partir de estas relaciones y operaciones que se despliega una lista inagotable de figuras que abordan temas que todos saben y dan por entendido, poniendo en juego dos niveles del lenguaje: el propio y el figurado; es decir, partiendo de lo dicho de manera simple y llana para elevarlo a una expresión más complicada y adornada, alejándose de la base original. Los rétores de la antigüedad decían: “El primer estado es inerte, el segundo o adornado es vivo”.⁸³

El éxito de las figuras retóricas consiste en que lo hace alterando de alguna manera las formas del contenido, donde los lugares comunes son dichos y vueltos a decir mediante las innumerables maneras que posibilitan las figuras retóricas basándose en este caso en la tipografía como medio de expresión visual, lo cual así mismo permite presentar el mensaje de forma novedosa.

Roberto Gamonal en su artículo “David Carson contra Aristóteles: Análisis retórico del diseño gráfico”⁸⁴ explica:

- El paso de un nivel a otro se puede realizar en dos momentos simétricos:
- En el momento de la creación: el emisor del mensaje parte de una proposición simple para transformarla con una figura retórica.
 - En el momento de la recepción: el oyente capta el mensaje en un sentido figurado y restituye la proposición a un lenguaje propio.
 - Toda figura retórica supone la transgresión fingida de una norma. Ésta puede ser del lenguaje, la moral, la sociedad, la realidad, la lógica, etcétera.

Observemos que estos momentos son una excelente herramienta para crear y/o diseñar una composición tipográfica, pues la proposición simple de un texto puede ser transformada por medio del uso de una figura retórica y desembocar en un sinfín de posibilidades cuando el receptor capte el mensaje y lo traduzca a su lenguaje propio basado en sus experiencias. Por ejemplo, cuando cambiamos una letra por algún otro elemento que la simule estamos apoyándonos en una figura de naturaleza de operación: la de sustitución y la figura retórica que corresponde a esta operación es: símil.

II.2. Prosodemas visuales

Recordemos que la representación del lenguaje escrito está encargada de materializar o reforzar de manera gráfica los significados contenidos en el pensamiento, como lo son las palabras, frases, oraciones o discursos; en fin, lo que un orador de la Antigüedad haría para persuadir. Lo interesante en esta reflexión es hacer evidente cómo estos elementos de la oralidad se podrían plasmar a partir de la tipografía y su disposición en el espacio para provocar las mismas cualidades y sensaciones que la comunicación verbal posee. Sabemos que los textos generalmente son creados para transmitir un mensaje de manera clara, sencilla y concreta, pero ¿cómo transmitir las mismas emociones, la intensidad o volumen de la voz, la velocidad en la enunciación, la entonación, lo imperativo, la elegancia, los gestos, el ritmo, la fluidez, los sonidos, los silencios de un discurso oral?

Comunicar un mensaje de texto ya no sólo tendrá que ver con verbalidad sino también con iconicidad. A través del uso de las figuras retóricas los significantes (tipografía) potencializarán sus significados al dar carácter visual al pensamiento y éstas serán determinantes para el desarrollo de discursos más elaborados, entendiendo así, que no se puede separar lo que conceptualmente está unido (la organización discursiva del texto y su arreglo gráfico), pues la tipografía además de ser un elemento para la representación lingüística se ha convertido en la herramienta para obtener las expresiones del contenido.

Nuestro objetivo en adelante será elaborar un sencillo esquema de análisis, que relacione los conceptos retóricos entre el discurso oral y visual, mostrando el alcance que la tipografía posee como elemento de diseño para hacer visible la intención del lenguaje a través de las operaciones retóricas. Pedro Vidal Silva dice que existen dos posibilidades de hacer visible el lenguaje⁸⁵:

85 Pedro Vidal, "El deseo pintado con palabras" en *Diseño y comunicación visual*, España, 2006, Ed. Cuadernos de publifilia, p. 82.

1. Cuando lo importante son los datos (la informatividad del significado): el significante (la tipografía) debe ser discreto o invisible, para que nada distraiga la atención de lo fundamental, sin embargo
2. Cuando lo importante son las emociones y la intención (el sentido): éstos pueden expresarse gestualmente, esto es, mediante el gesto tipográfico y otras posibilidades visuales.

Por ello la propuesta de análisis tendrá que ver con esa proyección psicológica del emisor en el texto donde la intención será expresar visualmente las emociones y el sentido del mismo, que según Pedro Vidal será posible a través de la prosodia (rama de la lingüística que analiza y representa formalmente aquellos elementos de la expresión oral, tales como el acento, los tonos y las entonaciones) pero a través de una conversión que irá de la expresión oral a la expresión tipográfica, la cual tendrá que ver con evidenciar la misma intención del pensamiento y del texto, recurriendo ahora a la *prosodia visual*.⁸⁶ La siguiente tabla surgió a partir de registrar términos que son utilizados en la lingüística, los cuales ya fueron anteriormente mencionados, sugiriéndose una forma de representarlos a partir de la tipografía.

Habría que resaltar que el siguiente esquema de conversión se podrá incrementar tanto más, como la creatividad lo permita.

Tabla 2.1. Prosodemas visuales (Elaboración propia)

PROSODEMAS VISUALES	
DISCURSO VERBAL	REPRESENTACIÓN VISUAL (TIPOGRÁFICA)
1. Repetición	Un mismo módulo de caracteres es representado incesantemente.
2. Constancia	Un módulo tipográfico con pausas similares, presentado regularmente.
3. Ritmo	Presentación constante de un mismo bloque, el cual debe de seguir un patrón o una unidad métrica dado por las características formales de la disposición.

PROSODEMAS VISUALES	
DISCURSO VERBAL	REPRESENTACIÓN VISUAL (TIPOGRÁFICA)
4. Silencios o pausas	Considerables espacios en blanco entre los textos y dentro del formato.
5. Susurros	Una tipografía de trazos finos, muy ligera, en tamaño pequeño y también lo que se dice entre corchetes o paréntesis.
6. Delicadeza	Un texto en cursivas, con tamaño moderado; también podría ser sinónimo de elegancia.
7. Gritos o modulaciones en la voz	Cambios en los tamaños de letras de una misma palabra u oración, distintos grosores dentro de una misma palabra.
8. Jerarquización	Orden de aparición del discurso visual, a través de la disposición en el espacio, hacer muy evidente lo primero que se quiere decir.
9. Énfasis o acentuación	Un tamaño de letra más grande que el resto del discurso, también con un grosor mayor y dentro de un lugar principal en el espacio. Resaltar la frase o palabra con algún elemento diferente al resto, modificar el arreglo tipográfico con cierta “intromisión” a la forma.
10. Fuerza	Letras pesadas, en un lugar principal dentro del espacio.
11. Energía, dinamismo, velocidad	Líneas de texto distribuidas irregularmente, en distintas direcciones, cambios en los grosores de letras, distintas tipografías, el uso de cursivas.
12. Intimidación, ímpetu	Deformación de la tipografía por líneas inesperadas y tamaños exorbitantes.
13. Suavidad	Tipografías súper ligeras y muy pequeñas.
14. Imperativo	Tamaños de letras casi de páginas completas, se pueden llegar a salir del formato. Tipografías compuestas como si fueran grandes bloques.
15. Guiño o gesto	Tipografías más lúdicas colocadas en ejes distintos, unas sobre otras.

II.3. Figuras retóricas

Bajo las premisas anteriores, convendría retomar algunas de las figuras retóricas citadas en el capítulo II, y continuar con un esquema más incluyente que comparta además de los *prosodemas visuales* también la representación tipográfica a partir de las figuras retóricas, esto con la intención de demostrar un mínimo ejemplo del infinito juego de posibilidades que a través de la *letra idealizada* y con ayuda de la *elocutio* se puede expresar (un recurso similar a la que el discurso verbal ofrece). Cabe señalar que existe la posibilidad que en un mismo discurso tipográfico encontremos más de una figura retórica, sin embargo para el caso específico de la Tabla 2.2 el propósito será rescatar sólo una de ellas para abordar lo que se quiere ejemplificar, aunque la pieza posea diversas figuras. Recordemos que éstas se dan a partir de su clasificación en este caso de naturaleza de operación (adicción, supresión, sustitución, permutación):

Tabla 2.2. Figuras retóricas, ejemplificación. Elaboración propia a partir de Helena Beristáin *Diccionario de retórica y poética*, y Roberto Gamonal, *Logos, ethos, pathos. Retórica y creatividad en el diseño gráfico*.


FIGURA RETÓRICA	BREVE DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN TIPOGRÁFICA	EJEMPLO TIPOGRÁFICO
1. Acumulación ADICIÓN	Se aglomeran elementos de una manera correlativa, ya sea en razón de su significado, de su forma o de su función en el discurso. La acumulación remite a dos significados: a la cantidad y al desorden.	Una misma palabra o tipo repetido en distintas formas, colores, direcciones, tamaños, tipografías.	

FIGURA RETÓRICA	BREVE DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN TIPOGRÁFICA	EJEMPLO TIPOGRÁFICO
2. Anáfora ADICIÓN	Repetición de palabras o expresiones al principio de varias frases o de varios versos consecutivos.	Repetición intermitente de un arreglo tipográfico.	
3. Gradación ADICIÓN	Progresión ascendente o descendente de los distintos elementos en los diferentes planos, ya sean del contenido o de la expresión.	Palabras que se van disminuyendo o (al contrario) agrandando en tamaño, grosor, color, inclinación.	
4. Hipérbole ADICIÓN	Exageración o audacia retórica que consiste en subrayar lo que se dice al ponderarlo con la clara intención de trascender lo verosímil.	Cuando se exagera una letra más que las demás o una composición tipográfica más que el resto.	
5. Insistencia ADICIÓN	Repetición de una de las letras contenida en una palabra.	Al escribir ¡Gooooo!	
6. Onomatopeya ADICIÓN	Homología entre la forma fónica y su referente. Las onomatopeyas imitan los sonidos significados por ellas.	Como representar el sonido y significado de silencio: ¡Shhhhhh!	

FIGURA RETÓRICA	BREVE DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN TIPOGRÁFICA	EJEMPLO TIPOGRÁFICO
7. Paradoja ADICIÓN	Altera la lógica de la expresión pues aproxima dos ideas opuestas y en apariencia irreconciliables, pero de sentido coherente, que manifestaría un absurdo si se tomaran al pie de la letra.	Por ejemplo escribir, pequeño con una letra muy GRANDE dentro del formato.	
8. Pleonasma ADICIÓN	Resulta de la redundancia o insistencia repetitiva del mismo significado en diferentes significantes, puede ser total o parcialmente sinónimo.	Escribir la frase TE AMO y sustituir la O por un corazón.	
9. Repetición ADICIÓN	Consiste en la reiteración de palabras idénticas o de igualdad de significación.	Cuando la misma palabra o módulo tipográfico es dicho visualmente varias veces.	
10. Elipsis SUPRESIÓN	Se produce al omitir expresiones habitualmente consideradas necesarias y que la lógica exige, pero de las que es posible prescindir para captar el sentido.	En la tipografía, se consigue suprimiendo ciertos elementos de la misma en una palabra y aunque el lector se dé cuenta de la ausencia puede reconstruir el elemento ausente, sin que deje de captar la información.	

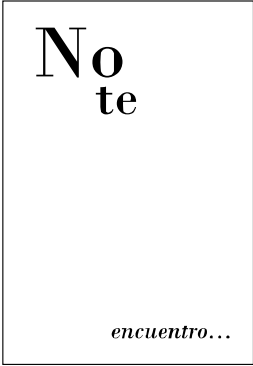
FIGURA RETÓRICA	BREVE DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN TIPOGRÁFICA	EJEMPLO TIPOGRÁFICO
11. Falsa homología SUPRESIÓN	El juego de palabras es la figura de sustitución homóloga a la antanacsis (forma idéntica y contenido opuesto) y la antífrasis es homóloga a la paradoja (forma opuesta y contenido idéntico).	Una palabra que tenga que ver con comida y que se escribiera con la letra O, esta fuera sustituida por un plato de comida.	DESIGN
12. Reticencia SUPRESIÓN	Se realiza al omitir una expresión, lo que produce una ruptura del discurso que deja inacabada una frase que pierde, así, parte de su sentido.	Hablar del silencio y de pronto dejar un espacio en blanco.	silenci ...
13. Silencio SUPRESIÓN	Omisión de una palabra completa, oralmente por una inflexión de voz. Puede afectar a cualquiera de los planos del lenguaje: morfológico, sintáctico, semántico o lógico.	Representada tipográficamente por puntos suspensivos o por evidentes espacios en blanco.	
14. Alusión SUSTITUCIÓN	Se sugiere la relación existente entre algo que se dice y algo que no se dice pero que es evocado. Apelando a conocimientos verdaderos o supuestos del destinatario, a su cultura, a su enciclopedia, etcétera.	Al escribir GRANDE con letras grandes.	GRANDE

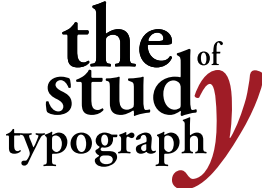
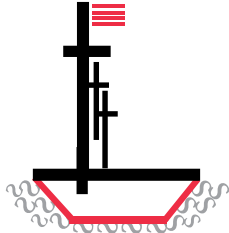



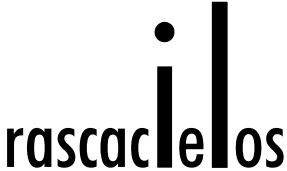
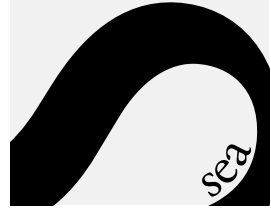


FIGURA RETÓRICA	BREVE DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN TIPOGRÁFICA	EJEMPLO TIPOGRÁFICO
15. Asíndeton SUSTITUCIÓN	Afecta la forma de las frases al yuxtaponer, en series enumerativas, ya sean <i>palabras</i> u <i>oraciones</i> omitiendo entre ellas los nexos que las coordinan.	Cuando una misma letra se usa para unir dos palabras.	
16. Metáfora SUSTITUCIÓN	Asocia términos que se refieren a aspectos de la realidad que habitualmente no se vinculan.	Al formar la imagen de la realidad con letras. Por ejemplo simular un barquito hecho con tipografía.	
17. Metonimia SUSTITUCIÓN	Es la sustitución de un término por otro cuya referencia habitual con el primero se funda en una relación existencial.	Formar una cara triste con tipografía a partir de un verso que evoca a la tristeza.	
18. Prosopopeya SUSTITUCIÓN	Figura en la que lo no humano se humaniza, lo inanimado se anima.	Darle elementos humanos a un carácter tipográfico.	
19. Símbolo SUSTITUCIÓN	Todo fenómeno u objeto que representa algo, a lo cual sustituye al referírsele, es decir, todo dato perceptible por los sentidos.	Poner una letra t simulando la representación de una iglesia.	
20. Símil SUSTITUCIÓN	Se establece una relación entre dos términos en virtud de una analogía o semejanza entre ellos.	Comparación de una letra recta y alargada con un rascacielos.	

FIGURA RETÓRICA	BREVE DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN TIPOGRÁFICA	EJEMPLO TIPOGRÁFICO
21. Sinécdoque SUSTITUCIÓN	Se basa en la relación que interviene entre un todo y sus partes.	Poner la parte de una letra simulando la ola del mar, sin necesariamente representar todo el mar.	
22. Inversión INTERCAMBIO O PERMUTACIÓN	Los elementos de la proposición siguen siendo idénticos, pero con el orden cambiado.	Una tipografía al reflejarla, como vista en un espejo.	
23. Retruécano INTERCAMBIO O PERMUTACIÓN	Generalmente considerada “de dicción por repetición”, pero que en realidad afecta a la sintaxis y al significado. Consiste en repetir expresiones iguales, semejantes o antitéticas, redistribuyendo las palabras, las funciones gramaticales y/o significados en forma cruzada y simétrica, de manera que, aunque se reconozcan los sonidos como semejantes, o las posiciones sintácticas como equivalencias contrapuestas, ofrezcan una disparidad de significados que resulte antitética, pues el cambio del orden de las palabras influye en el sentido.	Usar el mismo elemento (letra) para repetirse, pero de forma inversa, afectando su significado.	

Para el análisis retórico en discursos tipográficos se tomará en cuenta también la composición en la página, para lo cual retomaremos dos:

La composición estática o regular, es aquella disposición que se muestra simétrica, geométrica, lineal, que sigue un patrón y está apoyada sobre un mismo eje.

La composición dinámica o irregular, es aquella que no persigue ninguna distribución definida, busca dar una sensación de movimiento al no tener un patrón ni una estructura delimitada.

Así partiendo de todo este desdoblamiento de ideas por una búsqueda de la función prosódica de la comunicación visual tendremos en un apartado posterior, una ficha de análisis, la cual consistirá en:

- Breve descripción de la obra (autor, título y fecha).
- Tipografía utilizada (romana, sans serif, egipcia y mano alzada).
- Composición o disposición en la página (estática/regular o dinámica/irregular).
- Representación del *prosodema visual* (repetición, constancia, ritmo, silencios o pausas, susurros, delicadeza, gritos o modulaciones en la voz, jerarquización, énfasis o acentuación, fuerza, energía, dinamismo, velocidad, similitud, intimidación, debilidad, suavidad, tono imperativo, guiños o gestos).
- Figura retórica utilizada.
- Dimensión de la figura retórica: de naturaleza de la operación (adición, la supresión, la sustitución y la permutación).

II.4. Retórica en la poesía visual

Después de este breve recorrido por las partes de la retórica y su relación con la tipografía aún queda una a pregunta: ¿qué tiene que ver todo esto con literatura? Pues bien, entendamos primero que la tipografía y la retórica tienen como nexo de unión el lenguaje. Y la tipografía ha sido utilizada de manera magistral desde épocas pasadas para la elaboración de textos persuasivos y dar así, una presencia atractiva que invite a la lectura del mensaje escrito.

Esto es una práctica que se inició, a partir de poetas que lograron expresar, escandalizar y cuestionar los tiempos cambiantes de su época, a partir de re-

presentar lo que escribían, retomando como instrumento principal las formas tipográficas a través de distintos arreglos y figuras. Estamos hablando de que así surgió una “nueva potencia visual de la escritura” que estableció una fructífera conexión entre los nuevos planteamientos del arte y la composición de la página como elemento expresivo de la obra: la poesía visual.

Para el desarrollo de esta investigación será indispensable resaltar la eficacia y comienzos de quienes con ayuda evidente de la retórica a través de la tipografía llegaron a soluciones creativas, produciendo algo distinto partiendo de lo ya conocido, donde el objetivo consistía en lograr la persuasión del público.

Ambas (retórica y tipografía) trabajan con las letras como materia prima, como también lo hace la poesía. Lo atractivo con respecto a la poesía es que existieron autores que trataron a las letras no sólo como texto sino también como conducto para expresar sus ideas y dar mayor objetividad a sus escritos. Es a partir del uso de la disciplina retórica y con ayuda de la tipografía que se buscó moldear la manera de pensar y actuar de las sociedades de su tiempo; aunque la retórica la utilizaron sin tener conocimiento de ello, constataremos que su uso indiscutiblemente existió en sus poesías a través de la tipografía.

II.4.1. Poesía visual

Pedro Vidal Silva dice “por poesía visual debemos entender la manifestación artística experimental que, con un espíritu manierista, trasciende la codificación estrictamente verbal de la poesía, recurriendo para ello a una multicodecidad que aproxima esta forma de literatura a expresiones más propias de las artes plásticas [...] Su función principal es, la búsqueda de la función prosódica de la comunicación oral humana presencial, representándola visualmente”.⁸⁷

Conforme avancemos se comprenderá que la poesía visual surgió como un acto de conciencia que con una sensibilidad artística integra como sustancia poética materiales ajenos a la literatura propiamente, así, utiliza a la tipografía para convertir a los mensajes verbales en *prosodemas visuales*, es decir que con tan sólo un proceso de sobresignificación textual se puede plasmar la misma intencionalidad verbal con la que fuera dicho un discurso, pero de una manera evidentemente visible.

Durante la modernidad, época de triunfo de la razón y de la ciencia, donde el discurso dominante pretendía sobre todo la transmisión objetiva de infor-

87 *Ibid.*, p. 81.

mación, la literatura se resistió durante esta etapa a perder su función principal, esto es, la transmisión de sentimientos, y provocar con ello el suscitamiento de emociones en el receptor.

Leyendo un poco a través de la historia del diseño gráfico alrededor de finales del siglo XIX, los textos sólo estaban diseñados para transmitir datos, como soportes de la razón, pero como lo hemos cuestionado: ¿cómo transmitir los sentimientos y la intención del emisor? Rasgos que la comunicación oral posee y que han sido experimentados desde que los oradores retóricos, en la antigua Grecia realizaban sus discursos cara a cara con la audiencia.

Así, la poesía visual surgió a partir de los poetas quienes anticiparon lo que reivindicaría más tarde al diseño postmoderno como un movimiento que se opone a la modernidad más fría y radical: “no más reglas” para transmitir datos. Ellos intentaban transmitir también sentimientos, emociones, identidad y subjetividad. La palabra impresa fue una herramienta fundamental, como vehículo de difusión y expresión de los poetas, la cual sirvió también para replantear la “armonía de una composición”, surgiendo así el empleo de varios tipos en un mismo diseño, la composición en líneas verticales, inclinadas, el crecimiento de letras hasta simular nuevas formas y todos aquellos elementos constitutivos que actualmente persisten en el diseño editorial.

Realicemos una pequeña reseña de las principales corrientes artísticas que se introdujeron a través de poetas, pero a la cual se fueron sumando artistas plásticos, innovando en sus respectivas épocas las expresiones tipográficas de su marco social. Tales manifestaciones visuales, han marcado la historia del uso tipográfico, siendo su estudio retórico una aportación muy significativa en la construcción de la profesión del comunicador visual; la intención es que teniendo como base el pasado se obtenga una adecuada comprensión del presente para una proyección del futuro.

II.4.2. Evolución histórica

Para comenzar concentrémonos en decir que esta selección de autores es apenas una fracción minúscula de los oradores visuales que han surgido a través del tiempo. Es inevitable que al hacer la selección se excluyan e incluyan algunos; lo ideal es basar la elección, no en nuestras preferencias estéticas sino en las que representen con mayor claridad las ideas, los conceptos y deter-

minadas formas de resolver la expresión. El tema es extenso, por lo que nos centraremos en citar a aquellos personajes que dieron inicio y han continuado un activismo tipográfico proyectando y desarrollando *prosodemas visuales*. Los autores seleccionados se han escogido a partir del nexa que tienen con la función discursiva de la tipografía a través de la retórica, aunque cabe señalar que lo han hecho de manera inconsciente, sin saber que el uso de la retórica es la herramienta más persuasiva con la que hoy contamos. Lo que si podemos decir es que su intención existió desde la primera creación, pretendieron anticipar el efecto emocional del lector.

Comencemos por decir que la poesía visual tiene un conjunto de antecedentes claros que se inician con el caligrama, de Simias de Rodas (Figura 1) en la antigua Grecia hasta Apollinaire. Aunque su principal desarrollo se debió a las aportaciones de los *ismos* (primeras vanguardias tanto literarias como plásticas).

El escritor británico, Lewis Carroll (1832-1898) realizó un excelso experimento gráfico de tipografía figurativa en su poema con forma de cola de ratón, contenido en *Alicia en el país de las maravillas* (1865, Figura 2), usó letras de cuerpo cada vez más pequeño y con una forma gráfica para dar una impresión de una cola de ratón, como el cuento lo requería, éste ha sido aclamado tanto por diseñadores como por literatos hasta nuestros días.

A la par que él, existió otro notable precedente para la poesía visual. El francés Stéphane Mallarmé (1842-1898), poeta del simbolismo, quien inventa el espacialismo en literatura al tratar de representar en la grafía poética los recursos persuasivos de la poesía declamada. En 1897 publica el poema “Un coup de dés” (Una tirada de dados, Figura 3), en el cual utilizará dobles páginas y una disposición espacial de las palabras, a través de rodear el poema de márgenes en blanco, vacíos que dispersó por su obra, como parte de su significado.

Sin embargo, como hemos dicho será Apollinaire quien pase a la historia como padre de la moderna poesía visual.

Apollinaire

Guillaume Apollinaire (1880-1918), poeta francés, crítico y amigo los cubistas, sobre todo de Picasso. Apollinaire recupera el caligrama como previamente lo hiciera Lewis Carroll y logra una extraordinaria aportación al diseño gráfico,

a través de la publicación del libro titulado *Calligrammes* (1918), poemas en los que las letras están dispuestas para formar un diseño visual, una figura o un pictograma. En estos poemas exploraba la posible fusión de la poesía con la pintura al hacer de la página impresa una historia visual además de textual. Estableció una fructífera conexión entre los nuevos planteamientos del arte y la potencia visual de la escritura. Así, en sus caligramas o poemas gráficos (Figura 4), Apollinaire empleó la tipografía y la composición de la página como elemento expresivo de la obra.

Sin embargo, aunque ninguno de los casos anteriores ejerciera un impacto directo sobre la corriente general de las comunicaciones, sino que más bien se trataba de creaciones artísticas, si fueron el anuncio de otros conceptos más desarrollados en la revolución del diseño gráfico y la tipografía de la década siguiente. Los cuáles consistieron en hacer una crítica a la forma tipográfica convencional, donde las palabras se disponían siguiendo fórmulas rutinarias o, simplemente, con la intención de agradar a la vista del lector, por lo que personajes posteriores idearon nuevas soluciones que servirían a las crecientes necesidades de la comunicación visual, donde lo más importante era y sigue siendo, provocar y capturar la atención del receptor.

Mientras estas ideas revolucionarias se iban infiltrando el mundo de la tipografía era testigo de un esfuerzo conceptual con vistas a mejorar la calidad tipográfica, reavivando letras o formas clásicas. El futurismo fue una rampa de despegue para la poesía visual. De esta corriente su mayor representante será Marinetti.

Marinetti

Filippo Tommaso Marinetti (1876-1944), italiano fundador del movimiento futurista. Su deseo era escandalizar y cuestionar el dogma en la comunicación visual de aquellos tiempos; los escritos y la obra de Marinetti invocaban al lema “después del verso libre, he aquí finalmente las palabras en libertad”,⁸⁸ esto como forma de expresión, rompiendo las reglas del lenguaje ortodoxo (tanto las orales como visuales). Marinetti tuvo una nueva percepción acerca de cómo representar al lenguaje que le permitiera nuevas dimensiones semánticas y visuales, en su *Manifiesto técnico de la literatura futurista* (1912), hizo hincapié en su llamado a destruir la sintaxis, a descartar la puntuación, adverbios y conjunciones, a desor-

88 Lewis Blackwell, *Tipografía del siglo XX remix*, Barcelona, 1998, Ed. Gustavo Gili, p. 44.

denar y a estar en contra de lo que se conoce como la armonía de una composición. Par desarrollar una nueva manera en donde la experimentación tipográfica se entenderá como un ejercicio para conectar al lenguaje, al texto y las imágenes. En su libro *Zang Tumb Tumb* (1914, Figuras 5, 6, 7, 8), estas ideas adoptan una expresión teatral a través de una forma tipográfica nueva y diferente, utilizando los poemas como verdaderas historias tipográficas a modo de ejercicios visuales/verbales, y haciendo con el tipo lo que los artistas futuristas intentaban hacer con la pintura, el *collage* y la escultura, proyectar el movimiento.

