

12
24

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO.**



ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS.

**MANUAL PARA EL DISEÑO DE TIPOGRAFÍA
CREATIVA.**

TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LIC. EN DISEÑO GRÁFICO.

PRESENTA:

Francisca Benítez González

Director de Tesis: Lic. Julián López Huerta.



DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCHIMILCO D.F.

México, D.F. Mayo 1996.



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.

ÍNDICE.

CAPITULO I.

LOS ORÍGENES DE LA TIPOGRAFÍA.

INTRODUCCIÓN	4
1.1 Marco histórico.	7
1.2 Historia de la tipografía.	32

CAPITULO II.

LA TIPOGRAFÍA Y SUS CARACTERÍSTICAS.

2.1 Letrografía.	65
2.1.1 Anatomía de la letra.	67
2.1.2 Clasificación de las familias tipográficas.	70
2.1.3 Tipometría	80
2.2 Diseño tipográfico.	81

CAPITULO III.

TIPOGRAFÍA CREATIVA.

3.1 Tipografía Creativa.	89
3.1.1 Características.	91
3.1.2 Ejemplos.	96
3.2 Metodología y ejemplos de aplicación (Propuesta)	98
Conclusiones.	131
Anexo I	136
Apéndice I	141
Guía de color	148
Referencia de ilustraciones	149
Bibliografía.	150

Los primeros trazos fueron las primeras esquematizaciones elementales de una geometría tal vez innata o quizá sólo simplificada a causa de la torpeza manual.

Gerard Blanchard en la Enciclopedia de Diseño "La letra"

Capítulo 1

LOS ORÍGENES DE LA TIPOGRAFÍA.



INTRODUCCIÓN

El proceso de la escritura tiene antecedentes muy remotos; el hombre primitivo es el protagonista de éstos. En un principio, buscó un medio para registrar, conservar y heredarlos a futuras generaciones. A partir de entonces, surgieron muchas propuestas de signos, que más tarde darían origen a los alfabetos.

Poco a poco se formó un sistema de signos. Al paso del tiempo se consolidó el alfabeto que se conoce actualmente. Con la sucesión de cambios sociales y tecnológicos, la escritura se difundió. La aparición de la imprenta aceleró el proceso y la creación de los primeros tipos móviles determinó la conformación más precisa de los alfabetos.

El desarrollo de la tipografía no se limitó a crear nuevas fuentes tipográficas; actualmente forman parte de un catálogo y son de uso común entre los diseñadores gráficos. Estas familias se convirtieron en alfabetos clásicos y aportan soluciones a cualquier aplicación del diseño gráfico. Por lo tanto tipografía e imagen son las herramientas fundamentales que tiene el diseñador gráfico.

La tipografía, desde el punto de vista gráfico, es una imagen, pues posee un espacio a su alrededor y dentro de ella misma que interactúa en la constitución de la letra y comparte con los demás elementos del mensaje un campo que permitirá que la letra sea una imagen susceptible de modificaciones. La letra a modificar ya posee una imagen, registrada en la mente, y forma parte de un sistema de signos que se conoce como alfabeto.

Estas reflexiones generan la inquietud de crear una tipografía que esté aún más relacionada con el mensaje a transmitir. Asimismo, se pueden encontrar en la tipografía creativa algunas características que permiten satisfacer la necesidad anterior. La tipografía creativa puede definirse como: la modificación de la estructura de la letra, para darle un carácter más personal, según el mensaje que pretenda transmitir con la tipografía creativa, de acuerdo con March:

podemos darle un rasgo a una letra, palabra o frase y no se limite a dar el mensaje, sino a formar parte del mismo e incorporarse al soporte¹

Este trabajo pretende ser un texto que ayude a resolver problemas de diseño gráfico, en los cuales la tipografía creativa será el principal componente, pues establece que cualquier elemento de una determinada fuente o familia puede ser cambiada por el diseñador mediante diversas técnicas para crearle una imagen propia. Ante estas consideraciones, tomando en cuenta el avance tecnológico, y de la tipografía; el objetivo de este trabajo es recurrir a la tipografía creativa como una opción novedosa en el diseño gráfico.

¹MARCHI, Marion. Tipografía Creativa. Gustavo Gili. Barcelona, p.8.

Surge así la inquietud de estudiar desde otro punto de vista la tipografía y analizar sus orígenes para hablar de ella como una alternativa de cambio y no como una estructura rígida que se puede unir y comunicar algo.

Por considerar a la tipografía creativa como un recurso novedoso, es necesario tener antecedentes históricos, que permitan entender los orígenes de las letras o tipos y las normas que se fueron creando conforme a su desarrollo. Estas reglas llevan a un conocimiento más profundo de la tipografía

Este trabajo hace una recopilación de los momentos sobresalientes de la historia de la tipografía y de la imprenta. Ambos aspectos crearan un marco histórico encaminado a develar aspectos importantes del tema.

El hecho de que aparezca Imagen - Tipografía es insuficiente. Las letras sin contar con lo icónico son capaces de contener tanta información como una imagen:

...mediante tratamiento gráfico personal de un determinado tipo modificar su carácter.²

Ante la necesidad de crear un soporte suficientemente legible y preciso, la tipografía creativa mostrará el manejo de palabras, frases o textos; para originar un mensaje aún más accesible.

La alteración de un carácter obedece a las necesidades mismas del diseño; es decir, el avance tecnológico ha llevado a buscar nuevas técnicas para el diseño y la letra no puede quedarse estancada. Por lo anterior, una buena opción sería que la tipografía creativa fuera más explotada y se agotaran los recursos que presenta el avance tecnológico para ofrecer una opción más novedosa. Además, las situaciones sociales obligan a estar siempre a la vanguardia en todos los aspectos. El diseñador gráfico aparentemente está aislado de todas estas situaciones; sin embargo no se queda fuera de ellas al pertenecer a la sociedad, lo que hace inminente su contacto con su entorno.

Para la renovación de caracteres, palabras, frases o textos este trabajo pretende ser una ayuda accesible a quienes tengan conocimientos de diseño para permitirles entender a la tipografía como una estructura modificable.

Este trabajo recoge en el **primer capítulo** datos históricos de varias fuentes para formar un marco histórico en el que se ubica el nacimiento de la imprenta, muy ligada a la tipografía y cuyo desarrollo coincide definitivamente.

La segunda parte del capítulo describe particularmente la historia de la tipografía, en unos cuadros que esquematizan datos recopilados de trabajos especializados. En ellos se ubicaran los países que dieron origen a las familias tipográficas.

²Ibid, p.20.

En el **segundo capítulo** se tratará a la tipografía como producto social en el apartado de letrografía; también se presenta una explicación de la estructura de la letra, su anatomía y su clasificación; en otro apartado se recogen varias sugerencias acerca de diseño tipográfico como indicación para su mejor utilización.

El **tercer capítulo** presenta la tipografía creativa. Aquí se podrán apreciar sus características y algunos ejemplos para considerar la utilización de la tipografía como una alternativa novedosa. Finalmente se ofrece una propuesta en la cual se aplican los fundamentos desarrollados por la investigación. Una vez establecidos los soportes teóricos, se hará la exposición de una metodología, que intenta contestar estas incógnitas:

¿Qué tan adecuado resulta el uso de la tipografía creativa en lugar de una imagen?

¿Tendrá el mismo éxito la tipografía creativa para comunicar mensajes tanto como una imagen?

¿Qué tan eficiente resulta la utilización de la tipografía creativa en diferentes aplicaciones gráficas?

Ante estas cuestiones, se propone este trabajo encontrar si efectivamente la tipografía creativa puede sustituir totalmente a la imagen en las diferentes aplicaciones. Asimismo, ante el acelerado avance tecnológico, la sociedad pide soluciones gráficas más audaces y atractivas para el público, por lo que se pretende modificar la estructura de la letra para conseguir que se involucre en el mensaje emitido, mejorando su aspecto y por ende, toda la apariencia del trabajo.