El ruido y la velocidad fueron dos características predominantes del siglo XX, así que los futuristas las expresaban en su poesía. Por lo que su representación visual tenía que ser la de una explosión de discurso que no se detuviera a conectar gramaticalmente las oraciones ni las palabras, sino la idea era arrojar tipografía a sus oyentes, intentando transmitir el sentir de esa época. Marinetti exhortaba a los poetas a abrir nuevos mundos de expresión. Despojarse de lineamientos como la estructura horizontal y vertical vigorosa de la tradición y animar sus páginas con una composición dinámica y no lineal.

El futurismo llegó a ser una influencia importante en otros movimientos artísticos y sus técnicas violentas y revolucionarias fueron adoptadas en el dadaísmo, el constructivismo y los De Stijl. Cabe señalar que en ocasiones, algunos representantes de estos *ismos* tuvieron una relación de amistad permitiendo algunas veces que una tendencia plástica influyera en otra, así, algunos artistas compartieron en ocasiones ideales, escenarios o, secuencia en el tiempo, llegando a colaborar en los mismos proyectos.

El Lissitzky

Lazar Markovich, su pseudónimo “El Lissitzky” (1890-1941), pintor, arquitecto, diseñador gráfico y fotógrafo ruso. Fue un eslabón clave en el desarrollo tipográfico y del constructivismo, su obra y pensamiento tendrían gran influencia en los años veinte, fue un visionario infatigable que ejerció una influencia profunda en el curso del diseño gráfico. Estudió arquitectura en la facultad de ingeniería y arquitectura de Darmstadt (Alemania). Las propiedades matemáticas y estructurales de la arquitectura fueron la base de su arte. En 1921, El Lissitzky viajó a Berlín y los Países Bajos, donde tomó contacto con el De Stijl, la Bauhaus, los dadaístas y otros constructivistas. Introdujo una enorme

cantidad de obras durante la década de 1920, influyendo sobre otros artistas como Moholy-Nagy y Theo Van Doesburg, con quienes se reunía regularmente a comienzos de la década. Su obra oscila desde los herméticos elementos contenidos en las páginas de *Los ismos del arte: 1914-1924* (1925, Figura 9), hasta las geniales composiciones tipográficas contenidas en sus diseños para poemas de Vladimir Maiakovsky (*A plena voz*, 1923, Figura 10 y 11), donde cada página es un poema. Lo interesante de este trabajo es que Lissitzky dejó clara su concepción acerca de la tipografía como un sistema de elementos capaces de traducir visualmente el significado de un texto. También destaca en esta obra el aprovechamiento máximo del potencial visual de la página y de su secuencia.

En estas épocas las ideas vanguardistas que los poetas proyectaban fue un campo abierto e inspirador también para el diseño gráfico y el mundo de las bellas artes, convirtiéndose en un área que alcanzaba una máxima fluidez y afinidad con innovadores planteamientos relativos al color, a la conceptualización lingüística/visual, a la forma y al espacio aplicables a la expresividad tipográfica. El oleaje de autores interesados en este nuevo potencial fue en aumento, aunándose ya no sólo poetas sino también comunicadores visuales y artistas plásticos.

Kurt Schwitters

Pintor alemán (1887-1948), encontró eco en una nueva corriente, el dadaísmo, quien asimismo proveyó una importante aportación a la poesía visual desde sus orígenes suizos en el Cabaret de Voltaire, con Hugo Ball, Tristán Tzara, sin embargo cuando trató de incorporarse al dadaísmo, le negaron la entrada al considerarlo demasiado burgués “un artista que engancha sus cuadros con clavos”.⁸⁹ Por lo que Kurt Schwitters crea una rama apolítica del dadaísmo, llamada Dadá Hannover. A partir de 1919 realiza montajes a los que dio el nombre de Merz, cuadros formados por *collages*, hechos con objetos impresos, basura y materiales encontrados que se componían de color sobre color, forma sobre forma y textura sobre textura. Éstos evolucionaron para transformarse en la revista con el mismo nombre que se publicó entre 1923 y 1932 contando con la colaboración de muchas figuras de aquellos movimientos, quienes contribuyeron a despojar al diseño tipográfico de sus preceptos tradicionales y potencializaron a las letras como formas visuales concretas, más que como

89 Philip Meggs, *Historia del diseño gráfico*, Barcelona, 2009, Ed. RM, p. 259.

meros símbolos fonéticos. Así, un número de *Merz* en 1924 fue editado en colaboración con El Lissitzky, y otro posterior fue dedicado a la tipografía. De hecho a principios de la década de 1920 el constructivismo se convirtió en una influencia añadida en la obra de Schwitters, cuando entró en contacto con El Lissitzky y Theo Van Doesburg quienes lo invitaron a Holanda con la intención de promocionar el dadaísmo.

Los diseños complejos de Schwitters combinaban elementos dadaístas de disparate, sorpresa y casualidad con fuertes propiedades de diseño. Escribió y creó una poesía que jugaba con el sinsentido, de hecho definía la poesía como la interacción de elementos: letras, sílabas, palabras y oraciones. Justo esto es lo que destaca más de su obra, las transgresiones en el dominio de la escritura, con combinaciones aleatorias e insólitas de tipografía, lo que se incorporará como procedimiento habitual desde entonces a la naciente poesía visual (Figuras 12 y 13).

Como vimos, en los años veinte, Kurt Schwitters estuvo próximo a El Lissitzky y Van Doesburg y la obra que realizó puede considerarse como una síntesis de las nuevas formas tipográficas e ilustrativas en el mundo poético y editorial.

Theo van Doesburg

Pintor, teórico, poeta y arquitecto holandés (1883-1931). Fundó la revista *De Stijl* en 1917. Tanto él como El Lissitzky fueron de los primeros en explorar una nueva plasticidad en la naturaleza de la impresión, esto con la intención de examinar y proyectar de mejor manera las revolucionarias ideas que precisaban ser comunicadas a través de la tipografía. En *De Stijl* Van Doesburg aplicó los principios del estilo geométrico abstracto y sus leyes universales del equilibrio y de la armonía para el arte, la arquitectura, la escultura y la tipografía. De hecho *De Stijl* se convirtió en un vehículo natural para expresar los principios del movimiento en el diseño gráfico. Van Doesburg desarrolló un nuevo formato horizontal que se utilizó hasta el último número publicado y desarrolló su teoría del elementarismo, en la cual sustentaba que la diagonal era un principio de composición más dinámico que la construcción horizontal. Desde 1917 hasta su muerte, en 1931, dirigió y publicó dicha revista, la que financiaba principalmente con sus propios recursos, los cuales eran limitados. Sin embargo, ésta sirvió para difundir su teoría y filosofía a un público más amplio.

En cuanto a sus propuestas de diseño tipográfico cabe señalar que prefería la estructura horizontal y vertical en las letras, evitaba en la medida de lo posible las líneas curvas en ellas, prefería las tipografías sans serif. Las tipografías que utilizaba se componían a menudo en bloques rectangulares apretados y el cuadrado se usaba como un módulo riguroso para su diseño. Otro rasgo en su trabajo es que el color en lugar de añadirse al final o usarse como decoración era un elemento estructural importante. Prefería el rojo como segundo color para imprimir, porque, aparte de su fuerza gráfica para competir con el negro, significaba la revolución (Figura 14).

Van Doesburg captó el potencial liberador del dadaísmo e invitó a Kurt Schwitters a Holanda para que hiciera campaña a su favor. Colaboraron en proyectos de diseño juntos, donde Van Doesburg exploró la tipografía y la poesía dadaístas (Figuras 12 y 13, ya antes señaladas).

Eugen Gomringer

Avanzando un poco a través de la historia consideremos a otro personaje, Eugen Gomringer poeta boliviano-suizo (nació en 1925), a quien se la ha denominado el padre de la poesía concreta. Éste es un género de la poesía donde lo visual y lo espacial tienen un grado de importancia comparable con la rima y el ritmo en la poesía lírica.

Los inicios históricos de la poesía concreta se hallan en los años 1950 cuando se acuñó el término “concreto” para esta escuela. El concretismo fue un impulso ideológico importante en el desarrollo de las artes en la mitad del siglo XX. La poesía concreta se ha vuelto un término inclusivo que, desde 1950 en adelante, parece aglomerar la poesía visual en general. El movimiento fue asumido con entusiasmo por escritores alrededor del mundo entero pero, en su definición más estricta, su fundación se debe exclusivamente a Eugen Gomringer en Europa y simultáneamente al Grupo Noigandres en Brasil por los hermanos Haroldo y Augusto de Campos. El término lo acuñó Augusto de Campos en la segunda edición de *Noigandres* en el título de uno de los artículos y el nombre se propagó rápidamente por los medios escritos.

Al mismo tiempo Gomringer se encontraba frustrado con los modos clásicos de escritura. Sin consciencia del movimiento que se estaba llevando a cabo con simultaneidad en Brasil, aunque conscientemente inspirado en el arte

concreto, Gomringer comenzó a escribir poemas que llamó “constelaciones” en 1952 para luego publicar un libro del mismo nombre en 1953.

Lo primero que hay que recordar cuando se lee un poema concreto es la relación estrecha entre forma y función. Esto es importante mencionarlo, pues como se ha dicho existe una separación natural del lenguaje entre el signo gráfico y el significado “profundo” del texto. Sin embargo el concretismo al tener conciencia de ello propone la unión de ambos polos lingüísticos, para potencializar tanto el contenido como el discurso visual. Así, se valieron de recursos gráfico-retóricos como: la alteración de la palabra a través de la repetición de sus formas geométricas o de la misma letra de una palabra, como vemos en las Figuras 15, 16 y 17, ellos usaron la cantidad mínima de palabras para escribir sus poemas esto con la intención de acrecentar la estructura emblemática e iconográfica, a través de la tipografía.

Robert Massin

Diseñador francés (nació en 1925). Durante la década de 1960, la comunidad literaria y la de diseño gráfico en todo el mundo quedaron atónitas y encantadas con la tipografía experimental del diseñador francés Robert Massin, que diseñó ediciones de poesía y obras de teatro para la editorial parisense *Editions Gallimard*. De joven, Massin fue aprendiz en escultura, grabado y fundición de tipos con su padre. Sin pretender adquirir una educación formal en diseño, aprendió diseño gráfico con el diseñador de las tipografías Pierre Faucheux. Por sus configuraciones dinámicas y su uso de las letras como formas visuales concretas, la obra de Massin presenta afinidades con la tipografía futurista y la dadaísta, pero logra un carácter único por la intensificación tanto del contenido literario narrativo como de la forma visual para lograr una unidad coherente que exprese lo que quiere decir el autor, lo podemos observar en la obra dramática *La cantratrice chauve* (La cantante calva, 1964). El libro es una obra importante de la tipografía expresiva, presentando el diálogo de una obra teatral a través de cientos de páginas de innovadoras composiciones gráficas. Massin no sólo mezcla tipografías sino también nuevos métodos de composición para presentar el diálogo. Figura 18 y 19. Pues crea a partir de la comunicación “no verbal” un “lenguaje visual”, esto a través de las palabras escritas, con lo que se demuestra una vez más cómo la tipografía puede representar ciertas intencionalidades por medio de su disposición y su caracterización prosódica visual.

Así, después de muchos años de investigación sobre las formas de las letras y su historia, Massin publica el libro *Letter and Image* en 1970, en el que explora las propiedades pictóricas y gráficas del diseño de alfabetos a lo largo de la historia.

Wolfgang Weingart

Diseñador gráfico y tipográfico nacido en Alemania (en 1941) cerca de la frontera con Suiza. Su trabajo se clasifica como tipografía suiza y normalmente se le reconoce como el “padre” de la *New Wave* o tipografía Suiza Punk, esto porque fue uno de los primeros críticos del estilo internacional suizo. Weingart comenzó su carrera tipográfica como aprendiz de la composición manual tipográfica en una modesta imprenta en Stuttgart, donde trabajó principalmente haciendo composición, es a partir de entonces su acercamiento al mundo tipográfico y de su “familiarización” con la tipografía suiza. Por lo que decidió continuar sus estudios en la Escuela de Diseño de Basilea en Suiza, la cuna de la tipografía suiza clásica, misma donde en 1968 comenzaría a dar clases. Sin embargo, comenzó a cuestionarse sobre el posicionamiento del estilo clásico internacional dominante en cuanto a la tipografía y a la retícula, mismo cuestionamiento que lo llevaría a animar a sus alumnos a buscar otra disposición tipográfica que no partiera de una aplicación sistemática de unos conceptos sino de la propia expresividad del tipo. En este entorno fue en el que Weingart introdujo sus experimentos tipográficos, basando su creación en una comprensión íntima entre la sintáctica y la semántica, funciones pragmáticas de la tipografía, por lo que decidió experimentar con las cualidades gráficas de la tipografía e investigar hasta qué punto se puede “empujar” a la tipografía a otras expresiones visuales mientras que ésta conserve su significado.

Al poco tiempo, lo que era una formulación radical que buscaba desmarcarse de la ortodoxia que representaba el estilo internacional, se convirtió a su vez en otro estilo que se dio a conocer internacionalmente, cuyos rasgos comunes consistían en las inversiones del tipo, bloques de texto escalonados, diferentes espaciados, subrayados, etcétera. Desde entonces ha estado enseñando en esta escuela y ha conseguido con su trabajo crear todo un impacto en el paisaje tipográfico contemporáneo (Figuras 20 y 21).

Admirado su trabajo por algunos, aunque despreciado por otros muchos que pensaban que ese trabajo no podría tener una verdadera aplicación comercial, su estilo saltó a EE.UU. de la mano de April Greiman o Dan Friedman, que comienzan a concebir la página como si fuera un espacio tridimensional en donde la tipografía, la fotografía y el resto de los elementos se mezclan aparentemente sin jerarquías y en un “complejo orden” hasta llegar a la deconstructiva página de David Carson.

David Carson

Exsurfista profesional, maestro de sociología y diseñador gráfico estadounidense, autodidacta (nació en 1952). En 1983, empezó a experimentar con el diseño gráfico, en el cual se encontró inmerso por sus grandes propiedades de experimentación. A finales de los ochenta, había desarrollado su característico estilo.

Carson fue director artístico y diseñador de *Transworld Skateboarding* (1983-1987), *Musician* (1988), *Beach culture* (1989-1991), *Surfer* (1991-1992) y *Ray Gun* (1992-1996), de hecho a partir de esta última publicación llegó a realizar un trabajo controvertido a principios de la década de 1990. Sin embargo esto sirvió de inspiración a jóvenes diseñadores, mientras que molestó a ortodoxos en el tema editorial, pues pensaban que estaba pasando el límite entre el orden y el caos, lo armónico y lo hostil. Esto porque sus trabajos los realiza con la justificación forzada al extremo, o al contrario, con las columnas de texto apretadas y sin margen; ha compuesto también columnas de texto del ancho de la página (y esto, al menos en una ocasión en una doble página), columnas de texto dispuestas en formas curvas o irregulares y con todo un mundo de jerarquización tipográfica dentro del mismo formato. Y aunque no pareciera cabe señalar que presta mucha atención a la escritura y al tema, porque sus diseños surgen del significado de las palabras o comentan el tema, cuando intenta armonizar la composición, sin que éstas dejen de ser legibles.

Aunque las publicaciones de Carson generalmente desafían los fundamentales criterios de legibilidad, colegas descubrieron que a través de sus composiciones los lectores eran más flexibles de lo que habían creído y notaron además de que los mensajes se leían en circunstancias muy por debajo de lo ideal no sólo se entendían y leían, sino que también lograba captar la atención de la audiencia. Se le reconoce como el “padre del grunge”.

En 1995 publicó su primer libro, *Intención*, el cual vendió más de 200 000 copias en cinco idiomas diferentes y pronto se convirtió en un *best-seller* alrededor del mundo. Realizó un segundo libro, *2nd Sight*, un año más tarde. Su tercer libro, *Fotografiks*, hizo que Carson recibiera el premio al Mejor uso de fotografía en Diseño Gráfico. Su cuarto libro fue *Trek*.

David opina que no hay que confundir la legibilidad con la comunicación, porque, mientras que muchos mensajes impresos tradicionales y muy legibles ofrecen poco atractivo visual para los lectores, es posible que otros diseños más expresionistas los atraigan y despierten su interés (Figuras 22, 23 y 24).

Alejandro Magallanes

Como parte de este proyecto es importante mencionar a un diseñador gráfico mexicano que ha trascendido por su gran labor, la cual ha servido de inspiración para muchos amantes de las nuevas tendencias diseñísticas en México.

Diseñador gráfico mexicano (nació en 1971), estudió su licenciatura en la Escuela Nacional de Artes Plásticas. Diseñador de profesión y dibujante por naturaleza. Trabaja para diversos ámbitos, principalmente relacionados con la música, la literatura y la cultura en general. En 1996 fundó, con Leonel Sagahón, el despacho La Máquina del Tiempo. Ha trabajado para diversas instituciones sociales y culturales, en el desarrollo de proyectos editoriales, imágenes institucionales, carteles, etcétera; en 1997 coordinó la exposición “No todos los carteles son bonitos”. Ha realizado alrededor de 700 carteles, de congresos, de música, de películas de cine; carteles de asuntos sociales, sobre los asesinatos de Juárez y algunas reflexiones sobre la vida cotidiana que llaman la atención por su agudeza y por su “humor negro”. Tiene un estilo propio, fácil de identificar, posee una personalidad que se fundamenta en la denuncia, el ingenio, el compromiso y el color, la tipografía, la metáfora tan directa que casi deja de ser metáfora: es más bien un reclamo, un ejercicio de lucidez, un torbellino de ingenio (Figuras 25 y 26). Su trabajo ha sido expuesto en Japón, República Checa, Argentina, Estados Unidos, China, Eslovenia, Rusia, Ucrania, Colombia, Venezuela, Polonia, Cuba y México. Sin embargo, su arte ha sido muy criticado ya que la estética en sus trabajos gráficos no es fácil definirla, a pesar de ello, ha merecido la medalla Josef Mroszczak en la XVI Bienal del Cartel en Varsovia, el tercer lugar en la bienal de carteles a favor de la ecología 4th Block en Ucrania

y el premio *Golden Bee* en la categoría de libro en la Bial del mismo nombre en Rusia. Forma parte de los colectivos Cartel de Medellín y Fuera de Registro, entre sus más recientes creaciones destaca su libro llamado *Libro* y la edición para los carteles Festival Vive Latino 2013 y Festival Ambulante. Él comenta: “Me he topado con gente desde la universidad, como algunos maestros, que me sugerían cambiarme de profesión. Hasta la fecha hay gente a la que le gusta mucho mi trabajo y hay quien lo detesta. Me parece muy bien, siempre y cuando el trabajo provoque algo en el espectador. Creo que a veces lo feo bien hecho es un buen recurso para provocar sentimientos, incluso estéticos”.⁹⁰

90 Aretha Romero, “Alejandro Magallanes” en *La ciudad de frente*, No. 84, 2013. Recuperado de <http://www.frente.com.mx/alejandromagallanes/>

Vinicius Marquet

Diseñador y comunicador gráfico (nació en 1982). Egresado de la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ahora FAD). Ha colaborado como diseñador en el Fondo de Cultura Económica y en el Instituto de Investigaciones Estéticas. A partir del año 2006, ha sido diseñador independiente trabajando para clientes como: Dramaqueen (Bal, USA), Macmillan Publisher, Anglopublishing, ONUDH México. También cuenta con experiencia docente en la Escuela Nacional de Artes Plásticas y en la Academia de San Carlos, UNAM. Ha impartido talleres de diseño en la Fábrica de Artes y Oficio Oriente, de la Secretaría de Cultura DF y en la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil (FILIJ), esto por mencionar algunos.

Desde que inició su carrera profesional ha destacado por su peculiar estilo, es un comunicador visual que tiene el dominio de su discurso a través de la experiencia gráfica, sus trabajos siempre están inundados de emociones, todas se contemplan dentro de un formato de papel, su interés por la fotografía le ha permitido lograr una mezcla de elementos para sus composiciones editoriales que junto con la tipografía hacen un discurso contundente, creando cierto placer visual al observar lo que dice y lo que sigue diciendo, sin faltar el ánimo e interés por desmembrar cada palabra, sus diseños han permitido que su estética sea igualmente comprendida por algunos e incomprendida por otros, lo que deja claro es su pasión por explotar la letra, además, como el mismo señala: por tomar fotos, dibujar y jugar (Figura 27).

II.4.3. Análisis de casos

Es importante para esta publicación presentar una antología gráfica que enriquecerá el tema en cuestión, en este breve recorrido observaremos cómo a través de la tipografía y la retórica se logra una fuente inagotable de discursos visuales que contribuyen por medio de la experimentación tipográfica a contenidos persuasivos. Recordemos que tener el conocimiento de las competencias retóricas nos permitirá ir más allá de elegir la tipografía sólo por su belleza, refinamiento o delicadeza; lograremos considerar también cómo enfatizar los discursos lingüísticos por medio de su composición en el espacio con la intención de anticipar el efecto emocional en el lector, de la misma manera que lo haría un orador ante su audiencia. Para ello nada mejor que ofrecer el resultado por medio de las composiciones tipográficas a través de la historia, las cuales han sabido proyectar sensaciones y sentimientos permitiendo diseños más emotivos y persuasivos.

Con los presentes diseños se pretende mostrar que los “oradores visuales” se han valido de las experiencias de los retóricos antiguos para experimentar el discurso lingüístico desde otra perspectiva y transformarlo así, en una poesía visual. Esto, como se ha dicho, no pretende exaltar que se ha descubierto el hilo negro de la retórica, al contrario lo que se celebra es que no hay nada nuevo bajo el sol que haya de ser inventado para la caracterización de los mensajes escritos, sino que, apoyados en el conocimiento de este arte, se realizan discursos tipográficos que pueden volverse potencialmente atractivos, gracias a la conversión de los prosodemas lingüísticos a prosodemas visuales a través de la representación tipográfica.

Bien, disfrutemos este deleite visual de la expresión de la escritura como forma de comunicación y concienticemos la importancia del uso retórico que a continuación nos seguirá.

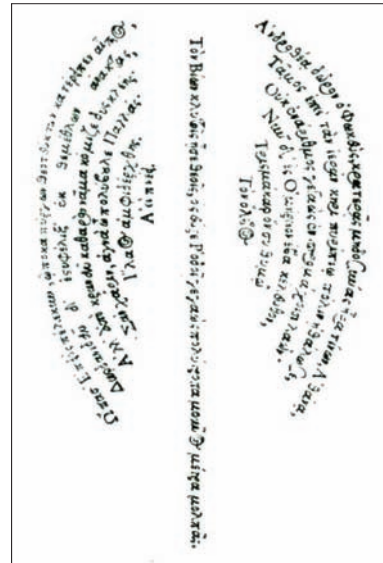


Figura 1. Autor: Simias de Rodas, caligrama en forma de *Doble hacha*, Siglo III a. C.

Este tipo de composición ha sido muy utilizada a lo largo de la historia de la comunicación visual, ya que como sabemos el caligrama representa un poema dibujado con las palabras, resultando imágenes mediante la grafía de la letra; se hace un dibujo con el texto y generalmente éste tiene relación con el contenido de los versos.

En este caso la composición es estática, ya que se muestra simétrica y apoyada sobre su propio eje, su estructura es predecible. La tipografía que la conforma está hecha a mano alzada por lo cual se observa sinuosa e irregular. Debemos suponer que su intención más que comunicar el texto es un juego visual de la letra para atrapar la atención del receptor. Es un discurso constante, posee ritmo a través de la disposición de las letras, la figura transmite ímpetu y fuerza, tal vez por la forma que representa, sin embargo la grafía de la letra da un dejo de sensibilidad y delicadeza. La figura retórica que podemos observar es la de símil o comparación (figura de sustitución), la observamos en el dibujo de doble hacha que las letras forman debido a su composición.

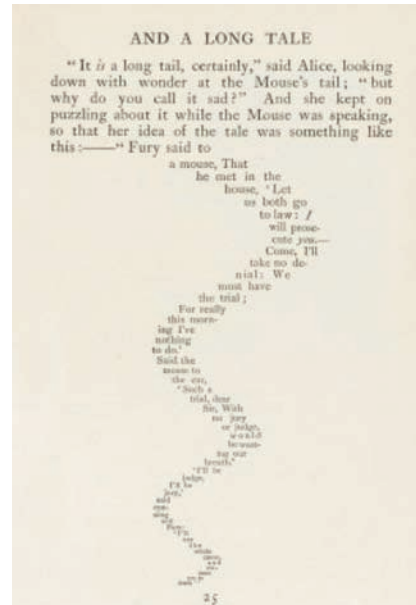


Figura 2. Autor: Lewis Carroll, poema con forma de cola de ratón, 1866.

Esta es una creación muy anticipada para su tiempo, es una imagen tipográfica figurativa que logra captar la admiración del público. La solución que Lewis Carroll da a su poema es una aportación valiosa al mundo tipográfico, pues sintetiza la idea para proyectarla de manera eficaz en una composición dinámica casi lúdica, en donde advierte la idea de lo que se está hablando, pues muestra las letras inmersas dentro de la forma de una cola de ratón. Esta solución destaca elementos como la jerarquización, el ritmo, el constante fluir de las palabras hacia una misma dirección con una cadencia excepcional. El énfasis lo da la forma, la tipografía que se utiliza es la romana y la figura retórica más significativa en este discurso visual es la sinécdoque (figura de sustitución), al representarse sólo la parte de un todo, en este caso la cola de un ratón (lo cual es suficiente para interpretar el resto del cuerpo sin la necesidad de observarlo completamente). Otra figura que se puede resaltar es la onomatopeya (figura de adición) al darle carácter de un ser vivo al poema, esto al contenerse el texto dentro de dicha forma del cuerpo.



Figura 3. Autor: Stéphane Mallarmé, páginas de su poema *Un Coup de Dés* (Una tirada de dados), 1897.

Ésta es una página doble que contiene un poema compuesto por una tipografía romana con distintas variantes: mayúsculas, minúsculas, redondas y cursivas. Las palabras están dispuestas dentro de la página en lugares inesperados, no siguen ningún patrón, ya que aunque las palabras están presentadas consecutivamente, no tienen una disposición simétrica, por lo que podemos decir que su composición es dinámica, posee movimiento. Su discurso visual se apoya en la jerarquización, lo vemos con el orden de aparición del texto. Al utilizar tipografía cursiva se muestra un diseño suave, sutil, con la intención del autor de expresar susurros, suavidad, pero también al acompañarlo con apariciones de tipografía en altas da la sensación de énfasis y acentuación como se insinuaría en un discurso oral.