El hecho es que tanto la tipografía como la imagen, tienen una identidad propia. Muchas veces se piensa que en un cartel o cualquier forma de expresión se debe usar un dibujo o una foto, y enseguida incorporar la tipografía. Tal vez lo mejor sería explotar un poco más el recurso tipográfico a fin de darle más calidad y realce al trabajo.

La alternativa planteada permite ampliamente explotar el recurso tipográfico y elaborar un mensaje más creativo. La imagen, entonces, será un complemento. Asimismo, la tipografía también se involucrará más para conseguir un cometido con excelentes recursos sin minimizar ningún componente de la composición. La legibilidad y el impacto visual serán las principales vías que la tipografía creativa ofrecerá para encontrar soluciones a todo problema gráfico.

El uso de la tipografía siempre será apremiante en cualquier diseño gráfico pues, es la parte esencial de la comunicación escrita y por lo tanto no se puede hacer de lado. Sería mucho mejor reforzar su contenido, aprovechando su estructura. Finalmente, la tipografía creativa será una opción auténtica y novedosa para el diseñador que busque una presentación más audaz en sus trabajos.

1.1 MARCO HISTÓRICO.

El lenguaje nace de la necesidad de expresar ideas y pensamientos, así como de manifestarlos y establecer un diálogo. Esta transmisión de conceptos y experiencias fue posible gracias a un código de sonidos establecido y a la capacidad humana para transmitir al exterior sus vivencias.

En un principio, los hombres compartieron sus conocimientos y observaciones mediante gestos y sonidos. La exigencia de preservar sus experiencias para que fueran comunes a todos hizo surgir los primeros intentos de crear un medio para registrar sus ideas. Así se manifestaron las primeras muestras de lo que sería un alfabeto, como sostiene Blanchard:

El hombre primitivo descubrió como el contacto de una piedra o un objeto sobre una superficie blanda dejaba un perfil, mismos que después de manera involuntaria fue repitiendo y así fue reproduciendo otros y dándoles un significado.³

La escritura surge ante la urgencia de compartir las experiencias. Era necesario dejarlas para la humanidad; continuó la búsqueda de los medios necesarios para representar el código de sonidos que utilizaba. La complejidad de las nuevas vivencias genera nuevos signos encaminados a establecer un código de imágenes que ilustrará los sonidos. Al pasar el tiempo, la escritura y el lenguaje se hicieron los medios de comunicación más importantes. Aquélla es:

el vehículo que permite a las palabras viajar a través del tiempo y del espacio.⁴

Los datos más antiguos que se conocen, aparecen en las pictografías con una antigüedad de muchos miles de años; en éstas se describen acontecimientos sociales, ritos, cacerías y actividades comunes. Este antecedente podría ser manejado como un intento de la impresión y de la escritura, pues se puede observar como los orígenes de la representación mostrados en las pictografías se desarrollaban a grandes pasos pese a que eran pueblos muy primitivos y carentes de un desarrollo físico y social. Se puede decir también que este hecho fue trascendental, pues gracias a él se pueden investigar modos de vida, tipos de sociedad, etc.

El hombre primitivo ya había descubierto el trazo. Este lo motivó para seguir creando nuevas formas. Las pictografía encontradas en Altamira y Lascaux son un ejemplo de estos esfuerzos en los cuales se notan con detalle historias de cacerías y otras situaciones místicas. En este sentido, es notable mencionar que con tan pocas líneas describieron una situación. Estas fueron sin duda:

Las primeras esquematizaciones elementales de una geometría tal vez innata o quizá sólo simplificada a causa de la torpeza manual⁵

³ Cfr. BLANCHARD, Gerard. *Enciclopedia del Discurso*. La Letra, Ed. Cene, S.A. 1990 p.12.

⁴ MILLAN Orozco Antonio. *Lengua Hablada y Lengua Escrita* México, ANUIE:S. 1973. p.10.