Se puede destacar el símbolo (figura de sustitución), primero al representarse el énfasis en la voz al dejar ciertas palabras en mayúsculas, después se consigue indicando los silencios a través de grandes márgenes en blanco y vacíos dispersos por la página impresa para interpretar las pautas en su obra. Otro elemento que se puede destacar es que el grosor y la variante de la tipografía tienen que ver con la entonación, la cadencia y el ritmo en la lectura oral.

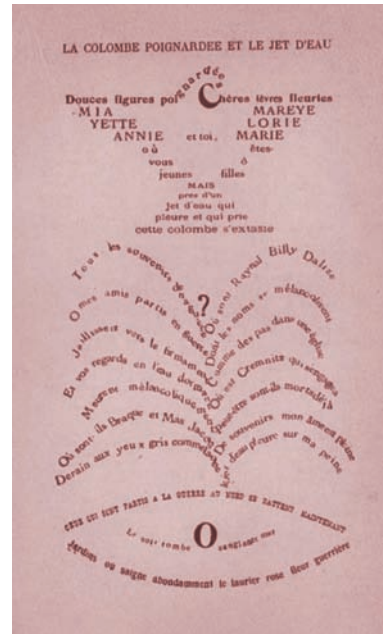


Figura 4. Autor: Guillaume Apollinaire, poema *Calligrammes* (Caligramas), 1918.

Este poema visual es punta de lanza para lo que sería todo un despliegue de creatividad tipográfica en posteriores generaciones. Es un claro ejemplo de lo que se produce cuando la retórica logra escenificar lo que en los pensamientos es evocado.

En esta composición dinámica y versátil, compuesta con tipografía romana, existe una especial insinuación hacia las formas gráficas por medio de la tipografía. Vemos a simple vista una paloma, una fuente y un ojo. Esto por sí mismo ya despierta la atención del público, no obstante es de admirarse que cada una de las formas nos proporciona un rostro distinto, pero están enlazadas dentro de un mismo formato. Podemos considerar que hay jerarquización en la forma, al colocar en primer lugar a la paloma, en seguida a la fuente y por último al ojo. También se puede hablar de un ritmo y dinamismo al presentar el texto. Existe simetría, mayormente evidenciada en la fuente.

La imagen es un guiño visual, no sabemos si el ave está a punto de reposar o apenas está emprendiendo el vuelo, pero algo que queda claro es que este trabajo va más allá del discurso oral, realmente se está representando el pensamiento por medio de la tipografía. Observamos que la figura retórica más significativa es de símil (operación de sustitución) al representarse formas reconocibles (antes mencionadas). Sin embargo también existen otras figuras como la hipérbole (operación de adición) ya que sería inverosímil suponer que el ojo es más grande que el tamaño de una paloma, definitivamente hay una exageración entre las proporciones de las imágenes simuladas. Otro ejemplo de hipérbole (figura de adición) lo vemos con la paloma en la parte de su pico tiene la letra C mucho más grande que el resto del cuerpo y lo mismo pasa con el ojo, para simular la “pupila” el autor se basó en esta figura retórica haciendo la letra O más grande para lograr su intención discursiva visual.



Figura 5. Autor: Marinetti, cubierta del libro *Zang Tumb Tumb*, 1914.

En esta cubierta Marinetti realiza una exploración sobre el lema de “la palabra en libertad”, y destaca la evidente revolución tipográfica en la que el lenguaje —*liberado* de las cadenas de la ortodoxia literaria y la composición tipográfica—, asume un mayor peso y una nueva gama de significados.

En su composición se puede observar el uso de la figura de repetición (figura de adición), ya que la misma palabra se dice varias veces, los datos que no se quieren resaltar se dicen sólo una vez. Su disposición en el espacio es cambiante al observarse textos inclinados, palabras en distintos grosores y tamaños, además de distintas tipografías, todas ellas sans serif. Produce la sensación de lo que se dice rápidamente, de manera fugaz. Existe una energía incontenida en el formato, su composición dinámica produce la idea de velocidad y fuerza, lo vemos a través de la perspectiva y del cambio de tamaños en la palabra *TUMB*, además de su dirección dentro del formato.

Hay jerarquización y nos conduce, como en un discurso verbal, del inicio al fin con intensidad y rapidez hasta escuchar un grito que se va convirtiendo en lejano, gracias a la gradación en el tamaño de la palabra (figura de adición) *tuuum*, que a su vez contiene la figura retórica de onomatopeya (figura de adición) ya que logra significar el sonido dándole una intención visual de énfasis. Esta repetición de la misma letra dentro de una sola palabra y su gradación simultánea dan la idea de que algo dicho intensamente va reduciendo poco a poco su intensidad, quedando sólo como un susurro lejano.

miento. Otra figura que se puede resaltar es la onomatopeya (figura de adición) al agregar sonidos que se producen cuando los engranes están en funcionamiento, por ejemplo: *vibbrrrrrrrrarre*. Así, hace un llamado a esos lugares comunes que en esa época estaban surgiendo dentro de la nueva era tecnológica.



Figura 7. Autor: Marinetti, Montagne + Vallate + Strade x Joffre (Montañas + Valles + Calles x Joffre), 1915.

En esta composición dinámica, las líneas de texto están dispuestas sobre el formato en distintas direcciones, lo cual transmite la idea de movimiento, además hay tipografías considerablemente más grandes que el resto, la figura retórica

que representa esta expresión visual es la hipérbole (figura de adición) su intención es ponderar el tamaño y la forma de la letra M, otra figura retórica que podemos ver es la de símil (figura de sustitución), pues gracias a la exageración en la letra M logra evocar formas de montañas y valles (como el título de la obra). Se utilizan tipografía romana y sans serif. También una figura retórica más a considerar es la anáfora (figura de adición), pues la M tiene una repetición intermitente durante todo el discurso tipográfico.

El mensaje es ágil pues posee movimientos rápidos e inesperados de letras, todas en distintas direcciones durante el discurso, se observa fuerza en el trabajo, al contrastar los grosores. Sin embargo existen elementos sutiles al introducir letras tan pequeñas que pareciera meramente textura visual, también introduce enlaces con letras redondas como la letra S, que más que una letra parecen líneas de enlace entre cada uno de los lados del formato.

Otra figura que sobresale es la anáfora (figura de adición), se muestra en la repetición intermitente de los arreglos tipográficos que aparecen de fondo, lo cuales semejan ser unas listas de números, aunque también aparecen con nombres.



Figura 9. Autor: El Lissitzky y Hans Arp, portada del libro *Die Kunstisten: 1914-1924* (Los ismos del arte: 1914-1924), 1925.

Esta portada muestra una solución eficaz para disponer de una manera clara y directa información que parece será compleja al decirse. El autor muestra una solución concreta para atraer la atención de su audiencia, se organiza la información como un todo coherente a través de una composición dinámica,

pues vemos cambios en los tamaños de las letras. Da un mensaje jerarquizado en donde la letra K tiene una gran presencia. En seguida se construyen prosodemas visuales tales como el ímpetu, a partir de los evidentes cambios del peso entre la tipografía utilizada, intimidación a través del peso y gran tamaño de la letra K, que parece estar a punto de salirse del formato, pero está en el tono de voz necesario para acoger la palabra Kunst. Hay modulaciones de voz que se advierten a partir de los cambios de tamaños de las letras dentro de la composición, se observa un gran contraste entre la K gigante (como un elefante) hasta llegar a esas pequeñas letras, casi saliéndose del formato del lado derecho (como hormiguitas), también el contraste está presente a través de los cambios de color entre tipografía y fondo (color rojo y negro).

Las figuras retóricas que podemos destacar son la de inversión (figura de intercambio), que se da cuando la K envuelve a la palabra *kunst* que se lee idéntica hacia arriba y hacia abajo; también a partir de este ejemplo podemos rescatar la figura asíndeton (figura de sustitución) porque la misma K se usa para iniciar la lectura de dos palabras idénticas. Otra figura que sobresale es la hipérbole (figura de adición) que resulta evidente al comparar el tamaño exagerado de la K con respecto al resto, hasta las iniciales ISM son muy grandes si las comparamos con las US, que acompañan la derecha del formato.

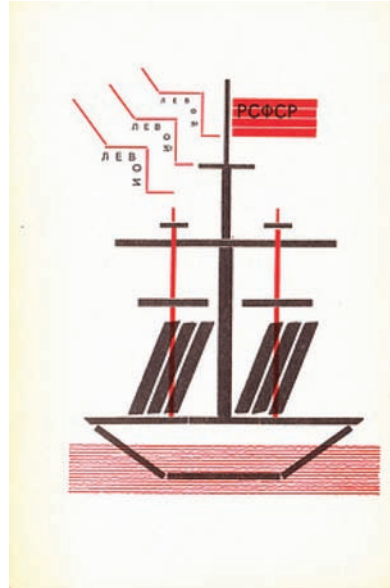


Figura 10. Autor: El Lissitzky, poemas *For the voice* (A plena voz) de Maiakovsky, 1923.

En este libro de poemas de Maiakovsky diseñado por El Lissitzky observamos códigos simbólicos que dispuestos de una forma lúdica y dinámica ayudan al lector a referir muchísimas cosas más que simple letras superpuestas, el uso retórico en este ejemplo es claro y contundente.

Su composición es geométrica y la tipografía utilizada es sans serif, tiene un buen contraste a partir de los colores utilizados (rojo y negro).

Dentro de la imagen tipográfica se entremezclan sensaciones como la simetría, indicada perfectamente en la imagen, ya que si pudiésemos partirla por la mitad sobre su eje vertical, veríamos que las dos mitades son iguales; la repetición, representada a través del uso constante de esas “l” minúsculas en distintos grosores y tamaños que forman básicamente todo el concepto (las cruces, el viento, la caja del barco, las velas, la bandera, el mástil, el mar); además de tener ritmo, pues tiene la misma constancia cuando se repite cada uno de los bloques tipográficos, hay un gran énfasis en la voz casi lúdica, es

un guiño para la vista; la energía y dinamismo representados, por ejemplo, mediante todas esas líneas rectas (eles) distribuidas irregularmente y en distintas direcciones para fines prácticos de la imagen. Definitivamente la comunicación a partir de este mensaje tipográfico contiene un componente ineludible que es la agitación y emoción.

En cuanto a las figuras retóricas representadas, notemos en primer lugar la metáfora (figura de sustitución) que se relaciona en este caso con el color, elementos como la bandera, el mar y el viento, son dispuestos en este tono, haciendo alarde de los disturbios y la sangre inocente que la revolución ha dejado y ha alcanzado al mar. La tipografía que aparece entre las ondas del viento tiene la cadencia entrecortada de un susurro que se va disminuyendo conforme se aleja, esta intención se representa a través de la figura de gradación (figura de adición), también observamos la anáfora (figura de adición), pues existe una repetición intermitente de las cruces (formadas por la misma letra pero dispuestas tanto en el eje horizontal como en el vertical). Por último habría que resaltar la figura símil (adición), la cual es evidenciada al establecerse una relación entre la imagen del barco y la solución que logra a través de una única letra.



Figura 11. Autor: El Lissitzky, poemas *For the voice* (A plena voz) de Maiakovsky, 1923.

El espíritu de este discurso visual es un nítido ejemplo de cómo se puede potencializar al máximo el sentido iconográfico de la tipografía. El Lissitzky garantizó con su trabajo una amplia influencia posterior para continuar un constante intento por exaltar las “bondades” formales y significativas de la letra.

En el discurso del lado derecho se aprecian las propiedades dinámicas de la composición, además de los juegos visuales en los que nos envuelve el orador tipográfico, hace parecer que esta narración lúdica es de lo más natural. Sin embargo observemos toda la carga discursiva de la historia, la constancia por ejemplo en los “soldados representados por la letra C, que van muy al ritmo de la marcha, pues se repite la misma unidad métrica dada por su disposición en el espacio (uno tras otro), las pausas y modulaciones presentes a través de los considerables blancos que rodean el discurso, la energía y dinamismo lo percibimos gracias a las tipografías distribuidas irregularmente, en distintas direcciones, con cambios en los grosores y tamaños, distintas tipografías sans serif para lograr los gestos y emotividad necesaria.

En cuanto al discurso del lado izquierdo, tiene ciertas coincidencias con la descripción anterior, de igual manera percibimos un claro movimiento de los actores, gracias a sus líneas inclinadas y horizontales. La letra K (invertida) parece subir una pendiente festejando con un “espanta suegras” o más bien una letra L, disminuida considerablemente en tamaño. El uso de la tipografía sin modulaciones, pero cambiante en tamaños y grosores crea un ambiente de alegría, pareciera que está a punto de comenzar la fiesta.

Se mencionarán de manera general algunas figuras retóricas identificadas dentro de estas dos páginas. La primera figura a resaltar definitivamente es la prosopopeya (figura de sustitución), la cual se evidencia al caracterizar las letras como personajes en un escenario impreso. La figura de inversión (figura de intercambio) la encontramos presente por ejemplo en el personaje de la Y, la K, por supuesto en la L doble, que va caminando por debajo de un puente; retruécano (figura de intercambio) al observar letras que no sólo se han invertido sino también se ha movido su eje hasta quedar en el plano horizontal y repetida de forma simétrica para formar por ejemplo los “pies y manos” de la Y, el 8, la K y la LL o montar las “cabezas” de la Y (con la letra E en minúscula), la del 8 (con la letra E mayúscula), etcétera. La metáfora (figura de sustitución) asocia términos que se refieren a aspectos de la realidad que habitualmente no se vincularían como un soldado “mayor” representado por una P que tripula al resto del ejército conformado por la letra C; la hipérbole (figura de adición) usada en constantes ocasiones para dar la intención humanizada de cada uno de los personajes.



Figura 12. Autor: Kurt Schwitters, Theo Van Doesburg y Kate Steinz, páginas de *Die Scheuche* (El espantapájaros), 1922.

Cito a Blackwell antes de comenzar este análisis: “Schwitters y Steinitz habían colaborado anteriormente en dos libros infantiles, cuando —según Steinitz— Van Doesburg sugirió que se podía crear un libro de cuentos ‘más radical’ utilizando elementos tipográficos nada más. Van Doesburg parece haber sido la figura dominante en el diseño de este libro, que ‘deconstruye’ el tipo para contar una historia; su inspiración hay que buscarla en El Lissitzky”.⁹¹ (véase *A plena voz*, Figuras 10 y 11).

⁹¹ Lewis Blackwell, *Tipografía del siglo XX remix*, Barcelona, 1998, Ed. Gustavo Gili, p. 78.

Este diseño está elaborado con tipografía sans serif. La composición es dinámica, pues no sigue ninguna retícula y sus componentes están colocados en lugares inesperados. Podemos resaltar el énfasis que el orador visual hace cuando habla del actor B al mostrarlo con mayor peso y protagonismo que al actor X; hay dinamismo a través de las líneas de texto que se forman de manera oblicua, pero cuando aparecen sobre su eje horizontal, como en el caso de la página izquierda están dispuestas en distintos tamaños por lo que también se lee dinamismo; existe una constante: la B persigue a la X, y la B está dicha en un tono más alto que la X. Además notemos que a pesar de los grandes blancos que se perciben en estos diseños, no dejan de ser llamativos al receptor. La tipografía que se utiliza es sans serif.

En este cuento moderno, la tipografía y la imagen se homologan de tal manera que literal y figurativamente podemos interpretar la historia. Una de las figuras retóricas que podemos resaltar es la acumulación (figura de adición)

“voz” (de pronto ruidos ensordecedores y en seguida una pausa para continuar con una frase dicha en tono bajo), el efecto de superposición de unas letras con otras y la combinación de diferentes fuentes y caligrafías aparentemente en forma desorganizada refuerzan que el mensaje no es un juego conceptual sino un discurso salpicado de intencionalidad en el escenario. El orador se mueve casi tan rápido que los movimientos a partir de los giros en las letras nos resultan inesperados.

Observamos también figuras retóricas como la acumulación (figura de adición), pues se aglomeran elementos distintos pero que sus formas guardan cierta correlatividad, por ejemplo tipografías que asemejan sólo “manchas negras”; la figura de anáfora (adición) que es clara al repetirse incesantemente, DADA, la inversión (figura de intercambio) la observamos también en la palabra DADA, la cual está girada en tres ocasiones y por último valdría la pena resaltar la hipérbole (figura de adición) pues la bisílaba DADA es tan grande que no cabe completa cinco veces dentro del formato, por lo cual parece desbordarse.



Figura 14. Autor: Theo Van Doesburg, *Dada matinée*, 1923.

Este gráfico es un ejemplo donde podemos mostrar la manera en que el orador visual ensarta a la audiencia para captar su atención e intentar persuadirla.

Primero nos envuelve tras esa línea irregular formada por letras que hacen un quiebre y bajan por el lado derecho del formato para atraparnos a escucharlas, además sirve para guiarnos a través de la secuencia del discurso. Hay una jerarquización en los elementos que conforman el mensaje, el contenido de los recuadros será lo que más sobresalga a la vista después de leer el título; notemos que ninguno se pelea entre sí. Además, tanto arriba como abajo del formato leemos líneas de texto con tipografía más pequeña, es claro que el énfasis el orador no lo quiere en esos textos, por eso hace modulaciones en su voz. La composición es dinámica, lo vemos a partir de la disposición irregular de sus letras en el título, se utilizan tipografías sans serif y romanas. Es claro el dramatismo efectuado para este mensaje, hay un ímpetu grandioso, el movimiento es tal que pareciera que las ideas se estuvieran produciendo en el momento.

Una de las figuras retóricas que más sobresale es la metáfora (figura de sustitución) pues hace parecer que las letras van avanzando al compás de un ritmo impetuoso, la mezcla de tipografías mayúsculas y minúsculas dentro de una misma palabra lo vuelve un poco lúdico, invita a la audiencia a querer entrar al escenario. Otra figura que habría que resaltar es la de repetición (figura de adición), ésta es evidenciada a través del título, se repite dos veces la palabra DADA con distintos arreglos visuales.

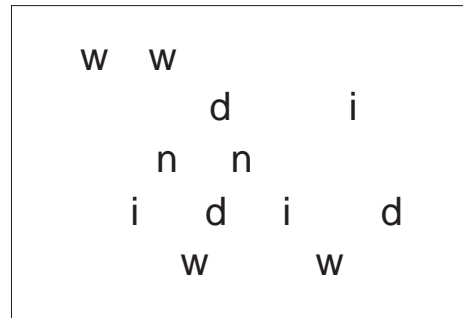


Figura 15. Autor: Eugen Gomringer, *Wind* (Viento), 1953.

Notemos en primera instancia que no estamos mirando un poema en el sentido tradicional. No es un discurso construido con varias palabras, oraciones o versos, sino una sola unidad (palabra). Esto es, el poema está constituido por una sola pronunciación, *wind*, pero posee una rica y muy particular disposición de letras en el espacio. Juntos (discurso lingüístico y discurso visual), denotan énfasis en el concepto, la palabra *wind* traducida al español refiere a “viento”, entonces vemos que el sentido de la palabra se manifiesta en el poema concreto como una ilustración de sí misma, el viento no sabemos de dónde viene ni a dónde va, el autor ha colocado los tipos de forma aleatoria, para representar una composición dinámica o irregular. La tipografía empleada es sans serif y uno de los prosodemas visuales que podemos encontrar es el ritmo, al atender la intención del orador en interpretar los caminos aleatorios que sigue el viento. Por otro lado tenemos la repetición que vemos en la insistencia de cada letra resaltada en distintos momentos. Hay delicadeza en el verso pues el tamaño de la letra es constante sin ningún cambio brusco, además de los susurros como del viento cuando el autor escoge una tipografía de trazos neutros y ligeros con un tamaño constante en el discurso.

Las figuras retóricas a resaltar en este poema pueden ser por ejemplo, la alusión (figura de sustitución), ya que por la disposición de las letras que forman la palabra *wind* se relaciona con la representación visual que se daría al viento. La acumulación (figura de adición) al usar las mismas letras en los mismos tamaños y formas tipográficas, potencializando más el significado. El pleonasma (figura de adición) porque redundante en cuanto a significado y forma

(*wind* no tiene principio ni fin, su gráfico de la misma manera). Retruécano (figura de intercambio) se observa cuando al ver detenidamente las letras en el poema en realidad no está formada la palabra *wind*, sin embargo por la dicción de repetición (visual) es que reconocemos la palabra, pues de otra manera sería imposible leerlo.

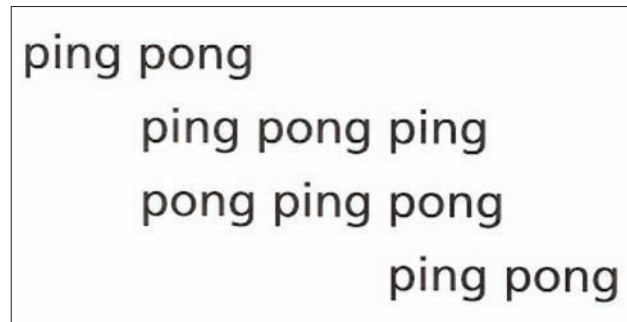


Figura 16. Autor: Eugen Gomringer, *Ping pong*, 1953, poesía concreta.

Esta imagen con su cadencia pareciera decirlo todo. Cabe señalar que una de las características de la poesía concreta y que será una constante dentro de su propuesta es que la relevancia de sus creaciones no recaerá en las formas gráficas de la letra sino en la estructura del discurso visual. Su composición es dinámica tiene una sensación de movimiento, al formar a través de la disposición tipográfica una escalera a través de las palabras *ping pong* donde pareciera que descenderá en algún momento la pelota de dicho juego. La tipografía que se usó para este poema visual es sans serif.

El discurso transmite constancia, repetición, ritmo (que parece obedecer a una pelota que no se ve), el ritmo es enfático gracias a los bloques tipográficos, esos bloques que se forman cuando *ping pong* crece y sin darnos cuenta ya no es de dos palabras sino de tres, lo observamos en la segunda y tercera línea (*ping pong ping – pong ping pong*) y su continuidad con la línea de abajo para culminar con la misma que empezó, *ping pong*, a este juego visual de palabras

la representa la figura retórica de repetición (adición) con cierto estilo rítmico y melódico para la vista; otra figura que encontramos es la de símil (figura de sustitución) pues al alinearse las palabras en forma de escalinata es la forma que asemeja. Por otro lado podemos hablar también de la figura retórica de onomatopeya (figura de adición) que se produce en el sonido que hace una pelota cuando cae por las escaleras *ping pong ping—pong ping pong*.

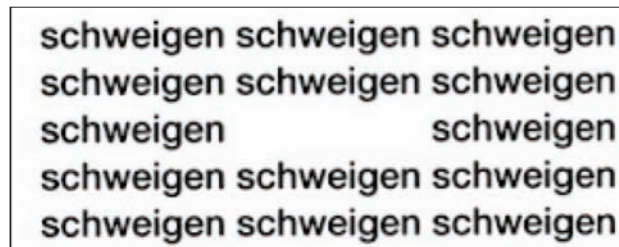


Figura 17. Autor: Eugen Gomringer, *Schweigen* (Silencio), 1954.

En este trabajo de Gomringer se realiza a simple vista la misma palabra creando con ella imágenes y figuras retóricas que le dan un nuevo significado a esta poesía visual. Comencemos por decir que la composición es estática, ya que sigue un mismo patrón en el orden dado. La tipografía utilizada es sans serif.

Este poema concreto muestra una reflexión discursiva que involucra tanto la forma como la organización del pensamiento, es un conjunto de interpretaciones que confluyen en este arreglo tipográfico. Algunos de los prosodemas visuales que podemos resaltar son la modulación en la voz, la repetición en el discurso, la sorpresa que se da al interrumpir la constancia y el ritmo que se ve arriesgado por las características formales en la disposición de las palabras.

Para la descripción de las figuras retóricas contenidas en este discurso, valdría la pena adelantar que por lo menos se han encontrado cinco. En seguida veremos cada una de ellas.

En primer lugar encontramos la alusión (figura de sustitución), que se da cuando traducimos la palabra *schweigen* que significa “silencio” y así interpretamos que se sugiere este silencio a través de dejar un espacio en blanco de entre “el bullicio tipográfico” para evocar al significado referido.

La figura de pleonasma (figura de adición), la observamos como resultado de la redundancia al transmitir el significado no sólo literal sino también visual.

La repetición (figura de adición) surge de la reiteración de palabras idénticas y de igual significado (*schweigen* dicha quince veces menos una).

Reticencia (figura de supresión), que gracias al apoyo de la repetición es que esta se ha podido lograr, ya que se realiza al omitir una expresión, lo que produce una ruptura en el discurso, pero que no pierde su sentido.

Y por último el silencio (figura de supresión), que está representada visualmente al omitir la palabra, pero que no afecta su plano lógico de interpretación.



Figura 18. Autor: Robert Massin, *La cantatrice chauve* (La cantante calva), 1964.



Figura 19. Autor: Robert Massin, *La cantatrice chauve* (La cantante calva), 1964.

Esta célebre obra de Robert Massin nos permite ver una respuesta lúdica y atractiva que logra a través de la interpretación tipográfica que da a cada per-

sonaje. Con una mezcla de tipografías tanto sans serif como romana consigue dar carácter a los individuos ahí representados, pues a cada uno le corresponde una tipografía distinta.

Muestra una marcada vitalidad visual, es una composición dinámica y lúdica que no sigue ningún patrón u orden específico, hace evidentes movimientos oblicuos con el discurso y mantiene esa sensación de dinamismo durante toda la obra, todos los prosodemas visuales suscitados a partir de los diálogos se exaltan por medio de la voz representada a través de la tipografía, por ejemplo el énfasis o acentuación lo observamos a través de los cambios en el tamaño de las letras, cuando se quiere interpretar un grito u otro tipo de modulación en la voz hay cambios en los grosores de las mismas o cambia la tipografía utilizada, cuando quiere simular que se está hablando a la vez, recurre a superposición en los diálogos, otra cualidad son los considerables espacios en blanco entre los textos con lo que se pretende dar su espacio y lugar a cada personaje. Definitivamente la obra está cargada de fuerza discursiva, cada vez que se quiere enfatizar un diálogo surge otra voz más grande que interrumpe al anterior y así toda la página está plagada de ímpetu, velocidad y gestos dando una especie de “jerarquización simultánea”. Massin dominó las manipulaciones tipográficas como posibilidades inherentes a la gráfica.

En cuanto a figuras retóricas consideremos a la alusión (figura de sustitución) al representar los grandes tonos de voz casi audibles a través de evocarlos por medio de los grandes tamaños de letras en ciertos diálogos.

La acumulación (figura de adición) está en la aglomeración elementos tipográficos. El autor visual lo representa que se está hablando al mismo tiempo a través de la ubicación de las mismas frases casi sobre el mismo lugar de aparición.