⁵ Blanchard, *Op.cit.* p.12.

Blanchard manifiesta un conocimiento importante acerca de los precedentes que dejaron las pictografías y como actualmente sirven como una base muy profunda tanto para el arte como para la letra. El autor señala que:

La pictografía o representación naturalista o figurativa del mundo visible, impregnaría profundamente la evolución hacia las formas de escritura ideográfica o logográfica, las cuales apenas puede decirse que se hayan liberado de la figuración icónica heredada de los pictogramas. Sin embargo con la pictografía y los ideogramas había tenido lugar -el nacimiento del arte-, el cual se desarrollaría con la pintura, escultura y las artes plásticas.⁶

El autor maneja la idea de que las pictografías fueron los primeros indicios que dieron origen a la letra y poco tiempo después se constituyeron en una forma de arte, la cual es muy apreciada actualmente; de ahí que la tipografía, con estos antecedentes, es digna de un estudio más profundo.

El hombre ya poseía elementos de comunicación y con el dibujo dio sus primeros pasos hacia la escritura. Paso a paso, la aparición de diversos asentamientos humanos dio como consecuencia que la comunicación fuera más frecuente, aunque tal vez no fue suficiente. Ante los escasos resultados idearon una forma de acercarse y estrechar las interacciones entre comunidades. Precisamente así surgió la interrelación. El desarrollo de un sistema de signos fue creándose de acuerdo a las necesidades de establecer nuevos contactos con otras regiones o culturas.

Entre los pueblos que se pueden mencionar están los sumerios; ellos utilizaron un sistema de signos común, para intercambiar mensajes, escribir ritos, leyes, etc. Este tipo de escritura se llamó cuneiforme⁷ pues todos los signos utilizados tenían forma de cuña. Otra cultura fue la egipcia, la cual utilizó signos más complicados llamados jeroglíficos, (Fig.1.) como se muestra en el ejemplo un pequeño texto, totalmente ajeno para la gente de hoy en día; sin embargo, éste es un ejemplo de como se fue conformando el alfabeto.

Este sistema de signos fue más extenso pues contenía ideogramas con los cuales trataron de representar algunas acciones o cosas comunes. El sistema se desarrolló de tal forma que los signos que utilizaban se convirtieron en símbolos que representaron sonidos en lugar de objetos⁸

Los asentamientos humanos, formados principalmente por comerciantes, necesitaban un mecanismo que facilitara el intercambio con lo que el alfabeto se constituyó como una forma de comunicarse y fomentar la actividad económica.

En este proceso, las culturas de los sumerios y los egipcios sirvió como base para que los fenicios, -otra cultura de comerciantes- realizaran un sistema de signos

⁶Cfr. Blanchard, p.17.

⁷ Escritura de izquierda a derecha, mediante signos en forma de cuña representando palabras y sílabas, empleado por los antiguos pueblos de Asia anterior, se guardaban en tablillas de arcilla.

⁸KARCH, R, Manual de Artes Gráficas. México, Trillas. 1990 p 30.

que fue de gran ayuda. Esta etnia creó formalmente el primer alfabeto, integrado por un menor número de signos, pero con mayores posibilidades de combinación que facilitaron la expresión de ideas.⁹

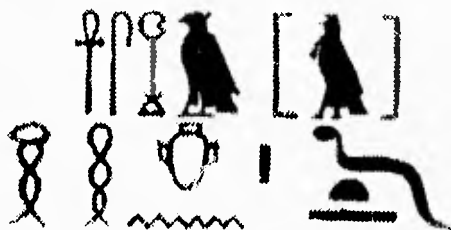


FIG. 1.

Los griegos imitaron el sistema de signos de los fenicios. El sistema se enriqueció y fue más específico. Los romanos lo retomaron y crearon otro que poco después sería adoptado en el imperio y se le denominaría latino.

El oriente contribuyó en la evolución de la escritura con el papel. Fue fabricado originalmente por Tsai Lun (Fig. 2)

Respecto a la tipografía, en China se utilizaban bloques de madera que se tallaban a mano, se entintaban y se colocaba el papel encima haciendo presión. De esta manera, quedaba el impreso en el mismo.¹⁰ Este es uno de los antecedentes más antiguos de la impresión.



FIG. 2

Los primeros tipos móviles o manuales de que se tiene noticia:

los realizo en China, Phi Shêng, entre los años 1041 y 1049. Aunque los primeros tipos móviles fueron, pues, inventados por los chinos, su idioma no era adecuado para utilizarlos, no se sabe cómo el arte de la imprenta encontrase un camino desde china hasta el occidente ni si la impresión con bloques y tipos móviles fuese descubierta más tarde en Europa.¹¹

En Japón también se utilizó el tipo móvil, el cual era moldeado en arcilla. Era recuperable y se podía formar diferentes textos; sin embargo, no soportaban el uso

⁹Ibid, Karch, p.30.

¹⁰Ibid, p.33.

¹¹Ibid, p.33.

prolongado. Se reblandecían y absorbían mal la tinta y los impresos salían deficientes.

En Corea fabricaron tipos de bronce fundido. En Europa, durante la Edad Media los textos se copiaban manualmente. Gracias a los árabes, que llegaron por España; fue posible conocer la técnica de oriente y fabricar papel en lo que actualmente es Italia, Francia y Alemania.

En el siglo XIV, apareció la técnica de la xilografía.¹² Más tarde, la iglesia se adueñó de ella y la utilizó para imprimir imágenes religiosas. En Holanda, hicieron tipos móviles en madera y más tarde en metal. Era un proceso imperfecto; pero fue el inicio del molde y la matriz para los tipos. Se elaboraron con plomo, pero no soportaban el uso constante. En Alemania Johannes Gutenberg en 1439, experimentó con diferentes aleaciones de metales. Este hombre consiguió una combinación que facilitó la fabricación de los tipos fundidos. A partir de ese momento, los tipos fueron metálicos, pequeños y con la letra en relieve.

La prensa que se utilizó fue muy parecida a la empleada por los vinateros para prisionar la vid. Constaba de una base fija otra donde se manipulaba el papel y una más que se movía (la platina), regulada por un tornillo que descendía, hacia presión sobre la forma y el papel para lograr la impresión. (Fig. 3.)

El primer impreso conocido, fue la Biblia, que Gutenberg no concluyó por falta de dinero. Sus socios Johann Fust y Peter Schofer, fueron quienes concluyeron la obra¹³.

En 1470, después de la muerte de Gutenberg, sus técnicas de impresión fueron perfeccionadas y se comenzó a experimentar con otro sistema de impresión: el huecograbado: las formas fueron talladas en hueco en lugar de en relieve.

Los avances se manifestaron también en las prensas. Se introdujo un nuevo elemento en ellas: el carro móvil. Este facilitó el movimiento para sacar la plantilla para entintarla luego de cada impresión. En España la imprenta se introdujo gracias a la llegada de los Reyes Católicos y se utilizó principalmente en los monasterios. Los monjes se ocupaban de reproducir textos religiosos e imágenes de santos. La prensa, su proceso y los tipos móviles se difundieron por toda Europa.

El diseño tipográfico comenzó una actividad incesante. Los hábiles artesanos crearon letras claras y bellas que se utilizaron principalmente para portadas de libros. En Francia, Claude Garamond y Henri Estienne destacaron como impresores y creadores de tipos; el segundo imprimió en 1508 el primer libro en dos colores (rojo y negro). En Italia destacaron Aldo Manuzio¹⁴ y G. Bodoni; este último publicó el primer manual tipográfico.

¹² Es una impresión en relieve que se realiza tallando la madera y dejando huecos donde no se quiere que penetre la tinta. Después de concluir esto se impregna de tinta y se le pone el papel, con presión sobre el mismo. La imagen queda grabada.