El asíndeton (figura de sustitución) se interpreta cuando se yuxtaponen las mismas palabras u oraciones omitiendo entre ellas los nexos, así por ejemplo en la Figura 19, observamos la expresión *oh!*, que yuxtapuesta entendemos fue dicha por diferentes personajes a la vez, además que eleva el énfasis utilizando diferentes representaciones en los tamaños y formas de letras.

La hipérbole (figura de adición) destaca a través de ciertos arreglos tipográficos cuyo tamaño es exagerado en proporción al resto del texto, con la intención de dar énfasis a ciertas expresiones.

La insistencia (figura de adición) está representada a través de la expresión *oh!*, en primer lugar porque hace reiterativa la forma tipográfica, que al estar encimada una con otra crea un efecto visual como si de momento la expresión estuviera formada por dos *o* y/o dos *h* y dos singos de admiración, lo cual sonaría aún más insistente *oohh!!*

La onomatopeya (figura de adición) que resulta de la homología fónica que refiere el significado de *oh!* (admiración).



Figura 20. Autor: Wolfgang Weingart, *Grotesk Typography*, 1978.

Este diseño hecho en honor de la tipografía Akzidenz Grotesk posee un discurso lleno de emociones y una gran pasión en su desarrollo visual. Es una composición dinámica compuesta por una tipografía sans serif. Algunos rasgos pro-sódicos que podemos destacar son su ritmo logrado a través de la inclinación

constante en cada letra, que va avanzando hasta parecer que se desbordará del formato. Tiene gran estruendo en la voz producido por medio de los cambios de tamaño en las letras, además que la morfología de las mismas tiene grosores anchos y sin modulaciones drásticas, lo que a su vez da fuerza e intimidación al relato, sobre todo cuando nos topamos con una fuerte y exorbitante K, quien sostiene el desenfreno con el que la anteceden sus compañeras, la energía y lo imperativo en este relato lo observamos por las líneas de texto distribuidas irregularmente, con cambios de grosores y contrastes muy marcados en el color, su arreglo tipográfico es escalonado, con un interletrado muy justo. Existe jerarquización sobre lo que se dice en una especie de introducción, ese bloque de texto dicho de manera dinámica en un eje oblicuo que anuncia el “nombre” del actor para en seguida rematar lo dicho y mencionar a plena voz GROTESK, casi a punto de salir del formato.

Las figuras retóricas que podemos resaltar son la gradación descendente (figura de adición), pues los tipos al cambiar su ángulo conforme se va formando la palabra pareciera dar la idea de que la palabra está a punto de caerse hasta salir del plano.

La figura de elipsis (supresión) la observamos cuando se omite la parte baja de las letras, como si le hubiesen pegado una cinta blanca que cubriera esa parte de las letras, sin embargo no pierde legibilidad.

Eufemismo (figura de sustitución) considerando que el significado de *GROTESK* (se relaciona con extravagante) el orador visual lo resuelve dando cierta discreción a la palabra, tratando de ocultarla un poco y disfrazando la letra K a través de dos fases de color en su forma, pero evidenciándola al final con su gran tamaño, de lo cual podemos rescatar la figura de hipérbole (figura de adición).



Figura 21. Autor: Wolfgang Weingart, portada del libro *My Way to Typography*, 1978.

En esta portada se puede distinguir una gran conceptualización de lo que la tipografía puede hacer sabiéndose manejar. La composición lejos de ser estática adquiere un interesante dinamismo al no tener ninguna estructura definida y hacer uso de la diagonal. La tipografía que se usa es sans serif y algunos de los prosodemas visuales que podemos resaltar son los silencios a través de suprimir ciertas partes de las letras, provocando, por ejemplo al final de *GRAPHY* una voz que al alejarse se va perdiendo como un ligero susurro, las pausas dadas a través de esos silencios provocan que la tipografía se lea entre cortada, al mismo tiempo esto evoca modulaciones en la voz.

En cuanto a figuras retóricas podemos destacar el uso de la elipsis (figura de supresión) la cual está indicada a partir de omitir partes considerables de la morfología de las letras, sin que se deje de leer e interpretar lo que se dice.

Otra figura a destacar es la gradación (figura de adición), la cual vemos a través de la progresión descendente que resulta de “cortar” de manera diagonal las palabras, sin embargo esta gradación no corta el sentido del mensaje, sólo provoca cierto silencio (figura de supresión) que se produce al omitir una parte de la morfología de la palabra.

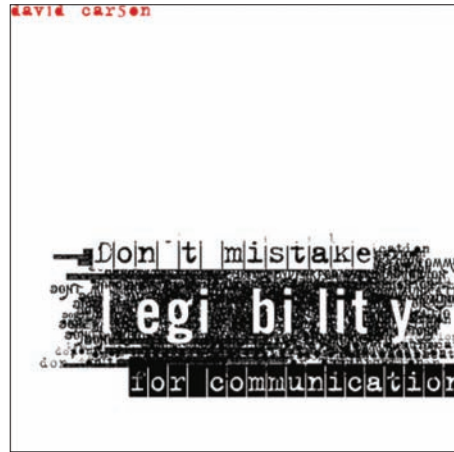


Figura 22. Autor: David Carson, *Don't mistake legibility for communication*, 2003.

Este trabajo posee una composición dinámica al no tener una retícula definida, sin embargo se percibe una estructura de jerarquización en el mensaje, por medio de la aparición del texto y los cambios de color. Utiliza una mezcla de tipografías tanto romanas como sans serif, los cimientos que soportan a este diseño están basados en líneas de comunicación como el desorden controlado; juega con los espacios en blanco para resaltar el énfasis justo donde lo necesita, primero con silencios que los representa a través de esos grandes espacios sin texto y luego por medio de los contrastes de color. La carga emotiva en esta composición la vemos a través de su expresión con las modulaciones en la voz, la velocidad con que parece haber tecleado las letras, formando cierto “caos visual”, sin embargo a pesar de tal dinamismo y movimiento representado se rescata la idea del mensaje.

En cuanto a las figuras retóricas, podemos empezar por hablar de la alusión (figura de sustitución) la cual se sugiere al disponer de una tipografía que apela a las formas que caracterizaban las letras de las antiguas máquinas de escribir, de hecho las presenta contenidas en rectángulos como las de dichas máquinas.

Acumulación (figura de adición) vista a través de la cantidad exagerada de letras que hay debajo de la palabra *legibility*, hay tantas letras que llegan a

formar una textura, casi una mancha negra que sirve de apoyo para calar en blanco la palabra que sí se logra leer.

La anáfora (figura de adición) la vemos a partir de la repetición de la misma solución tipográfica al simular teclas de máquina de escribir para *Don't mistake* y *for communication*, sin embargo las dos están solucionadas gráficamente a través de la inversión (figura de intercambio) pues en la primera se lee en fondo blanco con tipo en negro y para la segunda ese contraste se invierte.

También se aprecia la reticencia (figura de supresión), pues al ser la oposición entre contenidos, la palabra *legibility* dice mucho, primero por resaltar en blanco donde se ve una grande acumulación de letras y en seguida porque se deja un espacio evidente entre cada letra de dicha palabra, sin embargo no se pierde el sentido de la lectura.

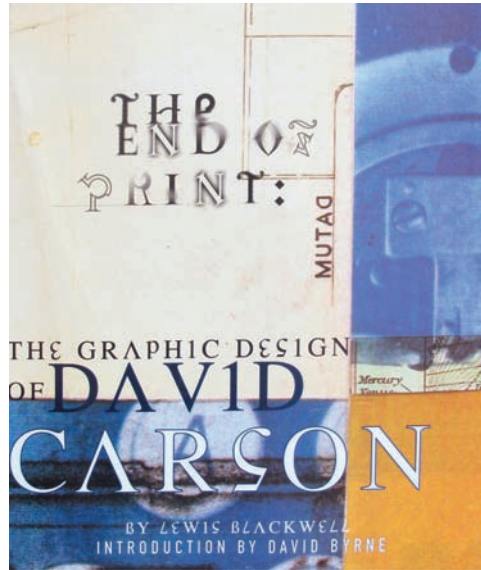


Figura 23. Autor: David Carson, portada del libro, *The End of Print*, 1996.

En el diseño de esta portada observamos una composición dinámica, elaborada a partir de tipografía romana y sans serif, con evidentes acentos visuales como lo son la jerarquización dada a través del orden de aparición de la información, también en los cambios de tamaño y color de la misma y aunque leemos primero *The End of Print* enseguida recibimos la palabra *DAVID CARSON*, que se presenta casi al final del formato. Existe una constancia al leer el texto, no hay cambios abruptos en el énfasis, sin quitarle por ello energía y vitalidad, el receptor queda prendado, gracias a los juegos de contraste dados por el tamaño y cambios de letras con los que el orador “juguetea” con la audiencia

En este acertado trabajo discursivo podemos resaltar la alusión (figura de sustitución), pues vemos que el título está formado por una tipografía que pareciera estar escrita con grafito, sugiriendo la idea de que se está borrando como si fuera *el fin de dicha impresión*.

La inversión (figura de intercambio) el autor la explota cuando encuentra que ciertas letras y números simulan algunas letras al invertirlas sobre su propio eje.

La alusión (figura de supresión) se logra al conceptualizar que la fisonomía de ciertos tipos tiene parecido con los números, así por ejemplo la letra S la sustituye el número 5 (además de estar invertido), la L se sustituye por el número 7, el número 1 por la letra I y la letra E por el número 3.

Otro figura destacable es la metonimia (figura de sustitución) que es una consecuencia de la relación de falsa homología, pues a partir de los similitudes en las formas, es que se pueden sustituir letras por números, por ejemplo la letra V por la letra A, esto gracias a nuestra referencia habitual a través de las formas de unas con otras.

Dentro de este diseño vemos la paradoja (figura de adición) porque aunque nos altera la lógica de la expresión a la vista sabemos que estamos percibiendo formas irreconciliables, sin embargo aún así podemos leer las palabras sin dificultad como el caso de THE GRAPHIC DESIGN.

Y por último el símil (figura de sustitución) que aparece al establecer una relación entre dos términos, la semejanza que el autor supo captar entre dichos elementos (número y letras).

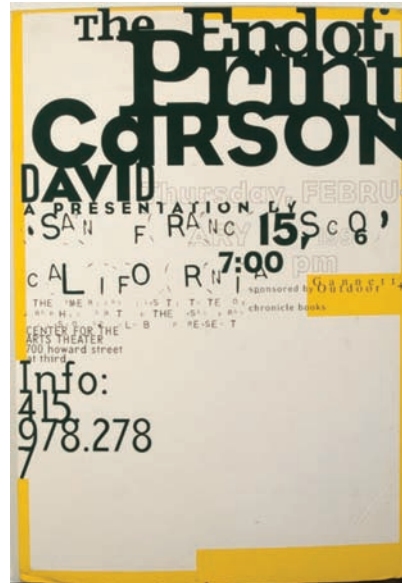


Figura 24. Autor: David Carson, cartel para la presentación del libro *The End of Print*, 1996.

El cartel que se muestra está realizado a partir de una composición dinámica, está compuesto a partir de tipografía sans serif y romana. Existe un espectáculo visual en este ejercicio gráfico en el que David Carson no necesita más que el alfabeto para comunicar la presentación de su libro *The end of Print*, esto a través de prosodemas visuales tales como la jerarquización, la fuerza que da al título del cartel, el ímpetu que muestran las letras al estar contenidas en un espacio tan apretado que ninguna pierda su esencia, produce una apariencia de seguridad en ellas, al tener el papel estelar. Existe ritmo y cadencia al ir desdoblado el recurso textual, después de anunciar el título con bombo y platillo el autor se permite hacer ciertas pausas a través de introducir letras más ligeras o formadas sólo por el contorno, además deja espacios en blanco para enseguida hacer hincapié en el día y la hora. Muestra la energía a través de simular salpicaduras de tinta por la velocidad con la que la tipografía llega al soporte. Después todo lo dice como en un susurro evidenciado por el con-

trastante cambio en los tamaños de las palabras casi al final de su discurso. Por si algún dato no quedó claro hace hincapié en decir donde se puede encontrar más información.

Algunas de las figuras retóricas a considerar son la acumulación (figura de adición) expuesta al principio del discurso cuando va “amontonando” cada una de las letras del texto para formar el mensaje primordial, después aparece la hipérbole (figura de adición) al observar en conjunto el gran énfasis dado a partir del tamaño exagerado en el título, el cual no permite márgenes, de hecho la letra f se sale un poco del mismo.

La elipsis (figura de supresión) resulta cuando se omite la secuencia en las letras al presentar *San Francisco California*, pues nuestra lógica de lectura exigiría un texto continuo, sin embargo para alcanzar mejor expresividad el orador lo resolvió de dicha manera, al final somos conscientes que esos espacios eran importantes para lograr mayor ímpetu, explosividad y libertad a la expresión visual del discurso.



Figura 25. Autor: Alejandro Magallanes, exposición *Siempre di nunca*, 2012.

El presente proyecto se retoma de la exposición que Alejandro Magallanes presentó en el museo Carrillo Gil, la cual se tituló *Siempre di nunca*. Se elaboró con letras de gran formato ocupando una pared completa en la exhibición. En ella se observa una composición estática, muestra equilibrio y linealidad. Los prosodemas visuales que podemos observar son la delicadeza y la elegancia dichas a través de la fisonomía de la tipografía elegida (una romana), el discurso es constante al conservar el mismo tamaño de letra, la suavidad en la forma al decir la palabra parece un susurro.

La figura retórica que más destaca quizás es la elipsis (supresión) la cual se produce al dejar el espacio en blanco cuando se omite la letra A, algo que la lógica de lectura exige, pero que no es necesaria para completar la palabra BLANCO.

Otro figura a destacar es la reticencia (figura de supresión) dada mediante la interrupción del discurso una vez iniciado el tema, que aunque produce una ruptura en el discurso no pierde su sentido, al contrario acrecienta la idea.

La última figura destacable es el silencio (figura de supresión) que está indicado de una manera agradable en donde el orador juega con la audiencia, haciendo una pausa al omitir una letra para intensificar el sentido visual.



Figura 26. Autor: Alejandro Magallanes, exposición *Siempre di nunca*, 2012.

Este discurso visual es una composición dinámica, no persigue una distribución definida, está construido con una tipografía romana. Presenta un cambio brusco de tamaño para acentuar una atrevida modulación en la voz del orador, la entonación es clara, produce un guiño a la audiencia, es un juego visual que despierta la atención de quien lo *escucha*.

Dentro de esta solución tipográfica destaca la figura de hipérbole (adición), lo observamos a través de la tilde que se muestra de forma exagerada con la intención de trascender lo verosímil y subrayar el acento tanto lingüístico como prosódico.

La alusión (figura de sustitución), se sugiere a través de la relación que existe entre nuestro conocimiento acerca de para qué sirve una tilde y cómo es que se representa éste gráficamente, el autor resolvió el discurso apelando a nuestro conocimiento gramatical “acentuando la función del acento”.

Otra figura a resaltar es la metonimia (figura de sustitución), pues se sustituye la función gramatical de la tilde por un gráfico que lo hace más evidente.



Figura 27. Autor: Vinicius Marquet, cartel *Gran show musical*, 2006.

Es evidente en este discurso visual que su composición es dinámica, su estructura es explosiva, cargada de sensaciones, existe un desdoblamiento interesante de fuentes utilizadas, el autor incluye tanto tipografías como letras a mano alzada. Su diseño está repleto de prosodemas visuales tales como el ímpetu, la fuerza, la velocidad, el énfasis, la libertad. Tiene un tono imperativo, es una fiesta estruendosa, una mancha tipográfica que coquetea con la audiencia para ser leída.

Una de las figuras más evidentes en este discurso es la gradación (figura de adición), la cual la observamos en una progresión descendente, siendo que la información comienza en un tono fuerte y contundente para irse disminuyendo en tamaño y modulación conforme se va terminando el discurso.

Otra figura es el símil (sustitución), que se establece cuando la forma en que se presenta el texto adquiere la forma de la imagen que lo sostiene. Se establece una relación entre los dos términos.

Interpretación de los datos obtenidos

Cabría mencionar primero que no es el objetivo de esta investigación valorar subjetivamente los trabajos anteriormente presentados ni juzgar cuáles son mejores; lo que se quiere comprobar con los datos obtenidos es la frecuencia de los resultados arrojados, recordemos que este estudio se basó en cinco valores principales para la búsqueda de la representación retórica y prosódica de la comunicación visual:

- Tipografía utilizada
- Composición en la página
- Tipo de representación: *prosodema visual*
- Figura retórica utilizada
- Naturaleza de la operación retórica

II.4.4. Análisis de resultados

Con los datos reflejados se elaboró una tabla de contingencia, la cual contempla toda la información obtenida de manera esquemática, misma que nos permitirá comparar los resultados de los 27 trabajos analizados. A partir de ésta se generarán gráficas estadísticas las mismas que ayudarán a tener una mejor comprensión y visualización de los resultados.

Tabla 3. Contingencia de datos

OBRAS	TIPOGRAFÍA UTILIZADA	COMPOSICIÓN EN LA PÁGINA	TIPO DE REPRESENTACIÓN, PROSODEMA VISUAL	FIGURA RETÓRICA	NATURALEZA DE OPERACIÓN DE LA FIGURA
1. <i>Doble hacha</i>	Mano alzada	Estática	Ritmo, ímpetu, fuerza, sensibilidad, delicadeza	Símil	Sustitución
2. <i>Cola de ratón</i>	Romana	Dinámica	Jerarquía, ritmo, constancia, énfasis	Sinécdote, onomatopeya	Sustitución, adición
3. <i>Una tirada de dados</i>	Romana	Dinámica	Jerarquía, susurros, silencios, ritmo, suavidad, énfasis, acentuación	Símbolo	Sustitución

OBRAS	TIPOGRAFÍA UTILIZADA	COMPOSICIÓN EN LA PÁGINA	TIPO DE REPRESENTACIÓN, PROSODEMA VISUAL	FIGURA RETÓRICA	NATURALEZA DE OPERACIÓN DE LA FIGURA
4. <i>Caligramas</i>	Romana	Jerarquía, ritmo, dinamismo, guiño	Ritmo, ímpetu, fuerza, sensibilidad, delicadeza	Símil, hipérbole	Sustitución, adición
5. <i>Zang Tumb Tumb</i> (Portada)	Sans serif	Dinámica	Jerarquía, velocidad, fuerza, repetición, velocidad	Repetición, gradación, onomatopeya	Adición, adición, adición
6. <i>Zang Tumb Tumb</i> (Interior)	Romana	Dinámica	Ímpetu, energía, fuerza, velocidad, ritmo	Alusión, onomatopeya	Sustitución, adición
7. <i>Montaña+Valles+Calles x Joffre</i>	Romana y sans serif	Dinámica	Energía, velocidad, rapidez, fuerza, sutiliza	Hipérbole, símil, anáfora	Adición, sustitución, adición
8. <i>Montaje tumultuoso</i>	Romana y sans serif	Dinámica	Jerarquización, fuerza, gritos	Hipérbole, anáfora	Adición, adición
9. <i>Los ismos del arte</i>	Egipcia	Dinámica	Ímpetu, intimidación, tono de voz, modulaciones, contraste	Inversión, asíndeton, hipérbole	Intercambio, sustitución, adición
10. <i>A plena voz 1</i>	Sans serif	Dinámica	Simetría, repetición, ritmo, constancia, energía, susurro	Metáfora, gradación, anáfora, símil	Sustitución, adición, adición, sustitución
11. <i>A plena voz 2</i>	Sans serif	Dinámica	Ritmo, silencios, modulaciones en la voz, energía, dinamismo, gestos	Prosopopeya, inversión, metáfora, hipérbole	Sustitución, intercambio, sustitución, adición
12. <i>El espantapájaros</i>	Sans serif	Dinámica	Énfasis, entonación, repetición	Acumulación, anáfora, hipérbole, prosopopeya, alusión.	Adición, adición, sustitución, adición, supresión

OBRAS	TIPOGRAFÍA UTILIZADA	COMPOSICIÓN EN LA PÁGINA	TIPO DE REPRESENTACIÓN, PROSODEMA VISUAL	FIGURA RETÓRICA	NATURALEZA DE OPERACIÓN DE LA FIGURA
13. <i>Pequeña velada</i> <i>Dadá</i>	Sans serif, romana, egipcia, mano alzada	Dinámica	Fuerza, energía, modulaciones en la voz, velocidad	Acumulación, anáfora, inversión, hipérbole	Adición, adición, intercambio, adición
14. <i>Dada matinée</i>	Romana y sans serif	Dinámica	Jerarquía, modulaciones en la voz, ímpetu, énfasis	Metáfora, repetición	Sustitución, adición
15. <i>Viento</i>	Sans serif	Dinámica	Énfasis, ritmo, delicadeza, susurros, constancia	Alusión, acumulación, pleonasma, retruécano	Sustitución, adición, adición, intercambio
16. <i>Ping pong</i>	Sans serif	Dinámica	Constancia, repetición, ritmo	Repetición, símil, onomatopeya	Adición, sustitución, adición
17. <i>Silencio</i>	Sans serif	Estática	Modulaciones en la voz, repetición, silencio, ritmo	Alusión, pleonasma, repetición, reticencia, silencio	Sustitución, adición, adición, supresión, supresión
18. <i>La cantante calva 1</i>	Romana y sans serif	Dinámica	Énfasis, modulaciones en la voz, fuerza, gestos, ímpetu, velocidad	Alusión, acumulación, asíndeton, hipérbole, insistencia, onomatopeya	Sustitución, adición, sustitución, adición, adición, adición
19. <i>La cantante calva 2</i>	Romana y sans serif	Dinámica	Énfasis, modulaciones en la voz, fuerza, gestos, ímpetu, velocidad	Alusión, acumulación, asíndeton, hipérbole, insistencia, onomatopeya	Sustitución, adición, sustitución, adición, adición, adición
20. <i>Grotesk typography</i>	Sans serif	Dinámica	Ritmo, gritos, energía, imperativo	Gradación, elipsis, eufemismo, hipérbole	Adición, supresión, sustitución, adición

OBRAS	TIPOGRAFÍA UTILIZADA	COMPOSICIÓN EN LA PÁGINA	TIPO DE REPRESENTACIÓN, PROSODEMA VISUAL	FIGURA RETÓRICA	NATURALEZA DE OPERACIÓN DE LA FIGURA
21. <i>My way to typography</i>	Sans serif	Dinámica	Silencio, susurros, pausas, modulaciones en la voz	Elipsis, gradación, silencio	Supresión, adición, supresión
22. <i>Don't mistake legibility...</i>	Romana y sans serif	Dinámica	Jerarquía, silencio, modulaciones en la voz, velocidad	Alusión, acumulación, anáfora, inversión, reticencia	Sustitución, adición, adición, intercambio, supresión
23. <i>The end of Print</i>	Romana y sans serif	Dinámica	Jerarquía, énfasis, energía	Alusión, inversión, metonimia, paradoja, símil	Sustitución, intercambio, supresión, sustitución, adición, sustitución
24. <i>The end of Print cartel</i>	Romana y sans serif	Dinámica	Jerarquía, fuerza, ritmo, susurros, energía, velocidad, énfasis, ímpetu, modulaciones en la voz	Acumulación, hipérbole, elipsis	Adición, adición, supresión
25. <i>Siempre di nunca 1</i>	Romana	Estática	Delicadeza, suavidad, constancia, elegancia	Elipsis, retruécano, silencio	Supresión, supresión, supresión
26. <i>Siempre di nunca 2</i>	Romana	Dinámica	Modulaciones en la voz, constancia, guiño	Hipérbole, alusión, metonimia	Adición, sustitución, sustitución
27. <i>Gran show musical</i>	Sans serif y mano alzada	Dinámica	Ímpetu, fuerza, velocidad, énfasis, imperativo, gritos, modulaciones en la voz, guiño	Gradación, símil	Adición, sustitución

Las estadísticas descriptivas que se presentarán a continuación son el resultado de los datos reflejados en la tabla de contingencia (Tabla 3), esto con el fin de esquematizar los valores obtenidos.

Con la valoración y descripción de dichas gráficas, los datos contenidos durante el desarrollo de esta investigación demostrarán tener correlación con la retórica. La intención es que este flujo de información estadístico confirme nuestra hipótesis: la retórica visual en la tipografía es un instrumento para reemplazar la presencia perdida del orador, con la finalidad de lograr diseños mucho más atractivos y persuasivos.

Cabe señalar que en su mayoría los discursos visuales se eligieron tomando como parámetro que el protagonista principal fuera la tipografía, evitando así los gráficos que tuvieran imágenes, haciendo sólo tres excepciones (Figuras 18, 19, 23 y 27), *La cantante calva* de Massin, la portada del libro *The End of Print* de Carson y el cartel *Gran show musical* de Vinicius Marquet.

Se hace hincapié en que los resultados y conclusiones presentadas en lo subsecuente serán referidos únicamente para los 27 trabajos presentados y no como un dictamen para el general de los diseños tipográficos.

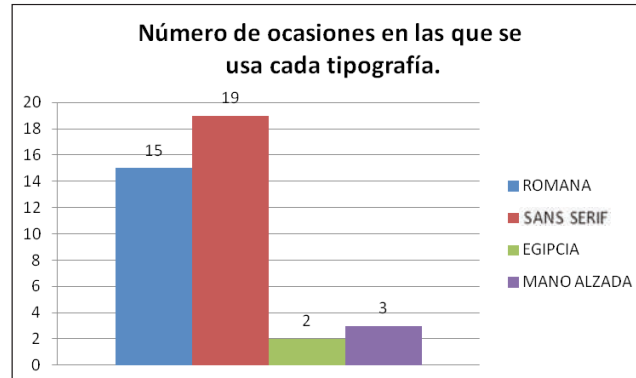
Tipografías utilizadas

En los 27 trabajos analizados se aprecia una tendencia hacia la utilización de la tipografía sans serif en un 49% de los proyectos (9 ocasiones como única fuente utilizada, 9 ocasiones en combinación con la tipografía romana y 1 ocasión en combinación con las tres variantes tipográficas: romana, egipcia y mano alzada). Siendo la mezcla más común las letras sin remate (sans serif) con remate (romana).

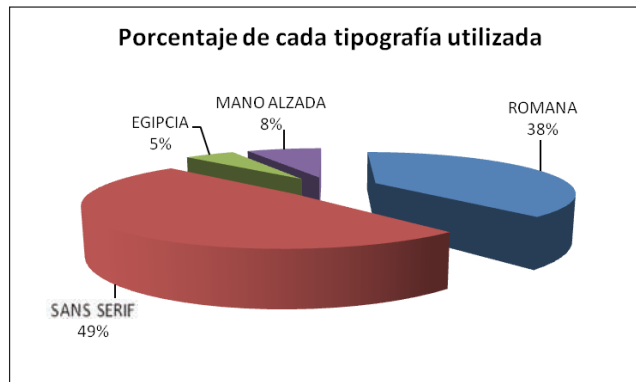
Enseguida el porcentaje que destaca es el 38% siendo el uso de tipografía romana el segundo lugar dentro de los discursos visuales. Fueron 6 trabajos realizados únicamente con la tipografía romana, 8 en combinación con la tipografía “sans serif” y 1 en combinación con las tres variantes (sans serif, egipcia y mano alzada).

El tercer lugar en la lista de tipografías más utilizadas se encuentra la tipografía a mano alzada, quedando plasmada en 3 de los trabajos presentados, ocupando un 8%.

Por último los resultados reflejan que la tipografía que se utiliza menos es la egipcia, que aparece en 2 trabajos únicamente, con un 5% del total analizado.



Gráfica 3.1



Gráfica 3.2

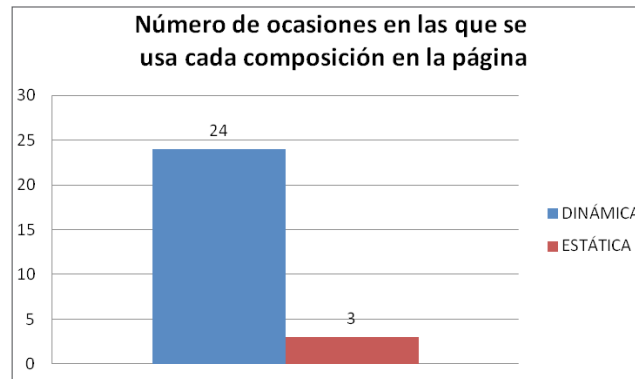
Tipo de composición en una página

Recordemos que para esta parte del análisis se eligieron dos tipos de composición o disposición en la página a utilizar, las cuales son:

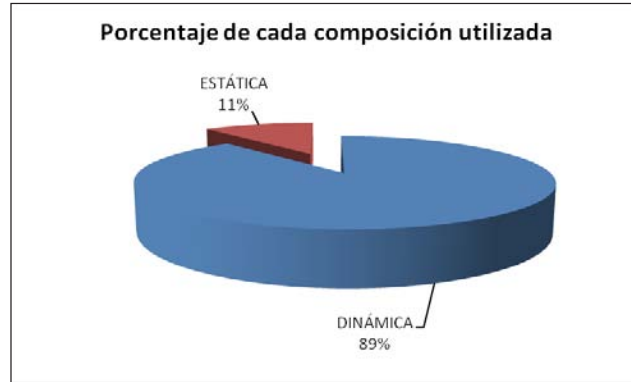
La composición estática o regular, que consiste en aquella disposición en la página que muestre simetría, equilibrio y linealidad como patrón a seguir.

La composición dinámica o irregular, la cual no persigue ninguna distribución definida, sino que busca dar una sensación de movimiento al no tener un patrón ni una estructura delimitada.

Siguiendo las dos composiciones anteriores tenemos que en 24 ocasiones (de los 27 casos analizados) se utiliza una composición dinámica lo que representa el 89% del total de casos, y tan sólo 3 trabajos son realizados por medio de una composición estática o regular, representando el 11% restante.



Gráfica 3.3



Gráfica 3.4

Tipo de representación: *prosodema visual*

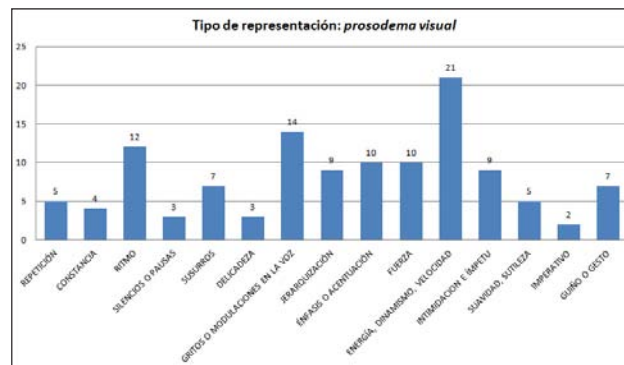
Esta parte del análisis se considera primordial para comprender cómo es que la poesía visual ha logrado impactar a través de varias generaciones, siendo actualmente aún utilizada por los creativos gráficos de nuestros días.

Esta elección contiene un total de 15 *prosodemas visuales*, elegidos a partir de crear *sinónimos* entre las posibilidades lingüísticas que un discurso ofrece y su traslación a la representación tipográfica, ello permite un juego extenso de posibles combinaciones dentro de un mismo discurso visual, para este análisis de caso se consideró sólo crear 16 variantes, sin embargo es permitente mencionar que esta cantidad se podría ampliar tanto más como el orador tipográfico y las posibilidades de reinterpretación lo requieran.

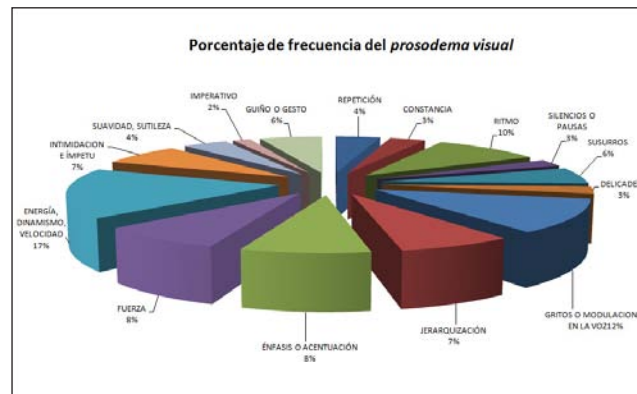
En estos casos de análisis podemos decir que los *prosodemas* recurrentes son: la energía, dinamismo y velocidad, representados a través de líneas de texto distribuidas irregularmente y en distintas direcciones con cambios en los grosores de letras y utilización de distintas tipografías, lo cual equivale al 17%, siendo ésta la que más sobresale del resto.

Quien le sigue son las modulaciones de voz, representadas a través de cambios en los tamaños de las letras o por medio de distintos grosores dentro de una misma palabra. De los 27 casos analizados se recurre a esta representación tipográfica 14 veces, correspondiéndole así el 12%.

Sucesivamente se pueden ir interpretando los datos en base a las gráficas representadas para este caso, concluyendo que el prosodema que casi no es tan recurrente para su representación tipográfica es el de carácter imperativo con tan sólo el uso de la tipografía, pues del total de casos estudiados, sólo 2 lo logran (Figuras 20 y 27), correspondientes a Wolfgang y Vinicius, respectivamente, representando así, sólo el 2% y el menos utilizado en la lista.



Gráfica 3.5



Gráfica 3.6

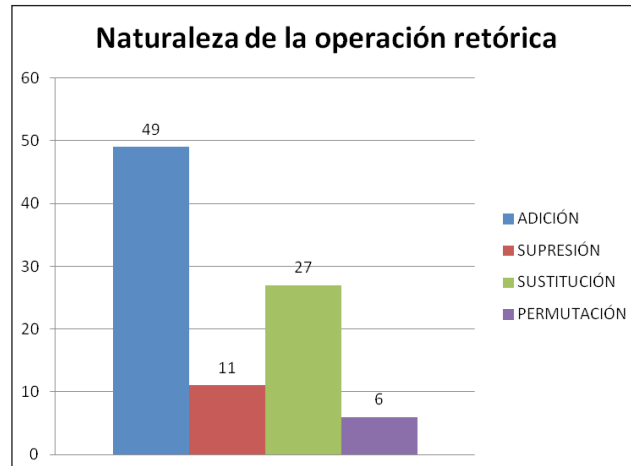
Figuras retóricas utilizadas y su naturaleza de operación

Una parte importante del análisis del discurso tipográfico recopilado en esta investigación ha consistido en la identificación de *prosodemas visuales* como proceso de representación visual aunado a la tipografía utilizada. La otra ha consistido en la identificación de las figuras y operaciones retóricas, las cuales se ubican dentro de la tercera fase de la retórica (*elocutio*), de igual manera siendo identificadas dentro de los 27 trabajos presentados.

Esta búsqueda se ha efectuado a partir de un listado compuesto por un total de 24 figuras retóricas, que son las más frecuentes en representaciones visuales a través de la tipografía. Esta lista ha sido tomada de una más amplia que se encuentra en el capítulo II, esto con el objetivo de delimitar las posibilidades de interpretación y permitirnos realizar una breve análisis, sin embargo a esta selección se pueden aunar cualquier figura retórica que se considere pueda ser reinterpretada tipográficamente.

La relación está formada por 9 figuras de adición, 4 figuras de supresión, 9 figuras de sustitución y 2 figuras de intercambio o permutación.

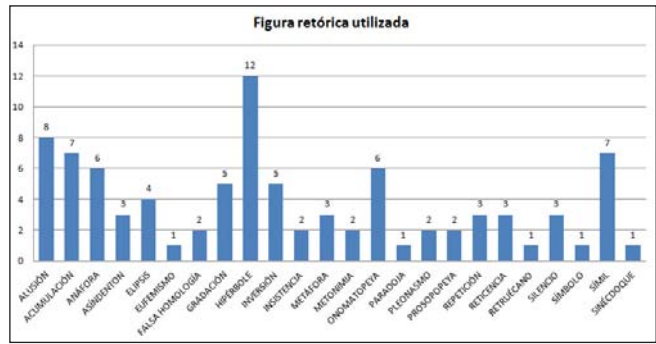
Recordemos que a partir de su definición, es Jacques Durand quien realiza esta clasificación para desarrollar un mejor estudio de ellas, trasladándolas al lenguaje visual. Las figuras retóricas visuales serán una parte importante para el desarrollo de este análisis, pues evidencia la aportación tipográfica a la que un orador visual recurre para atraer la atención de la audiencia. Es la representación lingüística verbal transportada a la representación tipográfica visual.



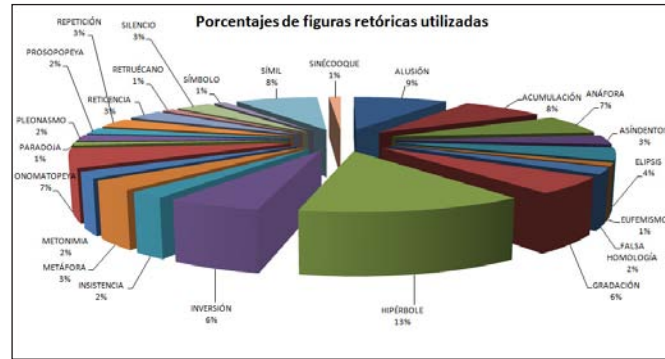
Gráfica 3.7



Gráfica 3.8



Gráfica 3.9



Gráfica 3.10

En el análisis se han detectado un total de 93 figuras retóricas en 27 diseños. Por operaciones destacan las figuras de adición (gráfica 3.7) que da un total de 49 figuras lo que representa un 53% (gráfica 3.8), siendo la más utilizada la hipérbole. Le siguen las figuras de sustitución con un total de 27 (gráfica 3.7) figuras que es un 29% (gráfica 3.8) del total analizado, en donde la que más se

recurre es la alusión. Las figuras de supresión detectadas ascienden a un total de 11 que suponen un 12%. Y, por último, las menos numerosas son las figuras de permutación con un total de 6 que da un 6% dentro del 100% que completan los 27 proyectos.

Lo anterior es proporcional a las figuras retóricas utilizadas, sin embargo se considera importante tener en cuenta cuál de las figuras de naturaleza de operación es más recurrida. Se puede apreciar que en la creación de los discursos tipográficos, en primer lugar, actúan las operaciones de adición. En las que se introducen y suman elementos gráficos que generan una composición.

En el orden de los resultados, siguen los diseños que se apoyan de la operación de sustitución. Nos explica el doctor Roberto Gamonal⁹² que ésta en vez de añadir más elementos al contrario tiene que ver con quitar unos para poner otros de manera total o parcial con la intención de mejorar la expresión de los argumentos y los conceptos. Observemos que estas operaciones tienen que ver con la capacidad de modificar el significado a través de reemplazar elementos, con el fin de que llamen más la atención del público por el hecho de haber transformado una expresión visual habitual. Podemos apreciar más ejemplos en la Tabla 3.

En tercer lugar se encuentra la operación de supresión que ayuda a compactar más el discurso tipográfico. La eliminación total o parcial de un elemento introduce un salto visual en el mensaje que atrapa la atención. Este tipo de operación es generalmente una invitación a que la audiencia sea partícipe de lo que se está transmitiendo, por medio de un juego en el que se le invita a completar el mensaje restituyendo mentalmente los elementos o partes de ellos que faltan. A diferencia de la operación de sustitución aquí el elemento eliminado no es reemplazado por otro, su ausencia es detectada en la lectura del diseño.

Por último, las operaciones de intercambio que se basan en la transformación del orden establecido. Se quita un elemento que dé un lugar a otro. Por lo tanto, no elimina nada, sino que sólo lo cambia de sitio, como lo podemos apreciar en la Figura 22, de David Carson. Pues por medio del color en la tipografía logra una ruptura en el orden provocando así alteraciones en el ritmo de la composición y en su estructura. La nueva disposición de los elementos causa una llamada de atención en quien lo ve, provocando que los tenga que reordenar mentalmente para captar mejor el mensaje.

92 Roberto Gamonal, *Logos, ethos, pathos. Retórica y creatividad en el diseño gráfico*, Madrid, 2011, Ed. Ícono 14, p. 522.

De este modo podemos ver que para la creación de un discurso visual a través de la tipografía se pone en juego una serie de signos visuales y lingüísticos que son previamente seleccionados para su adecuación, esto desde la *inventio*, apoyándose en la *dispositio* para sumar elementos persuasivos, donde hasta el orden de la distribución será exhibido ante la audiencia, llegando así a su idoneidad expresiva a través de la *elocutio* con las figuras retóricas.

Al final es sólo mediante las capacidades de representación del orador visual y la traslación del concepto verbal al concepto visual que se podrán introducir cada vez más elementos atractivos y persuasivos a la composición mediante la voz del mensaje, la tipografía.

A manera de resumen podemos decir que, el análisis de los trabajos en la investigación ha tenido dos partes claramente diferenciadas. Por un lado, la recopilación de datos de los proyectos analizados y reflejados en una tabla de contingencia; por otro la proyección estadística de dichos datos. En esta segunda parte lo que se buscaba demostrar es cómo se mueve el flujo de la información obtenida.

En primer lugar tenemos que la tipografía más utilizada es la sans serif, lo cual se comprende si recordamos que los primeros movimientos de vanguardia surgieron a finales del siglo XIX y principios del XX. Época de la fundación del futurismo, dadaísmo, expresionismo, etcétera, donde se desarrollaron nuevos conceptos de libertad y revolución del pensamiento; la creación de nuevas formas tipográficas tuvo su parte importante, surgiendo así una nueva propuesta de experimentación e innovación visual.

En cuanto a la interpretación de la composición dentro de la página, *a priori* resultó ser la composición dinámica la más recurrida, se considera que el fundamento para este resultado es que de igual manera las nuevas vanguardias como el futurismo y el dadaísmo fueron una influencia para despertar la intención del cambio en la composición que hasta esos tiempos sólo se consideraba a la horizontal, sin embargo al introducir la diagonal en los mensajes tipográficos la disposición adquirió nuevas intenciones produciéndose la movilidad y el dinamismo.

Lo anterior nos lleva a la siguiente conclusión, los *prosodemas visuales* más recorridos fueron justamente los que representan la energía y la velocidad en el discurso, seguida por las modulaciones en la voz; se considera que esto ha

sido factible hasta nuestros días gracias a las nuevas tecnologías implementadas y a la experimentación que desde aquellos tiempos impulsó a los oradores visuales a expresarse de manera más libre, permitiendo que la audiencia se vea envuelta en la intención que el orador ha querido transmitir por medio de su mensaje visual.

En cuanto a la naturaleza de operación y figura retórica más utilizada sin duda las que más destacan son las que tienen su relación con la operación de adición (hipérbole) seguida por la de sustitución (alusión). Esto adquiere sentido cuando comprendemos que por un lado cuando se comienza un proyecto gráfico el proceso inicial es sumar elementos al formato en blanco y que una vez lograda esta primera fase del proceso lo que generalmente prosigue es sustituir o reemplazar dichos elementos por otros que muestren cierta correlación de forma y contenido a la intención del diseño, todo con el fin de lograr persuadir a la audiencia.

PRODUCCIÓN
DE UN *discurso*
TIPOGRÁFICO

Diseño de portadas para la serie de libros
Testimonio oral de exdirectores de la ENAP

Producción de un discurso tipográfico. Diseño de portadas para la serie de libros *Testimonio oral de exdirectores de la ENAP*

A sí como la retórica en sus inicios consistía en el arte de persuadir en público a través de la presencia de un orador, el diseño gráfico se ha convertido en una práctica contemporánea (en comparación con los inicios de la retórica) que permite, en cierto sentido, expresar un discurso de manera “visual”, siendo el orador quién ahora prescinde de la voz y utiliza recursos gráficos, como la tipografía, para persuadir al público. Aquí la actividad de diseñar comienza a partir de un proceso consciente que relaciona y estudia distintas alternativas, las cuales culminan en la construcción de un “ser gráfico” que en principio no se conoce, pero que el reto es traerlo a la existencia. Cabe señalar que la finalidad de este acto de comunicación no comprende soluciones únicas y necesarias sino sólo probables, es decir, el orador visual durante su periodo de creación genera diversas soluciones posibles, no obstante debe considerar que la propuesta final requiere provocar (necesariamente) el fin comunicativo que apele a la persuasión. Como ya se dijo, tal acto de comunicación se apoya en las realidades establecidas por la sociedad, como pueden ser los consensos sociales y las acciones que reflejen el bien común, por medio de la información, los hechos, las opiniones, las circunstancias y las creencias, que generalmente son necesarias para permitir las posibilidades de acción.

Es a partir de lo dicho anteriormente, que el interés de este capítulo será mostrar a partir de un proyecto editorial específico, que la retórica y el diseño pueden trabajar de forma integral en la producción de discursos visuales a través de la tipografía.

III.1. Introducción del proyecto

La Facultad de Artes y Diseño (FAD) como parte de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) tiene una actividad editorial que lamentablemente no es tan abundante como debería serlo, está muy por debajo del nivel de producción en comparación, por ejemplo, con las publicaciones que cada año promueven ciertos institutos y facultades de la UNAM como lo son la Facultad de Filosofía y Letras y la Facultad de Ciencias, por mencionar algunas.

Sin embargo, actualmente ha habido un interés particular por parte de las autoridades de la FAD en fortalecer la investigación-producción de las artes y el diseño desarrollada dentro de la escuela. Cabe señalar que la FAD cuenta con una Coordinación Editorial, un Departamento de Publicaciones y un Laboratorio de Edición Artesanal (LEDAR), las cuales tienen como principal interés el fomento y desarrollo de publicaciones que difundan dicha investigación-producción, de las cuales vale la pena describir con más detalle el desempeño que cada una de ellas realiza.

En primer lugar mencionaremos a la Coordinación Editorial, quien acorde con las funciones sustantivas de la UNAM: docencia, investigación y difusión de la cultura; establece un programa editorial que tiene como labores connaturales a estos principios, la producción de libros y las publicaciones diversas que den soporte de ideas, discusión y desarrollo de tales principios universitarios y que entre sus tareas se encuentra dar cause a las obras aprobadas por el Comité Editorial de la FAD, desde su soporte jurídico administrativo hasta su acceso al público lector, propósito final de todo producto editorial. Su principal objetivo es fomentar a través de publicaciones, la difusión de la cultura plástica y diseñística fuera de las fronteras universitarias. Esto con la misión de propiciar la publicación de textos para apoyo a la docencia y ponderar la investigación sobre las artes y los diseños, tanto de académicos universitarios, preferentemente adscritos a la FAD, como también de autores nacionales y extranjeros cuyas obras ofrezcan la pertinencia académica e intelectual de editarse bajo el sello de la Universidad Nacional Autónoma de México. La Coordinación Editorial a la fecha está dirigida por la licenciada Marisol G. Martínez Fernández.

En segundo lugar aludiremos a otra área que ha impulsado el interés por mantener activa la producción editorial de la FAD, el Departamento de Publicaciones que se encuentra bajo la dirección de la licenciada Karina Díaz

Barriga Morales. Dentro de las principales funciones de este departamento se encuentra el brindar servicios de diseño gráfico, producción e impresión análoga, digital y serigráfica a los planteles de la Facultad de Artes y Diseño: Xochimilco, San Carlos y Taxco, en los niveles académico, administrativo, difusión cultural e institucional, así como a nivel interinstitucional con proyectos especiales, como el diseño de carteles *Premio Universidad Nacional 2012*, *Cursos y Diplomados Interanuales para Académicos del Bachillerato 2012* para la Dirección General de Asuntos del Personal Académico DGAPA, así como colaboraciones para Fundación UNAM y la Facultad de Psicología de la UNAM, esto por mencionar algunos. Uno de sus principales objetivos es elevar la calidad y brindar mejores soluciones de comunicación gráfica ofreciendo diseños que satisfagan las necesidades de la institución, a través de proyectos profesionales completos y oportunos. Entre varios de sus trabajos, realizan gráficos para anunciar talleres y conferencias que se llevan a cabo dentro de las instalaciones, también exposiciones de arte y de diseño, convocatorias de concursos, asimismo desarrollan diseños para los informes anuales, folletos, catálogos de las exposiciones, artículos promocionales de la FAD, además de la imagen para la Feria del libro que se celebra en la FAD desde hace siete años, esto sólo por mencionar algunos.

Un proyecto académico también interesado en la producción editorial es el Laboratorio de Edición Artesanal (LEDAR), a cargo del licenciado Mauricio Rivera Ferreiro, quien trabaja muy de cerca con el Departamento de Publicaciones y en conjunto con el proyecto de encuadernación a cargo de la licenciada Alicia Portillo Venegas. Lo importante de este laboratorio es destacar lo valioso que resulta para una escuela de diseño contar con iniciativas académicas que desarrollen, encaucen y exploren los ámbitos editoriales, tanto en el diseño como en su producción; que la inquietud y necesidad de explorar y experimentar alternativas editoriales y de producción manual como recurso del diseño editorial sean tangibles. Trabajos como la Agenda 2013-1 (en el año 2012) *Un fragmento del tiempo resguardado en papel* y la Agenda 2014-1 (en el año 2013) *Tipografías diseñadas por egresados de la Escuela Nacional de Artes Plásticas*, han sido elaboradas, entre otros intereses bajo el impulso de otorgarle al diseño la relevancia y el énfasis de considerar que la comunicación gráfica empieza desde el objeto y no sólo a partir de lo gráfico. Como proyecto de

encuadernación también se ha contribuido de manera creativa a pensar, editar, realizar, diseñar y encuadernar con distintas técnicas y estilos las libretas de bienvenida a los alumnos de primer ingreso, elaboradas como un obsequio desde hace ya tres generaciones.

Considerando este tipo de ensayos desde otra perspectiva, han sido otra manera de plantear las capacidades de producción para una publicación editorial.

Gracias a lo antes dicho, es que actualmente podemos hablar de un terreno que se ha ido consolidando a través del compromiso, eficiencia e interés por impulsar el potencial cultural con el que cuenta la FAD, esto gracias a años de trabajo e investigación que han hecho posible el avance de proyectos propositivos, los cuales tienen como fin, difundir la historia, creación, propuesta gráfica e intelectual de expertos en el área. Bajo este preámbulo se da paso a la presentación del proyecto *Testimonio oral de exdirectores de la ENAP*.

III.2. Presentación del proyecto

Testimonio oral de exdirectores de la ENAP es un trabajo que inicia en 2002. El licenciado Juan Diego Razo Oliva, comisionado como Cronista de la Academia en 1996 por el entonces director José de Santiago Silva, con el fin de recabar documentación biográfica y factográfica (documentación de hechos concretos) mediante entrevistas a los exdirectores de la ENAP (ahora FAD) bajo lineamientos temáticos homogéneos, a efectos de obtener de la memoria viva y con voz propia, respuestas comparables sobre temas iguales en diferentes e individuales circunstancias acerca de su llegada, su desempeño y su salida del cargo directivo más elevado de la escuela. La información recuperada, sin duda importantísima, de voz viva de los protagonistas, permitirá trazar un panorama biográfico-histórico que abarca un arco temporal de casi medio siglo de actividades y transformaciones académicas de la FAD, antes ENAP.

El proyecto inicial establecía entrevistar a los exdirectores por orden cronológico de sus gestiones, para conformar un archivo fonográfico del que se harían extractos de eventos similares, quizá de manera comparativa y que se publicarían en una crónica anual. Sin embargo la publicación nunca tomó forma y en la práctica sólo se entrevistó a cuatro maestros. El proyecto se detuvo por cambios en la comisión del maestro Razo y problemas de su salud, quedando las cintas en archivo muerto.

A once años de las entrevistas, el material se ha desempolvado, y reconsiderando la labor de rescate histórico que ha hecho el profesor Razo, los profesores Alicia Portillo y Mauricio Rivera han considerado que el trabajo realizado por el cronista no debe quedar en la oscuridad; además tres maestros de los cuatro entrevistados ya han fallecido y sus testimonios han tomado una segunda dimensión, pues representan, en conjunto, una rica visión de las transformaciones sucedidas en la ENAP (ahora FAD) en un lapso de muchas transiciones para la institución.

En esta nueva etapa del proyecto, el profesor Juan Diego Razo ha cedido el material a la profesora Portillo, para que se le dé el tratamiento y salida pertinentes. La meta es editar las actuales entrevistas de manera independiente e interrelacionarlas mediante el concepto de colección, esto bajo la dirección y producción del Laboratorio de Edición Artesanal (LEDAR), a cargo del profesor Rivera, y con la idea futura de darle continuidad al proyecto y entrevistar a los siguientes exdirectores (en su época de la ENAP y los que posteriormente se incluyan en este actual nombramiento como FAD), para mantener en continuo crecimiento los datos sobre la historia de la Facultad y hacer notar la trayectoria personal, artística, académica y administrativa de cada uno de ellos.

En 2002 los exdirectores vivos y el plan de trabajo fueron:

Roberto Garibay Sida

Periodo de administración (1970-1974)

Antonio Ramírez Andrade

Periodo de administración (1974-1978)

Luis Pérez Flores (no accedió a la entrevista)

Periodo de administración (1978-1982)

Gerardo Portillo Ortiz

Periodo de administración (1982-1986)

José Trinidad Osorio (murió días antes de la entrevista)

Periodo de administración (abril-julio 1985 interino)

Juan Antonio Madrid Vargas

Periodo de administración (1985-1986 // 1986-1990)

José de Santiago Silva (no se realizó)

Periodo de administración (1990-1994 // 1994-1998)

Jesús Martínez Álvarez

Periodo de administración (1998 interino)

Eduardo Chávez Silva

Periodo de administración (1998- 2002)

Luz del Carmen Vilchis

Periodo de administración (2002-2006)

Ignacio Salazar Arroyo

Periodo de administración (2006-2010)

José Daniel Manzano Águila

Periodo de administración (2010-2014)

En este momento el proyecto está en marcha con la transcripción y edición de las entrevistas, lo cual también ha sido un arduo trabajo puesto que, como se ha mencionado, a la fecha se cuenta con cuatro entrevistas, las cuales tienen una duración promedio de 6 a 8 horas cada una, produciendo un documento escrito de alrededor de 60 páginas por cada grabación, lo cual se ha reflejado en largas horas dedicadas a la transcripción, además de su preparación para editarlas, esto con la posibilidad de que los textos se integren al cuerpo de obra publicada bajo el sello de la FAD en paralelo a la actual colección *Obra y Testimonio. Maestros de la ENAP*. En principio el proyecto *Testimonio oral de exdirectores de la ENAP* se manejará con un formato similar a la colección antes mencionada pero integrará un diseño editorial interior, exterior y producción distinto, el objetivo es que sea una subcolección temática muy específica e incluso de edición especial.