¹³ no se sabe si Gutenberg concibió por sí mismo la idea de los tipos móviles, o si tuvo noticia de este arte tal como se le practica en China".

¹⁴ La cursiva de imprenta utilizada por primera vez, se le llamó Aldina; por su creador Aldo Manuzio.

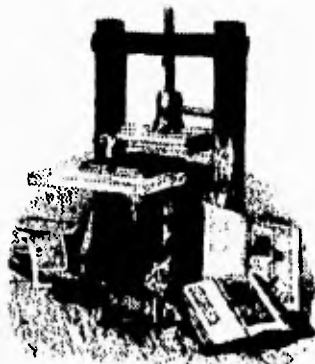


FIG. 3

En 1620 el impresor, holandés Wilhem Blaeu incorporó notables mejoras a la prensa. Logró imponer su sistema llamado Prensa Holandesa.

Estados Unidos tuvo su primera imprenta en el año de 1638. En México el avance era parecido al de España¹⁵, más tarde apareció el primer impreso americano.

De nuevo en el viejo continente, William Nicholson fue un inventor inglés que ideó un método de entintado empleando un cilindro de cuero; por supuesto, la impregnación de la tinta fue más uniforme. De ahí que las necesidades se multiplicaran. Entonces fue urgente duplicar la producción de libros, periódicos, magazines y publicaciones en general.

Ya para el año de 1790, en Inglaterra se desarrolló la primera imprenta de metal. Por su constitución y manejo mecánico, ésta facilitó muchos procesos manuales pero pronto surgieron nuevos modelos que fueron mejorados rápidamente, entre ellos cabe destacar una llamada Washington, creada por Samuel Rust, que logró realizar 250 copias por hora.

El gran avance en la construcción de prensas mecánicas no cesó y Alemania se unió a este desarrollo. En 1798, en Munich, el tipógrafo Aloys Senefelder descubrió una nueva técnica de impresión: la Litografía (Fig. 4). Este proceso se realiza con planchas de pizarra caliza; se dibuja sobre ellas el objeto a reproducir con un lápiz especial compuesto de cera, jabón, sebo y otros materiales. También se puede copiar el dibujo con una tinta grasa. Después, la piedra es lavada con ácido nítrico diluido y goma arábica, con el fin de preparar la superficie para recibir la tinta; una vez tratada la roca, se enjuaga con otra solución de trementina y agua. Esta ataca directamente a la piedra y no permite más adherencias de grasas. La tinta para imprimir se fija a las partes dibujadas, mientras que es rechazada en las partes donde carece de dibujo.¹⁶

¹⁵La primera imprenta se estableció en México en 1536 traída por el obispo Juan de Zumarraga y por orden del virrey Antonio de Mendoza.

¹⁶Cfr. Enciclopedia Diccionario Salvat. Salvat editores. 1978. tomo 8, p.1535.

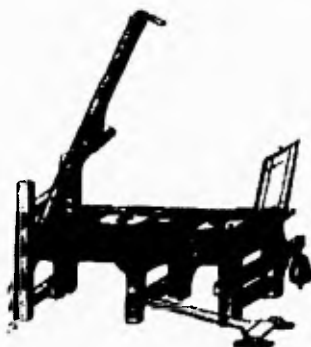


FIG. 4

El invento de Senefelder tuvo un gran éxito y rápidamente fue adoptado en diversos países, como Alemania; en Inglaterra no tuvo mucha aceptación y se ocupó para ilustrar libros de viajes. En tanto, se introdujo a Rusia el procedimiento en 1818. Mientras en Francia fue desarrollada por famosos pintores como Ingres, Gericault, Delacroix y Descamps, entre otros. En España, uno de sus más apasionados adeptos fue Francisco Goya, quien inició una etapa interesante en la historia litográfica. Este procedimiento dio origen al offset.

Tiempo después, con la máquina de vapor, Koenig y Bauer, crearon una prensa o imprenta mecánica que consistía en una platina cilíndrica sobre la que se montaba la hoja para imprimir y un carro móvil que llevaba la hoja hacia adelante y hacia atrás. Por ese tiempo se desarrolló una prensa denominada doble, ya que permitía que una misma hoja pudiera ser impresa mecánicamente por los dos lados.