Consideraciones y datos de portada:

Tamaño: 18 x 13 x .5 cm

Cubierta desplegada: 18 x 44 cm, considerando solapas de 2/3 de ancho

Título de subcolección: *Testimonio oral de exdirectores de la ENAP*

Título de cada obra: Nombre del director, periodo de gobierno; ejemplo:

Gerardo Portillo Ortiz

Dirección 1982-1986

Sello editorial: UNAM–FAD

Reseña

Código de barras

A partir de conocer la propuesta del proyecto, resulta de particular importancia desarrollar la propuesta para el diseño de las cubiertas de la serie *Testimonio oral de exdirectores de la ENAP*, la cual pretende ejemplificar que la retórica es una herramienta importante para el desarrollo del discurso gráfico, sin embargo, para esta tesis, dicha propuesta se llevará a cabo sólo para uno de los exdirectores entrevistados, específicamente para la del maestro Gerardo Portillo.

Concretando los objetivos de esta investigación, el desarrollo en adelante consistirá en construir el puente que traslade el discurso verbal al discurso visual, para este traslado se debe concebir que la representación gráfica prescinde de la voz audible y utiliza la “voz visual”, la cual se basará en los recursos tipográficos para registrar la información. Diseñar consiste entonces en hacer una traducción-interpretación que se genera, en sentido literal, en las reglas y juegos del lenguaje y esta traslación ofrece variadas formas de proponer soluciones a un mismo caso, sin embargo la solución final debe ser elegida al considerarse la más óptima, la que supone el juego entre la razón y la pasión, todo lo que un esfuerzo retórico debe considerar para elevar la oratoria a la categoría de retórica visual.

El propósito de este proyecto es constatar que las fases retóricas se manifiestan en la experiencia viva de los diseñadores como lo hacían con los oradores de la Antigüedad.

III.3. Producción de un discurso tipográfico: del discurso verbal al discurso visual.

Teniendo un marco general de los distintos periodos de gestión (por medio de las entrevistas), donde la FAD ha sido testigo a través del tiempo de cambios en el personal administrativo, específicamente en el puesto más importante, el de director, y saber que cada maestro toma y continúa un trabajo con tanta responsabilidad, resulta evidente al leer cada línea de las entrevistas el esfuerzo que cada uno aportó, bajo su correspondiente y definida personalidad y experiencia; el entrar y salir de una administración donde se enfrentaron a diferentes situaciones y sucesos, que en el general de los casos, cuando se es “cabeza”, suele ser complicado salir “bien librado” de la opinión pública con respecto al trabajo realizado. Es un legado invaluable el poseer actualmente esta información. Es importante agradecer a través de estas breves líneas a las

personas que tuvieron la visión de elaborar este proyecto y obsequiarnos la posibilidad, a pesar de los años, de conocer varios momentos por los que cada exdirector pasó y quiso contarnos.

El siguiente discurso visual será construido gracias y a partir de las entrevistas que se aceptaron realizar y otorgadas al día de hoy para elaborar su discurso visual, proyecto del cual seremos testigos, y que ha marcado parte de la historia de la FAD.

Es en este apartado que el trabajo del diseñador describirá el proceso retórico de la producción de un discurso gráfico, del que cabe señalar, la novedad total es imposible, pero donde sí existe el interés porque el discurso dicho inste desde la portada a conocer “su versión de la historia”. Siendo esto lo que formalice la actividad diseñística como una disciplina razonada y creativa.

III.3.1. Propuestas iniciales

Como se mencionaba páginas atrás, los datos principales que se considerarán de manera general para cada una de las portadas son: nombre del exdirector, periodo de gestión, logotipos, breve reseña de la colección y código de barras. Señalemos que en esta primera fase el principal interés será lograr un discurso visual que permita comunicar de la mejor manera el contenido para concluir con la selección de colores que enmarcarán la serie.

Entonces, el énfasis en esta sección es hacer una descripción del desarrollo de las cinco fases de la retórica como culminación de la tesis, compartiendo algunas propuestas que finalmente nos llevaron a elegir el diseño para los forros de la edición.

Comencemos con la primera fase, la *inventio*, aludamos a Aristóteles quien nos dice que para cada hombre en particular y para todos en común, existe una meta en función de la cual se eligen o rechazan las cosas, en esencia lo que nos produce o remite a la “felicidad”, por ende, fuimos al primer cuestionamiento: ¿cómo representas a la máxima autoridad de una institución (el director)? Tal vez inherentemente esta pregunta nos lleva al *loci*, y buscando los lugares comunes se deduce que el puesto de director remite, por ejemplo: autoridad, dirección, capacidad, importancia, máxima figura, temporalidad, estrictez, proyección, rigurosidad, coordinación, liderazgo, apoyo, confianza, respeto, etcétera. Estos lugares comunes pueden despertar en cada lector aprobación

o desaprobación, es decir se comienza a jugar con dicotomías, según la experiencia vivida por cada individuo en cualquier etapa de su vida. Para alguien, un director puede no ser confiable o capaz o un buen líder o estricto o no le inspira respeto, ni siquiera puede considerarlo como autoridad, pero como leíamos, la *inventio* recurrirá a buscar ideas generales, partiendo de pensamientos y nociones socialmente aceptadas, empleando como argumentos (vehículos de pruebas y razones) los que principalmente apelen a la felicidad o en sí, que muevan las emociones. Elementos con los que el público espera o quiere ser persuadido. En seguida recurrimos al método que Aristóteles llama *tópica*; respondiendo a las siguientes preguntas para ir concretando ideas: ¿Quién? La máxima autoridad ¿Qué? Dirige ¿Dónde? En una institución ¿Por qué? Porque fue elegido ¿Con ayuda de quiénes? De autoridades mayores que él junto con el círculo de trabajadores que laboran en el mismo lugar ¿Cuándo? En tiempos de elecciones ¿Por cuánto tiempo? Por un “breve” periodo administrativo: cuatro, ocho años, tal vez menos.

A partir de este recorrido por la primera fase, comenzamos a idear cómo plasmar las pruebas antes descritas. Recordando que, los resultados que se esperan del auditorio después de realizar la argumentación retórica no es garantía de éxito para la acción persuasiva, sin embargo, vale la pena explorarlo. Comenzamos por buscar de qué manera expresar las ideas a partir de tipografía. Surgieron propuestas de trabajar con tipografía en formato grande, por principio de cuentas, la intención es que la portada deje claro el personaje que contendrá cada librito. Entonces con tipografía se pueden manejar dos principales soluciones: 1) el nombre del director o 2) intentar retratar su rostro. Todo está procesándose como ideas que pueden comenzar a partir de una capitular que ocupe todo el espacio, hasta letras muy pequeñas que de igual manera abarquen el formato en su totalidad, la idea es que el personaje principal quede evidenciado. En este momento se comienza a conjugar inherentemente la segunda fase de la retórica, la *dispositio*, ésta permite que los argumentos vayan tomando forma y lugar, el orden elegido deberá ser favorable a los fines que se están vislumbrando.

Si para dar un discurso tipográfico al destinatario, el mensaje debe poseer argumentos que concuerden con el razonamiento lógico, es necesario que esos argumentos tipográficos sean, en ocasiones, más significativos de lo que el texto en sí mismo dice, es en la “*argumentatio* visual” donde se lo-

calizan las pruebas que han de convencer y persuadir a un público en particular; introducidas en el exordio y ordenadas por medio de la *narratio* visual y dispuestas formalmente en la estructura del mensaje, en su disposición. Por eso pensamos que como única autoridad, el nombre del director debe quedar en un lugar muy evidente, es más, el nombre del director puede ser el agente principal para formar la portada. A partir de diversas soluciones en la disposición de los signos, se podrían retomar la inicial de su nombre en un tamaño muy grande, que salga del formato establecido (Propuesta 1) o de manera más específica sólo las iniciales, en donde la disposición de los signos podrían evidenciar el bosquejo de un camino que se traza acorde a las demás letras que conforman el nombre o también puede representar la columna de una estructura (Propuesta 2). Tal vez se debería tomar en cuenta el fondo del formato, no llenarlo con un bloque de color, puede ser también un campo de acción, con caracteres dispersos sin una distribución fija con un color tenue, aludiendo al personal que confluye bajo el cargo de un director, los sucesos; las decisiones, muchas, diversas, unas más claras que otras, unos apoyando, otros rechazando, unos con “la camiseta puesta” otros de cabeza, el factor “tiempo” de por medio, este teje de posibilidades son algunos de los *loci* que se generan en la *inventio*, y siempre dependerán de cada orador (Propuestas 2, 3, 4 y 5). De hecho en la *narratio* (segunda parte de la *dispositio*) es donde la selección y composición tipográfica actúan estableciendo categorías que permiten hacer evidente la estructura global del discurso gráfico. En nuestra “distribución relatable” clara, breve y verosímil que nos conduce a generar más posibilidades, como la de componer mediante un arreglo tipográfico el rostro del personaje principal, un rostro a partir de palabras que él mismo dijo en su entrevista, todo el formato del librito con letras en un tono claro y destacando con un tono más fuerte los rasgos que resalten su rostro; la dirección se lleva bajo un sello muy personal que cada exdirector posee, por naturaleza propia (Propuesta 6). Estamos plasmando la exposición de los pensamientos pues *la creación gráfica pretende* funcionar como ese diálogo vivo, que consistirá en proveer una experiencia visual a la audiencia, con valores estéticos con los que se puede estar o no de acuerdo.

Recordemos que aunque las partes de la *dispositio* se analicen de manera sucesiva, en realidad durante la producción retórica no pueden separarse de forma tajante, digamos que son sucesos simultáneos, comenzamos a participar

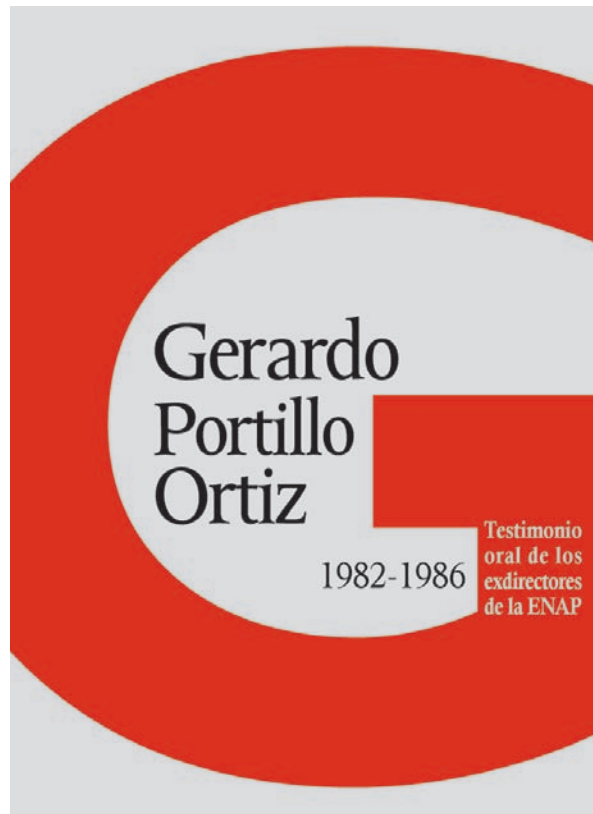
de la *elocutio*, tercera fase de la retórica. A ésta corresponde la expresión lingüística de los pensamientos, hallados en la *inventio* y combinados en la *dispositio* por el orador. Entonces, como observamos, es difícil enumerar las fases como si fueran pasos a seguir porque inevitablemente cuando se comienza de la *inventio* al resto, resulta un “fluir” de ideas y conceptos que necesariamente requieren ser plasmados para confrontarlos y tomar la mejor decisión al momento de elegir.

En la *elocutio*, según ya sabemos, buscaremos como fin deleitar, a base de impregnar de diseño el tópico: exdirector entrevistado. Llevar la dirección de un lugar determinado e indicar de quien se está hablando en el libro, es el reto en general que bien se podrá acompañar de otros elementos, como textura en el fondo o plasta de color, elegir la gama cromática de la serie y todo esto puede ser a través de relacionarlo con la personalidad, intereses, capacidades, referentes, convicciones, temporalidad que enmarca un director; el concepto socialmente aceptado. A partir de las ideas que se han plasmado se podrán dilucidar las figuras retóricas ocupadas para cada caso. Sin embargo para este trabajo, sólo se señalarán las figuras retóricas en la propuesta final. Considerando que la figura es un elemento constitutivo del discurso que se aleja del modo usual y cotidiano de expresión y que contiene el doble concepto de forma e imagen. Entonces nuestro elemento principal, la tipografía, en este trabajo gráfico no radicará su importancia exclusivamente en su expresión formal, sino en su función referencial, lo cual sucede en el desarrollo, durante el proceso de creación, es ahí cuando se comienzan las pruebas con diferentes tipografías y estilos. El resultado del discurso visual estará dotado de variedad expresiva, adquirirá fuerza y claridad en la exposición, veremos el mismo texto, en ocasiones reflejado con distintas familias tipográficas, habrá que definir y decidir cual otorgará gracia y fuerza a la expresión. En cuanto a la gama cromática, se analizará más adelante, por ahora, sólo resta decir que la retórica, en tanto acto de comunicación, consiste en una elaboración programada, y por lo tanto no espontánea, de un mensaje a fin de que resulte efectivo para persuadir.

Definitivamente la memoria corresponde a la captación firme del pensamiento, entonces, aunque la memoria ha recibido menos intención, sí podemos decir que esta fase se dará cuando se traslade a la impresión o reproducción del “discurso planteado”, en este caso lo hará una persona ajena a quien creó el diseño.

En cuanto al *actio*, de manera general diremos que se cristalizará cuando el trabajo esté frente a su destinatario, ese momento “vivo” donde el discurso creado a través de la *inventio*, *dispositio* y *elocutio*, y preparado mediante la memoria surte el efecto deseado en quien lo “escucha”. El *actio* es importante en tanto se logra armar un discurso con argumentos claros y comprensibles, que toman forma en el diseño para ofrecer un objeto material que será visto, leído, contemplado, tocado, usado y por lo tanto valorado.

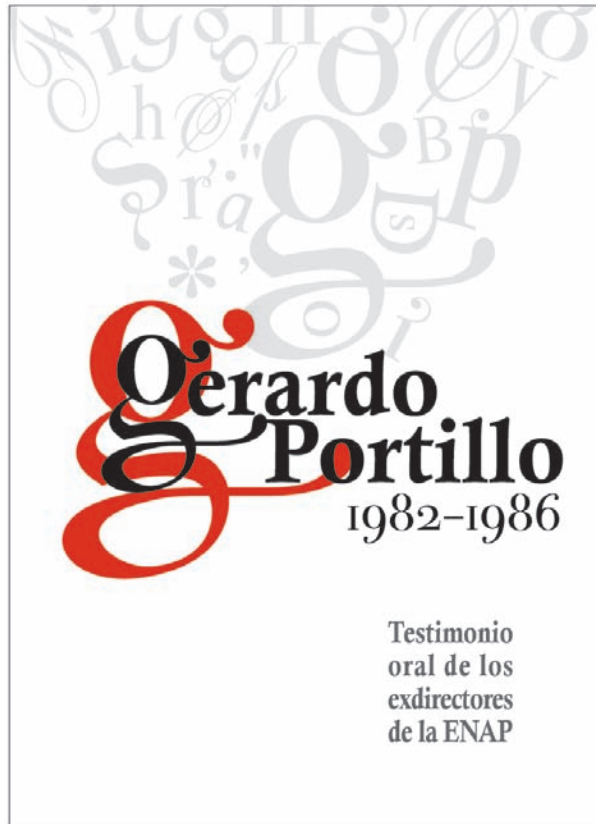
En seguida se presenta de manera particular las ideas anteriormente descritas, contempladas como un discurso visual que estará impreso en un formato final de 13 x 18 cm.



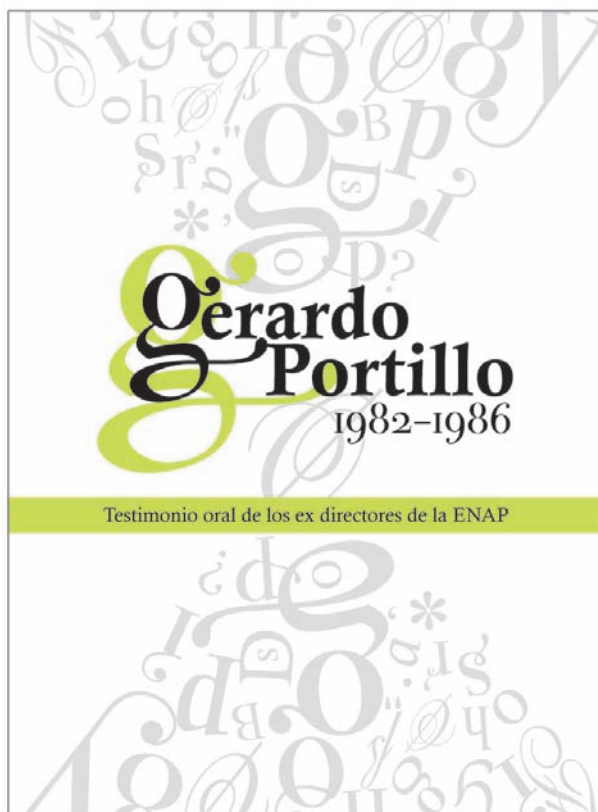
Propuesta 1



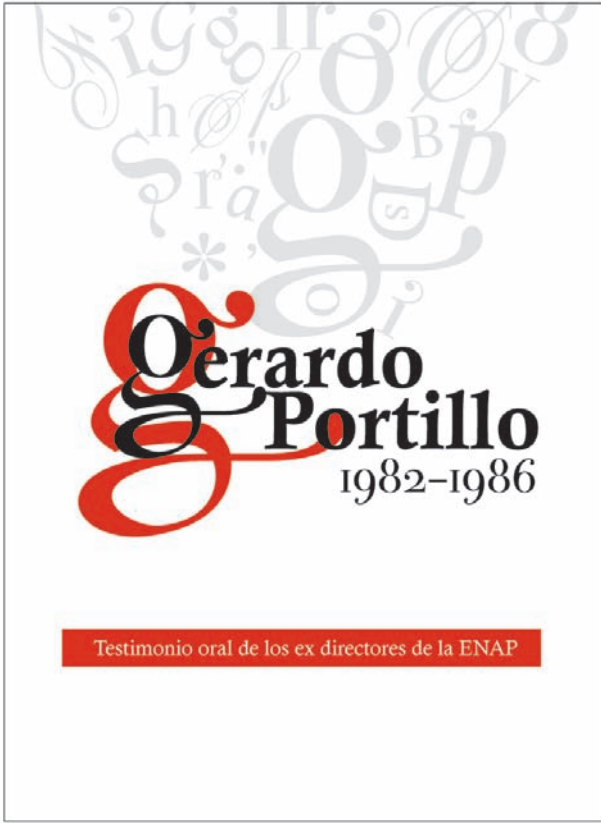
Propuesta 2



Propuesta 3



Propuesta 4



Propuesta 5

... años sus compañeros de estudios, y nos venían la secretaria y yo ya estaba haciendo sus papeles... a la Secretaría desde fui a San Carlos, sabía yo dónde estaba, desde chico hacía recorridos por el Centro Histórico a la Secretaría de... Siqueiros, los que iban con mi madre a ver los murales de Diego Rivera, conocí los murales de Orozco, Rivera, Siqueiros, los que y me inscribí. Amistadón por ahí y pues yo sabía también donde estaba San Carlos, también hubo visitas ahí, fui y me inscribí. Antes de ir a San Carlos yo había trabajado en la oficina de la Secretaría de Educación Pública, pero obviamente hubo problemas familiares, no yo estudiaba ahí también gustaba a mis padres, tenían ellos la casa de la avenida negra de San Carlos y no les gustó que yo estuviera ahí tan... Universidad ya ahí, decían ellos. Cuatro años prácticamente estuvo estudiando arquitectura, me fui en la Universidad Universitaria ya... de Arquitectos que se fundó en 1940, yo fui de los primeros que ingresé en la escuela de Arquitectura... Universidad, instituciones eran significativas, como las aulas, los laboratorios, los talleres... Universidad, un... Rafael Altamirano muy rico y muy limpio y al tercer año me nombraron ayudante de profesor, el arquitecto Rafael Alvarez... de arquitectura y García, me nombró ayudante de profesor en un año cuando yo estudiaba en la escuela de arquitectura y... también quería que él me dijera que yo tenía que irme a San Carlos a estudiar dibujo de figura porque también quería que... dibujaba figura de forma su ayudante en dibujo de figura y me veía muchas posibilidades de hacer un dibujo de figura que... dibujo plástico, la anatomía... Ahí es, se discutía mucho acerca de que si los dibujantes publicitarios trabajaban en dibujo plástico, la anatomía... todo el mundo artístico o simplemente eran manos de obra barata para las agencias de publicidad que ya traían todo diseñado... copy right, que principalmente de Estados Unidos y aquí se daban una reproducción y lo conseguían al español copy right, que... grabadores trabajaban y los dibujantes los empujaban a los grabadores y nosotros los pintores, escritores, grabadores... un momento que iba a algunos dibujantes que se permitían un momento a las agencias de publicidad a lo cual nos respondían que... para vivir y para nosotros nos vendían más caro, pero que igual nos vendían... haciendo mandados para para vivir y par... también mucho a los dibujantes y para grabados, se viene una época a finales de esas discusiones en 1960 cuando se cuestionó mucho a las... para la venta de grabados, en general, se servían para promover a los artistas o eran simplemente centros conectados para la venta de... y grabadores, no era de tal manera que en esas épocas pero a nos dividimos, uno dentro de los pintores, escritores y grabadores, no... que pintando, seguir viviendo en cómo vamos a vivir nuestra vida futura y algunos de ellos daban ser productores y seguir pintando, seguir... vender de la venta actualizando, para poder apoyar una clase y producir una clase de manera muy independiente sin depender de la venta... erían ir a dar clase a la galería, otros decidieron ser pintores, escritores o grabadores, de tiempo completo y no querían ir a dar clas... momentos según respondían no les gustaba, porque creían tiempo perdido y ellos si se iban a dedicar desde su primer momento, según... otros, algunos de ellos pintores, y muchos los logramos al momento de vivir única y exclusivamente de la venta de sus obras, algunos de ellos... forma profesional, pero muchos de ellos no se conocieron como artistas, porque pues la escuela no forma artistas, forma produc... a principios de los años sesenta, los artistas, finalmente, pero pues en principio la escuela... una formación técnico-científica académica, una... la profesional, pero si es una meta a lograr la vida... tanto en dibujo publicitario hubo que... para nuestros estudios muchos fuimos... año y cuando... daban en hacer... año a... los en... por la... actividades... de pintura... y dibujar... de siglo... construyeron... el año de 1982... y bueno, si... más libre... más libres... fui más libre...

GERARDO PORTILLO ORTIZ

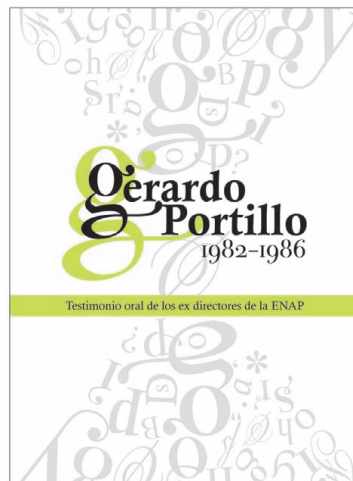
1982-1986

TESTIMONIO ORAL DE
EX DIRECTORES DE LA ENAP

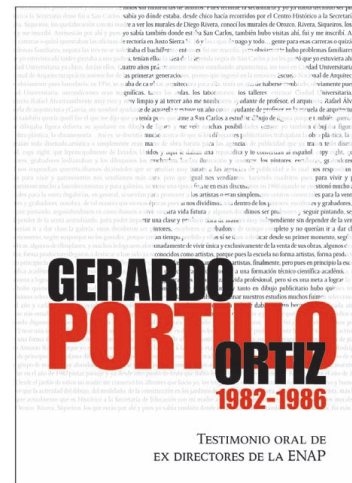
Propuesta 6

A partir de estos primeros bocetos se seleccionaron únicamente dos portadas para continuar con el trabajo, esto con el objetivo de reducir las opciones y acercarse cada vez más a la propuesta final, y así, obtener el discurso visual planeado.

III.3.2. Propuestas seleccionadas



Propuesta 4



Propuesta 6

Fueron dos las propuestas elegidas y aunque ambas plasman el mismo contenido apelando a los recursos retóricos visuales en la tipografía, se evidencian soluciones gráficas diferentes, cada una persigue el mismo objetivo: persuadir al público a partir de un discurso visual.

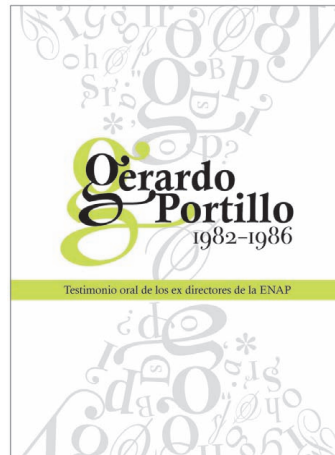
Los argumentos retóricos de los que están impregnadas apelan a la hipótesis y conocimientos adquiridos a través de esta tesis, lo cierto es que, la encomienda es elegir sólo una, de la cual se describirá de manera más específica, el proceso retórico para su creación en el apartado IV.1. Análisis retórico.

La selección se llevó a cabo basada en el análisis logístico y conceptual de cada propuesta y aunque las dos fueron aprobadas por los responsables del proyecto, fue necesario considerar a éste con miras a seguir creciendo e ir aumentando exdirectores a la serie. La propuesta uno fue la finalista.

Vale la pena mencionar que el motivo que llevó a la propuesta 6 ser exceptuada fue su “imposibilidad logística”, es decir, los inconvenientes que representaría su elaboración gráfica en las sucesivas portadas, específicamente con lo referente a conseguir el resto de fotos o dibujos que caracterizaran los rasgos faciales, la perspectiva del rostro, encontrar la foto que concuerde con la edad que tenía cada uno cuando tomaron el cargo. Enfrentarnos a una recopilación de esa magnitud, resultaba ardua tarea y representaba la necesidad de comenzar una nueva investigación de carácter iconográfico que permitiera esta solución gráfica.

Por lo que, siendo la propuesta 4, el diseño que constituirá la colección, la siguiente encomienda será seleccionar el color de cada librito, y posteriormente explicar la elección final del proyecto, esto bajo los recursos retóricos descritos a lo largo de esta tesis, lo que incluye la selección tipográfica y su disposición en el espacio; que en conjunto enmarcarán la recopilación. También habría que integrar el diseño completo que incluye solapas, lomo y contraportada; además presentar al menos dos propuestas más que involucrasen a otros exdirectores, para observar en la última etapa el resultado que arroja al hacer cambios de nombres, números y color.

III.3.3. Propuesta final



Propuesta 4 (Diseño seleccionado)

III.3.4. Color

Así, a partir de estas decisiones, tomadas junto con los encargados directos del proyecto, la maestra Alicia Portillo y el maestro Mauricio Rivera, habría que continuar con las decisiones restantes.

Siendo que las primeras propuestas cromáticas fueron elegidas al azar, se consideró menester poner especial interés en esto, pues sabemos que dentro de la línea gráfica en que está basado el diseño y como característica esencial del lenguaje visual, la importancia del color es sustancial, entre otras cuestiones, por su capacidad de atraer la atención, adherida a su capacidad de sugerir unidad cromática y para el caso práctico por un especial interés por ejemplificar la línea cromática que distinguirá a la serie completa así como a cada uno de sus libros es que abre este apartado.

Cabe señalar, que en ocasiones el trabajo con el color queda a elección de la subjetividad visual y no es que esto del todo sea un error, de hecho el maestro suizo Johannes Itten señala que “La acción de los colores permanece invisible, incluso al ojo y sólo puede ser captado por el corazón”.⁹³ Sin embargo, bajo esta premisa y con la diligencia de justificar de mejor manera la propuesta, la primera idea para iniciar la selección del color y evidenciar, una vez más, los elementos formales de la composición, se planteó investigar algún pigmento representativo de México, que acreditara la cromática que en adelante seguirá la serie, esto sin olvidar lo citado anteriormente, la acción de los colores queda “captada por el corazón”.

Los primeros resultados arrojados acerca de los colores que caracterizan a México desde épocas primitivas son los vibrantes, ocre oscuros, rojos, amarillos y azules, principalmente representados en los murales mayas y teotihuacanos. A partir de esta breve descripción, parece que la tarea sigue siendo subjetiva, elegir el color con el cual se iniciará la serie y marcará la pauta para continuar las subsecuentes elecciones de color.

Investigando un poco más, notamos que un color muy característico de los murales prehispánicos es el color azul, el cual incluso es conocido precisamente como, azul maya. En varias pinturas murales de edificios arqueológicos de México se encuentra este color azul, intensamente atractivo y diferente de otros azules en más de un aspecto. El erudito mexicano Constantino Reyes-Valerio en su libro *De Bonampak al Templo Mayor: el azul maya en Mesoamérica*,⁹⁴

93 Johannes Itten, *Arte del color*, Barcelona, 1975, Ed. Bouret, p. 7.

94 Constantino Reyes-Valerio, *De Bonampak al Templo Mayor: el azul maya en Mesoamérica*, México, 1993, Siglo XXI Editores.

menciona que este pigmento recibió el nombre de azul maya porque se creyó que existía sólo en la zona maya de Yucatán. Hoy, sin embargo, se conocen murales en diversas partes de Mesoamérica. Existe también en esculturas, cerámica y códices.

En el afán de no restarle importancia al tema del color, pero tampoco escudriñarlo más allá de lo necesario, para efectos de esta investigación es imperioso aludirlo como un refuerzo que sustenta la decisión planteada de iniciar con el color azul. Es pertinente mencionar que desde un principio se procuró evitar teorías sobre psicología del color, esto no por considerarla ineficaz, sino porque se consideró “inoperante”, ubicar a cada personaje dentro de un color específico con respecto a su personalidad sería una proeza que requeriría de indagar entre amigos, familiares, colaboradores, colegas, trabajadores, etcétera, sobre la personalidad que, según cada uno diga, caracterizaba al exdirector en cuestión y posteriormente, otorgarle el color a su portada. Esto quedaba lejos de los objetivos de la propuesta.

Una vez definido el color con el que iniciaría el proyecto, la idea que mejor convino fue no encuadrarnos en el azul maya sino abrirnos a la posibilidad de un azul en otra saturación, esto podría ser mejor opción.

Asentado el color y al primer protagonista, era necesario considerar ¿qué color seguiría después del azul? Para esta decisión se retomó el círculo cromático de doce zonas, propuesto por Johannes Itten (Figura 3.1), en el que se propone que la acción característica de los colores quedan regulados en principio por los tres colores primarios, que mezclados entre sí dan los colores secundarios, luego los colores terciarios, que corresponden a la zona vacía entre cada color, que simultáneamente responden a los colores complementarios, aquellos que, en la composición cromática, se complementan. De manera general se puede afirmar que todos los colores que este círculo ofrece son armoniosos y que además se encuentran relacionados en el interior por un triángulo equilátero o isósceles, o un cuadrado o un rectángulo (Figura 3.2).



Figura 3.1. Círculo cromático de doce zonas de J. Itten.

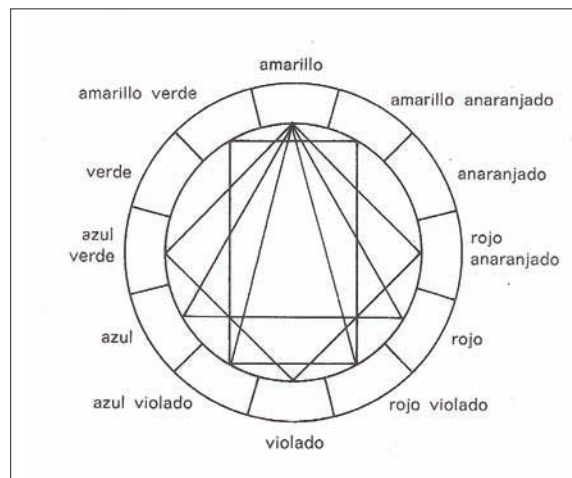


Figura 3.2. Círculo cromático de doce zonas de J. Itten.

Johannes Itten⁹⁵ expone que cada color se manifiesta con su propio carácter específico y que la unión de los colores amarillo, azul y rojo forman el triángulo equilátero. Por su parte los colores amarillo, azul-violeta y rojo-violeta construyen el triángulo isósceles. El cuadrado que forman el amarillo, rojo-anaranjado, violeta y azul-verde, de la misma manera que los colores del rectángulo amarillo-anaranjado, violeta-rojo, violeta-azul y amarillo-verde, dan concordancias armoniosas a cuatro colores (Figura 3.2). Las figuras que se emplean: triángulo equilátero, triángulo isósceles, cuadrado y rectángulo pueden formarse partiendo de cualquier color.



Figura 3.3. La estrella de los colores en doce zonas de J. Itten.

Nos enfocaremos a los colores del círculo cromático aunque no precisamente en su concepción de colores puros, sino a partir de sus distintas saturaciones, brevemente referenciadas en la estrella de los colores en doce zonas de J. Itten (Figura 3.3). En el cual se propone inclinarlos hacia lo claro o hacia lo

oscuro, según se requiera. El mismo autor nos ofrece imágenes que muestran los distintos lados de la esfera y explica que el libro al ser un medio impreso bidimensional, no puede reproducirse la esfera completa. Por lo que siendo la Figura 3.3 la superficie que se dirige hacia el lado del blanco, nos ofrece las otras perspectivas de la proyección sobre un plano, incluida la superficie que va hacia el lado del negro, Figura 3.4.

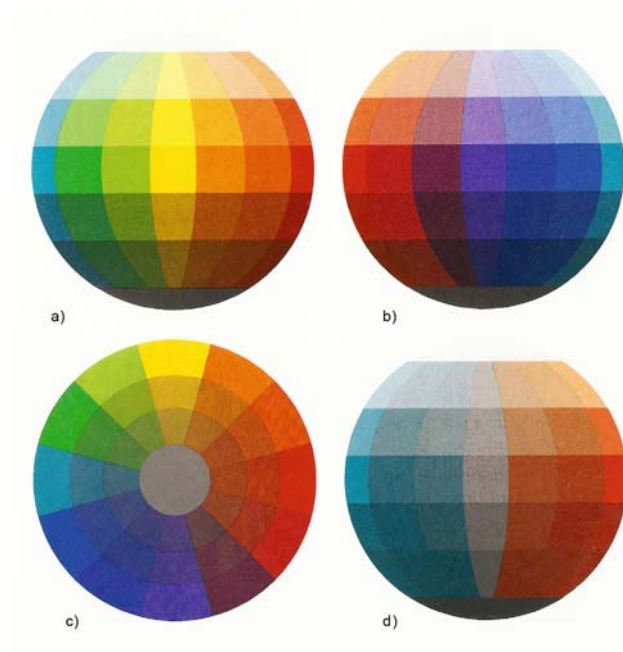


Figura 3.4. La estrella de los colores en doce zonas de J. Itten. (a) y b) son vistas de la superficie de la esfera, mientras que c) y d) son cortes horizontal y vertical de la esfera.

Vista por encima, la esfera presenta en su centro la zona blanca, la cual se continúa por las dos zonas caras y, finalmente, la mitad de la zona ecuatorial con los colores puros. Si contemplamos la esfera por abajo, tenemos en el centro la

zona negra, luego las dos zonas oscuras y la mitad de la zona ecuatorial con los colores puros. Así, el blanco se sitúa en medio de la estrella; al blanco se refieren las zonas claras, seguidas de los colores puros, los cuales se prolongan a su vez en las zonas de los colores oscuros. El negro se sitúa en las puntas de la estrella.

Basados en esta propuesta y para explicar los colores armónicos que antecederán y que precederán al azul de la portada del maestro Gerardo Portillo, retomaremos la ley del triángulo isósceles, iniciando su rotación a partir de sobreponer su ángulo principal en el color frío en cualquiera de sus saturaciones (más adelante observaremos cuál se eligió) y moviéndolo en la dirección de las manecillas del reloj obtendremos la pauta a seguir.

Bajo esta sencilla propuesta, se establece como primera triada (por los tres ángulos que nuestra figura geométrica posee) los siguientes colores:

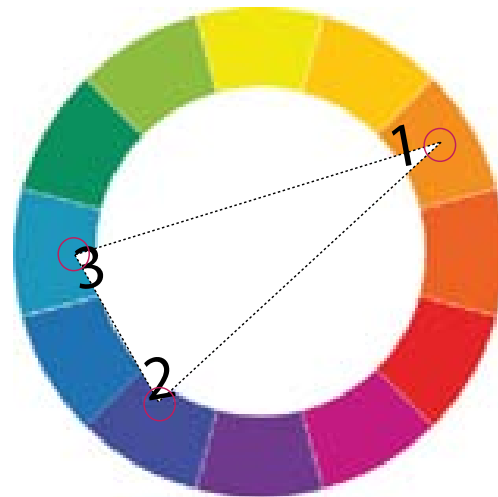


Figura 3. 5

Este primer ejercicio de triadas señaladas en la Figura 3.5 podría variar su saturación hacia el blanco o hacia el negro, según a su debida y satisfactoria elección. En seguida se muestra la estrella de doce colores para ejemplificar lo antes dicho.

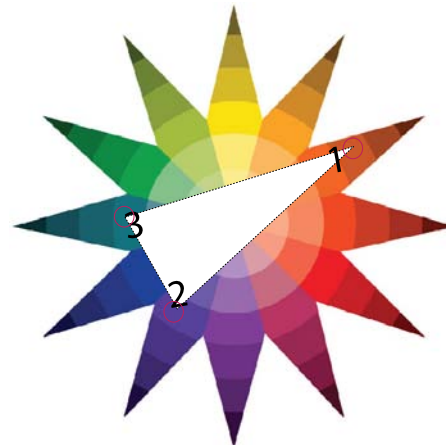


Figura 3.6

Entonces, la primera tercia definida quedaría así: anaranjado y dos distintos tonos de azul. Que corresponderían a los maestros (por orden de sucesión): Roberto Garibay Sida (1), Antonio Ramírez Andrade (2) y Gerardo Portillo Ortiz (3). En seguida para el maestro Juan Antonio Madrid Vargas, la regla funcionaría del siguiente modo:

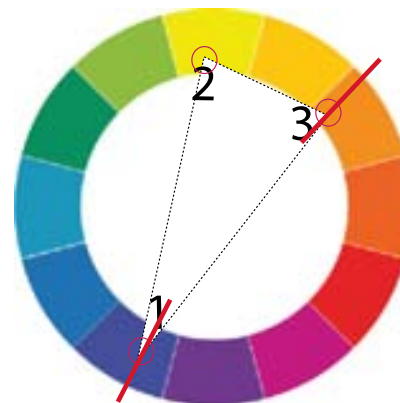


Figura 3.7

Vemos que girando el triángulo en dirección de las manecillas del reloj y posicionando el ángulo principal (1) en el subsecuente ángulo (2), la triada repite dos colores, por lo que se eliminan y entonces, el cuarto color de la serie consistiría en el amarillo. En un tercer movimiento el mecanismo funcionaría igual (Figura 3.7), resultando como quinto color el rojo violeta. Y así sucesivamente.

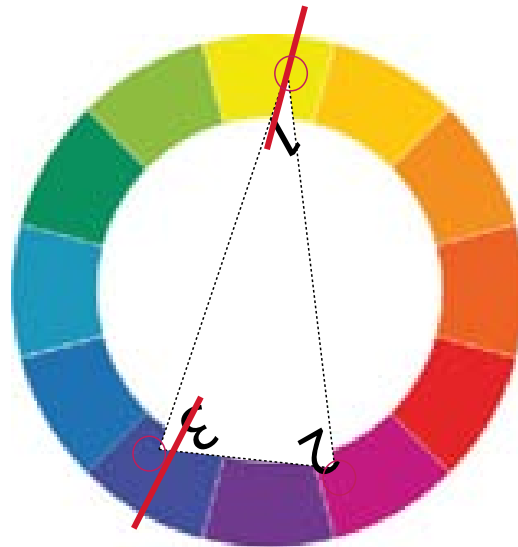


Figura 3.8

Una vez descritos estos breves ejercicios, es preciso explicar cómo se comportaría una primera cadena de por lo menos doce colores, la cual podría empezar de nuevo. Reiterando que la saturación se inclinará hacia los blancos o negros, hacia la izquierda o derecha, según se considere pertinente, en beneficio de los contrastes requeridos por cada propuesta individual.

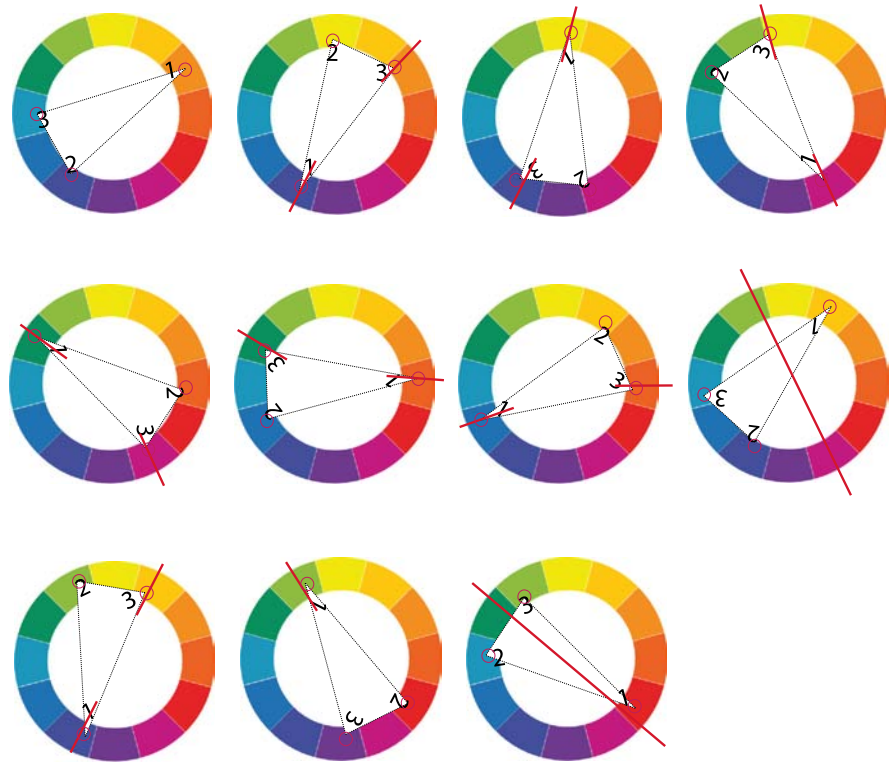


Figura 3.9



- (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10) (11) (12) (BIS)

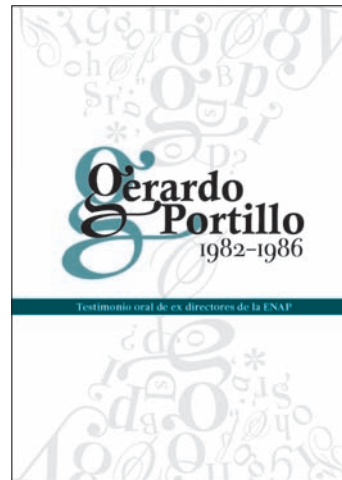
Otorgando cada color a los exdirectores que se muestra en la siguiente lista y teniendo en cuenta que los personajes de los que no se tenga entrevista, se considerarán como ausencia, el autor siguiente adquirirá el color que corresponde.

Roberto Garibay Sida
Antonio Ramírez Andrade
Luis Pérez Flores (no accedió a la entrevista)
Gerardo Portillo Ortiz
José Trinidad Osorio (murió días antes de la entrevista)
Juan Antonio Madrid Vargas
José de Santiago Silva (no se realizó)
Jesús Martínez Álvarez (no se realizó)
Eduardo Chávez Silva (no se realizó)

Lo anterior se construye con el óptimo interés de hacer a un lado, en la medida de lo posible, la subjetividad para la elección de cada uno de los colores que distinguirá a la serie y asentar las bases que sustenten dicha elección.

III.4. Diseño final

La elección final es el resultado de una decisión planteada a partir de las necesidades que la propuesta merecía, bajo el contexto de una retórica visual en la tipografía, el primer interés fue claramente enmarcado en que la información sería proyectada y reforzada únicamente a través de la tipografía (Figura 3.10). Considerando que esta elección arrojaría un resultado “genérico”, en donde todos los exdirectores a la fecha y los que vendrán tienen perfectamente cabida dentro del mismo formato y línea editorial, aunque con distintas directrices, tales como el color, el año de gestión, el nombre del maestro en cuestión, entre otros detalles que cambiarán según cada protagonista. Analicemos la propuesta elegida.



Portada
Figura 3.10



Contraportada
Figura 3.11

Diseño completo



Figura 3.12

III.4.1. Análisis retórico

Como parte final de la investigación nos centraremos en hacer una reseña acerca de las herramientas retóricas de las que nos hemos valido para realizar el diseño de la portada que enmarcará la serie *Testimonio oral de exdirectores de la ENAP*. Los cuáles están incluidos dentro de los cinco puntos de análisis básicos para un diseño con tipografía, vistos en el capítulo II:

- Tipografía utilizada.
- Composición o disposición en la página.
- Representación del *prosodema visual*.
- Figura retórica utilizada.
- Dimensión de la figura retórica.

Podemos decir que en este discurso visual se observa un diseño elaborado a partir de tipografías romanas, tanto en la información principal como en la que pasa a segundo plano, apoyado no sólo de letras, sino también de signos gramaticales y numéricos. La composición responde a una formación dinámica/irregular, porque plantea un concepto a partir de distintas familias tipográficas, dispuestas en diversos ejes, tamaños y espaciados. Pareciera que el primer mó-

dulo se repite hacia debajo de forma invertida, sin embargo observando mejor, es notorio que son módulos distintos, atrapados en el centro por el nombre del protagonista del librito, concentrando la atención en medio y concluyendo al final con una serie de números, que a su vez conectan la dirección de la lectura con un pequeño cintillo ubicado justo por debajo, invitando a realizar el siguiente paso, abrir el libro.

Existe una gama y diversidad de disposición en las letras, resultado de la primera fase de la retórica. Pues recurriendo a la *inventio* (la selección de los argumentos y las ideas sobre las que después habrá de implantarse un orden considerado en la *dispositio*), nuestro proceso discursivo estará basado en diferentes hechos relatados a través del tiempo, como un campo histórico que tiene como *plus*, el instrumento afectivo de ser contado directamente por los distintos exdirectores, que al ser entrevistados directamente, el principal argumento apela a que tienen un alto grado de credibilidad.

Así, localizando en los compartimientos de la memoria (*loci*), el concepto que nos hace referencia a la exactitud con respecto al tiempo es el reloj, porque al ser los contenidos parte fundamental de la *inventio*, nos ubican en un tiempo y un espacio específico de la historia de la FAD y que poco a poco nos llevará, como ya lo vimos al método aristotélico de preguntarnos ¿quién?, ¿qué?, ¿dónde?, ¿por qué?, ¿con ayuda de quiénes?, ¿cuándo?, respuestas que se pretenden resolver de primera instancia en la portada de cada libro. Resultando como primer tópico, la temporalidad, representado con un reloj de arena y que sabemos, es un instrumento mecánico que sirve para medir un determinado transcurso de tiempo, desde el momento en que la arena comienza a caer del receptáculo o bulbo superior al inferior, hasta que termina de hacerlo, y sólo requiere de la energía potencial de la gravedad para su funcionamiento. Algo antiguo sí, como antiguos son los relatos que se han planteando y que continuarán así cada que se narre “una gestión pasada”, actualmente el reloj de arena es una clara referencia que permite representar al tiempo, aunque se ha sustituido por el reloj de pulsera para conocer la hora, y el cronómetro para medir el tiempo preciso transcurrido entre dos sucesos.

La segunda fase, la *dispositio*, referencia el orden elegido del discurso que debe resultar favorable a los fines del mismo al reflejar la tipografía dentro de un diseño, estructurando el discurso visual. El objetivo conmovier e informar.

Esta fase consiste en la estructuración del pensamiento y plantea la manera en que un *gesto tipográfico* debe plasmar los argumentos esbozados y elaborar la forma de un reloj de arena. Al final el resultado planteado se apoyó en la *inventio*, al decidir que la disposición de las letras que formarían la estructura del reloj reforzarían el concepto, al ser las tipografías elegidas de familias variadas y con composición aleatoria y dispersa, esto porque los hechos narrados así lo reflejan; han sido variados, contrastados, relatados desde la perspectiva en que cada uno lo vivió, lo percibió, lo sintió, es la versión que ellos contaron de los hechos, no hay nada dicho como ley absoluta, fue su experiencia, el trabajo, su tiempo, su época, su forma de ver y enfrentar las situaciones. Algo tan aleatorio, sin saber qué nuevo “escenario” se presentaría, siempre un reto diferente a enfrentar y resolver conforme cada uno lo concibiera.

Para la tercera fase, la *elocutio*, el concepto ya está avanzado. Considerando que la elocución constituye el ropaje lingüístico correcto, pulcro, gracioso y adornado con que se visten las ideas, la elocución está del lado de la pasión, del cuerpo, tornan deseable la palabra, producen la elegancia del lenguaje. Por lo que en el diseño aprobado se realiza un juego visual a partir de la información que se tiene, para el caso de cada exdirector se retoma la letra inicial de su nombre.

En nuestra primera portada es la letra “g”. Se repite en distintas ocasiones queriendo hacer énfasis en el exdirector aludido, también se acentúa el nombre por la repetición de la inicial, la portada toma fuerza cuando hay letras en pesos más grandes y de color más saturado en la parte central; también hay una historia atrás, lograda a partir de una saturación menor de color, en las letras de fondo, indicando ser modulaciones en la voz, como si alguien estuviera contando una historia de manera suave, susurrada al oído, algo que se intenta decir en un tono algo más personal, pero que con más atención percibimos está llena de energía, constancia, guiños, un discurso contenido en el tiempo, con la transparencia de un reloj de arena.

En cuanto a figuras retóricas, hablemos de las que más resaltan dentro del diseño. En primer lugar mencionemos la figura de alusión (sustitución) representada en el fondo de la portada al crearse con tipografía, en un tono más bajo, la forma de un reloj de arena, sugiriendo la relación existente con la idea del “tiempo”, experiencias vividas, momentos pasados (parte fundamental de las

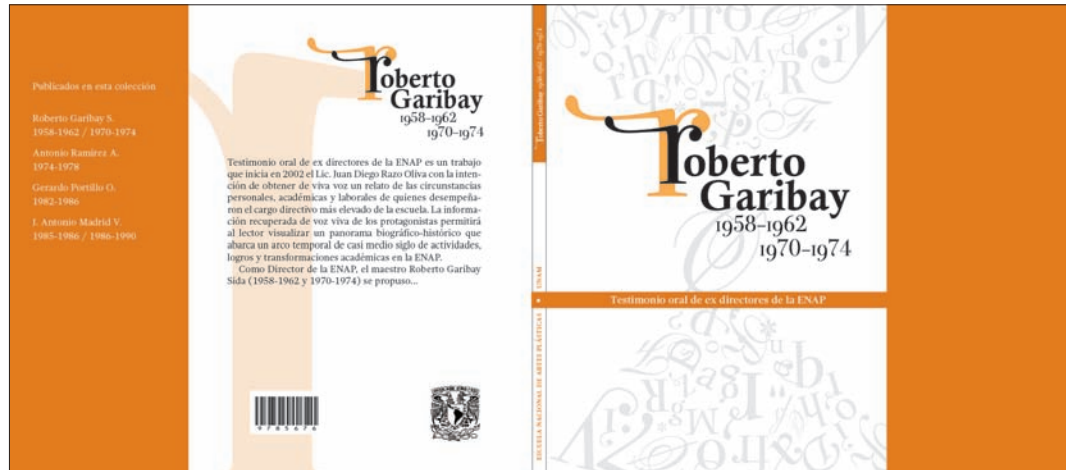
distintas gestiones administrativas que han transcurrido en la FAD). La anáfora (adición), retomando el concepto de que esta figura es la repetición intermitente, observamos a la letra “g”, haciendo apariciones persistentes, repitiéndose al menos ocho veces variando el tamaño, fuente y disposición en el espacio. Otra figura que habría que destacar es la sinécdoque (sustitución) indicada al escoger sólo la inicial del nombre del exdirector para exagerar sus proporciones con respecto al resto del título y hacer énfasis en éste. Lo que denota otra figura, la hipérbole (adición), al trascender el tamaño general del encabezado e intensificar la proporción de una letra sobre las demás. Otra figura retórica que se hace evidente es la acumulación (adición), al aglomerarse dos elementos de una manera correlativa en relación de su forma y significación, como el caso de la inicial en el nombre del exdirector citado.

Con respecto a la prosodia visual podemos hablar desde la perspectiva que Pedro Vidal propone acerca del concepto de las palabras como significantes más allá de su lectura textual. Confluyen las modulaciones en la “voz”, ayudados por el cambio de tonalidad en los colores; la acentuación evidenciada por distintos tamaños de los signos tipográficos, la disposición en los tipos de fondo, el ímpetu y la fuerza al encontrar las formas giradas en diferentes ejes; parecen por momentos personajes en movimiento, en otras, situaciones en desorden, un contorneo, quejas, el esfuerzo por contener, dar orden y dirección a cada uno de los elementos.

Por otra parte, se ha presentado el diseño para la contraportada del libro, en ella observamos nuevamente la repetición del titular de la cubierta y en el fondo una letra “g” que se sale del formato, signo que es utilizado para explorar la figura retórica de inversión (permutación), lograda al reflejarse 180° la letra inicial del nombre, produce un efecto donde al cerrarse el libro sostiene hasta lo último de los hechos narrados por el protagonista.

Es preciso señalar que los detalles analizados son una perspectiva retórica, donde el fin principal es persuadir y que con estos mismos, se llevarán a cabo los siguientes discursos visuales, los cuales tendrán las modificaciones correspondientes para cada autor.

III.4.2. Cuatro primeras portadas



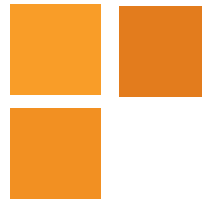
Roberto Garibay

Figura 3.13

Aproximación a Itten
con pantone

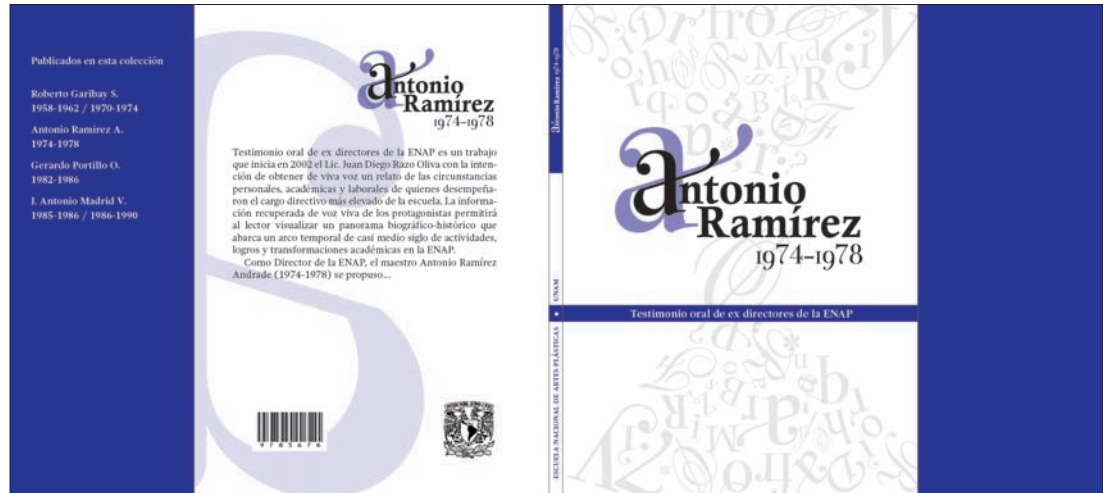


Variaciones de color sobre pantone



Original Itten

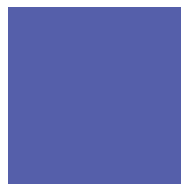
Roberto Garibay



Antonio Ramírez

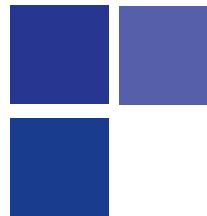
Figura 3.14

Aproximación a Itten
con pantone



Original Itten

Variaciones de color sobre pantone



Antonio Ramírez



Gerardo Portillo

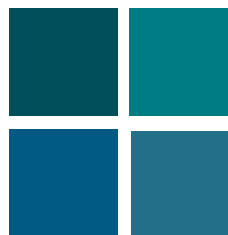
Figura 3.15

Aproximación a Itten
con pantone

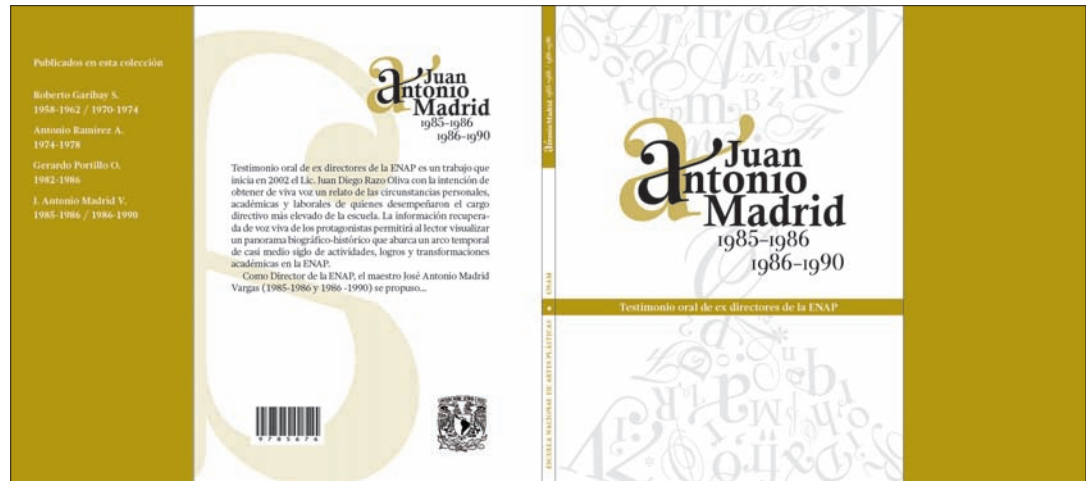


Original Itten

Variaciones de color sobre pantone



Gerardo Portillo



Juan Antonio Madrid

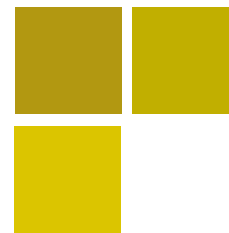
Figura 3.16

Aproximación a Itten
con pantone



Original itten

Variaciones de color sobre pantone



Juan Antonio Madrid

Como se puede observar en el diseño elegido, la disposición del discurso como lo son el nombre, su letra inicial y la alusión de un reloj de arena dicho con signos tipográficos tiene una capacidad de recibir la diversidad de nombres y de iniciales que cada protagonista posee, sin olvidar, la intención de ser reforzado por el color según corresponda.

De manera general se señala que el propósito de la colección *Testimonio oral de exdirectores de la ENAP* es crear un acercamiento a las distintas generaciones de la escuela con la vida de los artistas, diseñadores o comunicadores, quienes han tomado posesión del nivel administrativo más importante de la Facultad de Artes y Diseño, la dirección. Además del interés por difundir la historia directamente dicha por el exdirector entrevistado. Que su versión y recuerdos de los hechos salgan de lo secreto y lo legendario para conocer de *viva voz* su versión de los hechos, donde los elementos de las portadas encaucen de manera retórica que el público sea persuadido y que el discurso que nos cuentan se ha planteado gráficamente reforzando así, lo descrito durante esta investigación, respondiendo a necesidades básicas de comunicación y persuasión.

Conclusiones

A lo largo de estas páginas se presentan varias referencias con respecto al alcance de este trabajo y a la perspectiva que tiene la aplicación de la retórica, que a pesar de ser un fenómeno complejo enfocado desde su comienzo al estudio del discurso oral, ha sido a partir de grandes estudios que se ha podido aplicar a términos de diseño, específicamente, al gráfico.

Durante la primera mitad de este siglo observamos que la retórica tenía un interés menor por parte de los investigadores y estudiosos del área, pareciera que existía un cierto desprestigio desde hacía siglos por la retórica, se veía en una continua decadencia, llegando hasta una indiferencia por retomarla; sin embargo, me atrevería a decir que es a partir de la llamada *nueva retórica* que sucede una cautivante y potente innovación.

Es por ello que desde un punto de vista razonado esta tesis pretende enfatizar un resurgimiento de la retórica, hecho posible gracias a grandes aportaciones realizadas por Roland Barthes, Jacques Durand, Perelman, Grupo M, por citar a algunos. Quienes iniciaron serias reflexiones acerca del alcance que la retórica tiene en la actualidad. Sin embargo es importante enfatizar, dentro de estas conclusiones, que la línea de investigación queda abierta a seguir promoviendo el estudio de este arte, pues ante la emergencia con que se ha comprendido que la información ya no sólo es para leerse, sino también para verse y sentirse, y que a causa del crecimiento inminente de medios visuales implicados en géneros órales, presenciales y audiovisuales, se ha llegado a un nuevo alcance, situaciones que ya no sólo se generan dentro de un cartel, un folleto, un libro, la cartelera, etcétera (ejemplos que representan imágenes estáticas) sino generadas a partir de una nueva era, las imágenes digitales, vistas por medio de la televisión, videojuegos, internet y hasta en un dispositivo móvil. Todos relacionados por una característica, crear la misma situación de la Antigüedad: considerar que aún es posible representar “la presencia del orador frente a su audiencia”; con la diferencia que éste ahora queda en el anonimato.

Las implicaciones que notamos de esto es que al final la intención sigue siendo la misma aunque con planteamientos reforzados, la comunicación y persuasión como interés primordial, a través de la interacción y participación del público. En este sentido, también se consideran capitales las aportaciones de Alejandro Tapia, Antonio Rivera, Roberto Gamonal y el proyecto de investigación que está desarrollando el grupo de Retórica de Icono14, entre otros.

La tesis *La retórica visual en la tipografía* centró su atención no tanto en el análisis histórico del devenir de la retórica a lo largo del tiempo, ni en cuanto a los nuevos contenidos y perfiles de una retórica que se actualiza por su implicación en los nuevos medios, sino en los tipos de discursos y funciones retóricas que han sido reflejadas en la historia del diseño gráfico, específicamente dentro de la era de los medios impresos, analizando los resultados de la relación existente entre la audiencia y el orador “visual”. Concluyendo que los grandes hechos gráficos se entienden y, en el mejor de los casos, se crean a partir de los estudios e investigaciones retóricas, enfatizando su vínculo con la comunicación visual, resolviendo que el discurso gráfico se puede realizar a través de las fases de la retórica. La intención fue recobrar el valor de la palabra apoyados en el sentido mismo del discurso donde la eficacia de la retórica parte sin duda alguna del compromiso de quien habla. Durante el proyecto observamos que sus alcances dependen del concepto que se tenga de ella y aunque no existe una noción única compartida por todos, el hecho es que teniendo de herramienta a la retórica cuando se elabora un discurso, se fomenta un diseño mejor planeado, elaborado y expresado. Desafortunadamente aún varias personas tienen la idea que la retórica es como un complemento en el sistema de reglas de enunciación que permite al hablante expresarse, no importa si bien o mal.

Por lo cual, fue de suma importancia para este trabajo dejar claro que así como la retórica en sus inicios consistía en el arte de persuadir en público a través de la presencia de un orador, el diseño y la comunicación visual se ha convertido en una práctica contemporánea (en comparación con los inicios de la retórica) que permite, en cierto sentido, expresar un discurso de manera “visual”, siendo el orador quién ahora prescinde de la voz y utiliza recursos gráficos, como la tipografía, para persuadir al público. Aquí la actividad de diseñar comienza a partir de un proceso consciente que relaciona y estudia dis-

tintas alternativas, las cuales culminan en la construcción de un “ser gráfico” que en principio no se conoce, pero que el reto es traerlo a la existencia. Cabe señalar que la finalidad de este acto de comunicación no comprende soluciones únicas y necesarias sino sólo probables, es decir, el orador visual durante su periodo de creación genera diversas soluciones posibles, no obstante debe considerar que la propuesta final requiere provocar (necesariamente) el fin comunicativo que apele a la persuasión. Tal acto de comunicación se apoya en las realidades establecidas por la sociedad, como pueden ser los consensos sociales y las acciones que reflejen el bien común, por medio de la información, los hechos, las opiniones, las circunstancias y las creencias, que generalmente son necesarias para permitir las posibilidades de acción.

Es a partir de lo dicho anteriormente que el interés de este trabajo consistió en mostrar a partir de un proyecto específico de comunicación visual, que la retórica y el diseño pueden trabajar de forma integral en la producción de discursos visuales a través de la tipografía. Haciendo hincapié en que es imperante combatir el frecuente desconocimiento sobre este arte, el cual a veces sólo se conceptualiza como algo falso. Además de que se le ha reducido única y exclusivamente al embellecimiento mediante figuras (como si tuvieran la función embellecedora de un anillo, de una joya), que entendida de esta manera resulta vana y fútil. Aunque se mostró que la figura no es puro adorno y que apoyada en la argumentación logra una influencia importante en la acreditación del hablante y en la adhesión del destinatario.

Podemos agregar que el objetivo primordial se logró: contribuir al estudio de la retórica visual dentro del diseño editorial. A partir de las cinco fases de la retórica (*inventio, dispositio, elocutio, memoria* y *actio*) y principalmente de las tres primeras, como categorías que sirvan como una herramienta mediante la cual el diseñador gráfico pueda afrontar diversos discursos visuales, no como una fórmula fija sino como un proceso, un ejercicio que logre enriquecer el sentido original de las palabras con ayuda de la tipografía, quien juega un papel clave en este planteamiento. Reconociendo que el orador o comunicador gráfico es actualmente quien actúa como mediador entre el discurso verbal y su transformación al discurso visual. Entendiendo esta “transformación” no como un problema de diseño, sino como una intención de comunicar visualmente el pensamiento, para lo cual le es necesario buscar

ideas y probabilidades pertinentes que lo representen, podemos decir que la actividad de diseñar comienza como un proceso consciente a partir de relacionar y estudiar distintas alternativas que permitan la construcción de un “ser gráfico” que no se conoce y donde el reto es traerlo a la existencia. Este comienzo requiere ser considerado como ese lugar común, propicio, pertinente y necesario para la estimulación creativa, donde el orador visual explore las posibilidades de comunicar gráficamente la razón, la emoción y las verdades, a partir de los lugares comunes, y con ello reunir las pruebas suficientes para resolver el mensaje, eligiendo la opción que permita un mejor acto de comunicación, siempre y cuando éste sea viable. Cabe señalar que la finalidad de este acto debe considerar que la propuesta presentada requiere provocar (necesariamente) el fin comunicativo que apele a la persuasión. Tal acto comunicativo se apoya en las realidades establecidas por la sociedad, como pueden ser los consensos sociales y las acciones que reflejen el bien común, esto a partir de la información, los hechos, las opiniones, las circunstancias y las creencias, que generalmente son necesarias para permitir las posibilidades de acción.

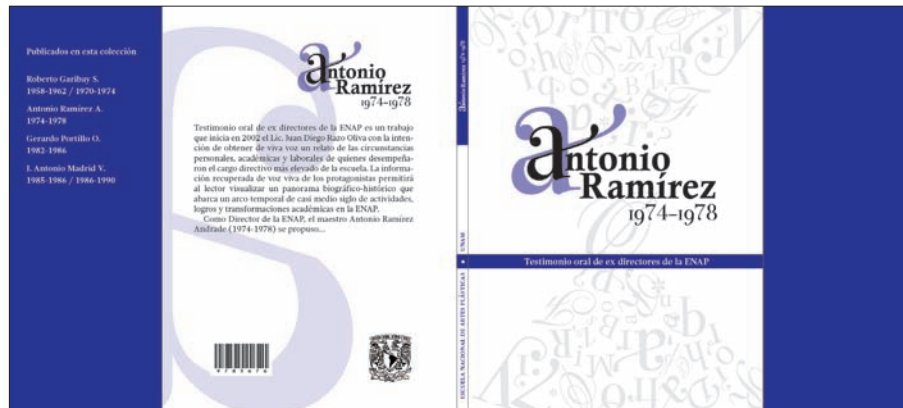
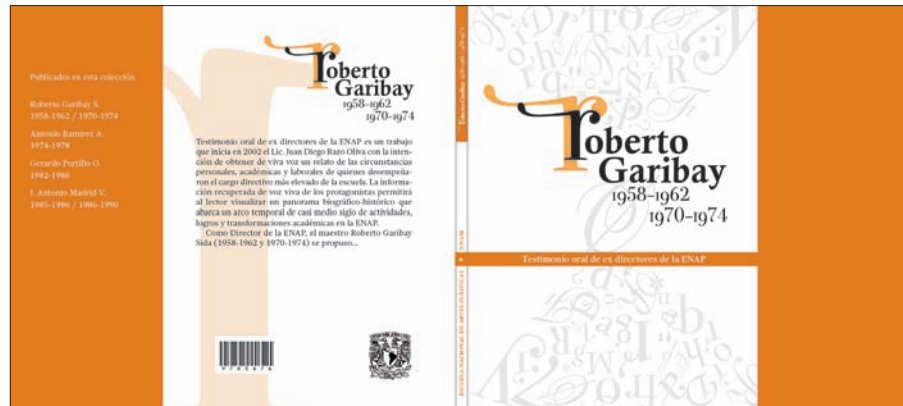
Postulaba al principio de la exposición que la retórica visual en la tipografía es un instrumento para reemplazar la presencia perdida del orador, con la finalidad de lograr diseños mucho más atractivos y persuasivos, hipótesis comprobada gracias al trabajo elaborado y al análisis de un enorme y valioso deleite visual, hecho a partir de grandes obras de diseño elaboradas con base en la tipografía.

De manera general, se considera que este tema tiene aún mucho por experimentar y explorar, además se vislumbra como un importante apoyo de la comunicación gráfica para seguir desarrollando su estudio y también en un futuro lograr que esta materia de investigación se retome en las aulas con mayor utilidad y como diseñadores conocer más acerca de ella, pues esto servirá más allá que como un beneficio de persuasión, como una forma de vida profesional, que dé como resultado un mejor y complaciente entorno, al recaer su objetivo en exponer ante el público mensajes mejor elaborados y persuasivos.

En este sentido no queda más que concluir que las habilidades plásticas y las capacidades visuales son sólo la primera condición necesaria para ser diseñador. Sin embargo, para ser integrales necesitamos inevitablemente de los

instrumentos y herramientas que adquirimos en nuestra formación académica, aquella que nos instruyó para un fin profesional. Sin embargo, esta no se vuelve funcional si no llevamos la teoría a la práctica.

Forros finales para las cuatro primeras portadas de la serie editorial:
Testimonio oral de exdirectores de la ENAP





Fuentes de consulta

Bibliografía

- ALBALADEJO, TOMÁS, *Retórica*, Madrid, Ed. Síntesis, 1991, 198 pp.
- BAINES, Phil, *Tipografía: función, forma y diseño*, México, Ed. Gustavo Gili, 2002, 192 pp.
- BARTHES, Roland, *La semiología*, Buenos Aires, Ed. Tiempo contemporáneo, 1970, 200 pp.
- BASSAT, Luis, *El libro rojo de la publicidad: ideas que mueven montañas*, Barcelona, Ed. Espasa, 1999, 245 pp.
- BERISTÁIN, Helena, *Diccionario de retórica y poética*, México, Ed. Porrúa, 1985, 520 pp.
- BERISTÁIN, Helena (comp), *Espacios de la retórica. Problemas filosóficos y literarios*, México, UNAM, 2010, 385 pp.
- BEUCHOT, Mauricio, *La retórica como pragmática y hermenéutica*, Barcelona, Antrophos, 1998.
- BLACKWELL, Lewis, *Tipografía del siglo XX remix*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1998, 192 pp.
- CANDEL SANMARTÍN, Miguel, *Aristóteles Tratados de lógica (Órganon)*, Madrid, Ed. Gredos, 1982, 390 pp.
- CARSON, David, *The End of the print*, España, Ed. Laurence King, 1995, 156 pp.
- , *et al*, 2nd. *Sight*, España, Ed. Laurence King, 1996, 186 pp.
- CLARK, Eric, *La publicidad y su poder: las técnicas de provocación al consumo*, México, Ed. Planeta, 1989, 560 pp.
- DURAND, Jacques, *Retórica e imagen publicitaria*, París, Ed. Mitre, 1970, 112 pp.

- ECO, Umberto, *Semiótica y filosofía del lenguaje*, Barcelona, Ed. Lumen, 1990, 355 pp.
- ESQUEDA, Román, *El juego del diseño*, México, Ed. Designio, 2003, 127 pp.
- FISHEL, Catharine, *El arte de la producción creativa. Materiales, encuadernación y acabados*, Barcelona, Index Book, 2007, 168 pp.
- GAMONAL, Roberto, *Logos, ethos, pathos. Retórica y creatividad en el diseño gráfico*, Madrid, 2011, Ed. Ícono 14, 657 pp.
- GUTIÉRREZ, Daniel, *Voces del diseño desde la visión de Aristóteles*, México, Encuadre, UIA León, 2008, 77 pp.
- GRUPO M, *Retórica general*, Barcelona, Ed. Paidós Comunicaciones, 1987, 316 pp.
- GRUZINSKI, Serge, *La guerra de las imágenes (De Cristóbal a "Blade Runner", 1492-2019)*, México, Fondo de Cultura Económica, 1990, 180 pp.
- ITTEN, Johannes, *Arte del color*, París, Ed. Bouret, 1975, 96 pp.
- KINROSS, Robin, *Tipografía madera: ensayo histórico crítico*, Valencia, Ed. Campográfico, 2008, 293 pp.
- LAUSBERG, Heinrich, *Elementos de retórica literaria*, Madrid, Ed. Gredos, 1993, 180 pp.
- MARTÍNEZ-VAL, Juan, *Tipografía práctica*, Madrid, Ediciones Laberinto S.L., 2002, 384 pp.
- MCLEAN, Ruari, *Manual de tipografía*, Madrid, Ed. Blume, 1987, 214 pp.
- MEGGS, Philip, *Historia del diseño gráfico*, Barcelona, Ed. RM, 2009, 574 pp.
- MURPHY, Chaim, *El imperio retórico*, Bogotá, Ed. Norma, 1997, 214 pp.
- MURPHY, James, J., *Sinopsis histórica de la retórica clásica*, Madrid, Gredos (Biblioteca Universitaria), 1986, 283 pp.
- OLSON, David R., *El mundo sobre papel. El impacto de la escritura y la lectura en la estructura del conocimiento*, Barcelona, Ed. Gedisa, 1994, 349 pp.
- PERELMAN, Chaim y Olbrechts-Tyteca, *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, Madrid, Ed. Gredos, 1989, 855 pp.

- PRIETO CASTILLO, Daniel, *Retórica y manipulación masiva*, México, Ed. Premia, 1984, 131 pp.
- PUJANTE, David, *Manual de retórica*, Madrid, Ed. Castalia, 2003, 425 pp.
- RIVERA, Antonio, *La retórica en el diseño gráfico*, México, Encuadre-UIC-EDIMBA, 2007, 127 pp.
- REYES CORIA, Alfonso, “La crítica en la edad ateniense y la antigua retórica”, en *Obras completas*, Vol. XII, México, Fondo de Cultura Económica, 1961, [4ª. Edición], 587 pp.
- , “La antigua retórica”, en *Obras completas*, Vol. XIII, México, Fondo de Cultura Económica, 1961, 272 pp.
- REYES, Bulmaro, *Límites de la retórica clásica*, México, UNAM, 1995, 176 pp.
- Reyes-Valerio, Constantino, *De Bonampak al Templo Mayor: el azul maya en Mesoamérica*, México, 1993, Siglo XXI Editores, 160 pp.
- RIGGS, Tamyé, *Tipos: tipografías clásicas para el diseño gráfico contemporáneo*, Barcelona, Ed. Parramon, 2010, 256 pp.
- RICOEUR, Paul, *La metáfora viva*, Madrid, Ediciones Cristiandad, 2001, 443 pp.
- SATUÉ, Enric, *Los demiurgos del diseño gráfico*, Madrid, Ed. Mondadori, 1992, 181 pp.
- SCOLARI, Carlos, *Hacer clic*, Barcelona, Ed. Gedisa, 2004, 256 pp.
- SESMA, Manuel, *Tipografismo*, Barcelona, Ed. Paidós, 2004, 214 pp.
- TAUBE, Isabel, *et al, Diseño gráfico en la era mecánica, la colección Merrill C. Berman*, Valencia, Ed. Generalitat Valenciana, 1999, 228 pp.
- TAPIA, Alejandro, *et al, Ensayo de diseño tipográfico en México*, México, Ed. Designio, 2003, 119 pp.
- , *El diseño gráfico en el espacio social*, México, Designio, Encuadre, 2004, 248 pp.
- VARICHON, Anne, *Colores. Historia de su significado y fabricación*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 2005, 288 pp.

VERA CRUZ, Fray Alonso de la, *Tratado de los tópicos dialécticos* (versión Mauricio Beuchot), México, UNAM, 1999, 106 pp.

VICTOROFF, David, *La publicidad y la imagen*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1980, 137 pp.

Hemerografía

BAÑUELOS, Federico, “La retórica en la práctica de la música del Renacimiento y del Barroco”, en *Acta Poetica*, No. 22, pp. 188-214.

MARTÍNEZ MEAVE, Gabriel, “La faz de la letra”, en *a! Diseño*, año 15, No. 81, 2006, pp. 37-42.

QUIÑONES MELGOZA, José, “Ovidio y la práctica de la retórica”, en *Acta Poética*, No. 14-15, pp. 75-126.

RAMÍREZ, Arturo E., “Discurso retórico en la poesía griega clásica”, en *Acta Poética*, No. 14-15, p. 57.

RIVERA, Antonio, “Entrevista al Dr. Román Esqueda Atayde”, en *Encuadre*, Vol. 2, No. 23, 2003, pp. 2-7.

—————, “De los signos tipográficos a las metáforas tipográficas”, en *Typo*, No. 4, México, primavera, 2003, pp. 4-13.

TORRIENTE, Eugenia de la, “Vender bonito”, en *EPS* (El país semanal), No. 1. 584, 2006, pp. 78-86.

ZUNZUNEGUI, Santos, “La enunciación visual, la cooperación interpretativa, de la retórica al placer textual”, en *Signo e imagen*, No. 15, 1989, pp. 81-94.

Sitios web

<http://mexicanosdisenando.org.mx>

<http://www.terraplana.com>

<http://www.eumed.net>

<http://www.wga.hu>

<http://www.blogartesvisuales.net>

<http://www.amazon.com>

<http://www.frente.com.mx/alejandromagallanes/>

*Esta tesis se terminó de imprimir en Méxicio, D.F.,
en el mes de noviembre de 2014.
Se utilizaron tipos Gandhi Serif y Gandhi Sans.*

*Corrección y cuidado de la edición:
José Pulido Mata
Formación y diseño, Irasema Chávez Santander*

El tiro fue de 7 ejemplares.