En Londres, Inglaterra el periódico Times accionó una de sus imprentas mecánicas con una máquina de vapor (Fig. 5), con ello obtuvieron un mayor rendimiento y duplicaron el número de copias de sus diarios.

A partir de los adelantos de Koenig y Bauer, el norteamericano Richard Hoe inventó formalmente la impresora con la platina y el carro cilíndricos; se trataba de la primera rotativa. Ya para entonces el offset estaba muy difundido. Hasta la fecha, es el proceso más usado para impresiones finas.

Joseph N. Niepce en 1828 descubrió que algunos compuestos químicos eran sensibles a la luz. Realizó diversos experimentos que aportaron un nuevo descubrimiento: la fotografía.

El descubrimiento de la fotografía como elemento principal, dejó pasar otro hallazgo, que fue el procedimiento automático para fabricar clichés para multiplicar imágenes con una prensa y tinta de impresión; sin embargo, fue Charles Gillot en 1872 quien redescubriría, mejoraría y explotaría el fotograbado como un método para imprimir imágenes tipográficamente.

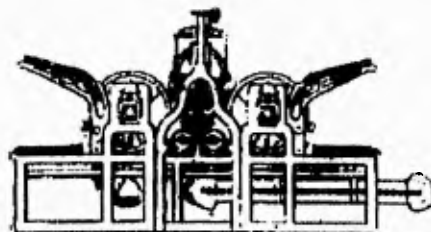


FIG. 5

Después de este, la fotocomposición paso a formar parte importante en la reproducción de tipos (éste es un proceso de composición mecánica por medio de máquinas que utilizan matrices transparentes y película fotográfica)¹⁷ fue el procedimiento que dio origen a modernos sistemas de composición.

Con éste comenzó un sinnúmero de procesos para componer los tipos en las máquinas de impresión¹⁸. El desarrollo tecnológico exigió mayor cantidad de impresos; por supuesto, la producción de nuevos tipos también se vio afectada, pues se hizo indispensable crear más tipos para cubrir la creciente demanda.

En diseño de fuentes tipográficas, los especialistas incrementaron su producción; sin embargo, pese a que hubo una incesante labor, se pudieron notar tendencias dispares algunos pretendían ahorrar espacio y crearon tipos lineales (carentes de remates); otros, en cambio, vieron la oportunidad de disponer de tipos con remates más o menos grandes.

Para ese tiempo había bastantes fundidoras que se dedicaban específicamente a crear tipos para ponerlos a la disposición de los diseñadores, pero entre tanta manufactura y no pudiendo evitar que la producción se detuviera y para analizar formalmente la creación de tipos, en 1892 se fundó una asociación en la cual participaron 23 casas fundidoras independientes de los EUA; se denominó *American Type Founders Company*. A partir de entonces, fue la productora más importante de tipos durante la primera mitad del siglo XX.¹⁹

En 1900, la producción se multiplicó y se siguió experimentando con ellos; pese a que la tecnología iba en constante aumento, muchos diseñadores se negaron a reconsiderar la producción tipográfica en otros medios que no fueran los ya conocidos y continuó retomando pequeñas muestras de tipos anteriores para crear otros tipos. Algunos como Otto Eckmann crearon tipos base con características góticas, pero también con tendencias de Art Nouveau. Se manejaron ilustraciones (Fig. 6) tratando de revivir épocas pasadas.

A principios de 1910, las corrientes pictóricas como el futurismo y el neoplasticismo influyeron de manera determinante en la producción tipográfica. No obstante en este período hubo una elaboración de tipos inspirados en épocas

¹⁷ MARTINEZ, Leal Luisa. *Treinta Siglos de Tipos y Letras*. UAM Azcapotzalco, p.123.

¹⁸ Enciclopedia Diccionario Salvat tomo 10 p.2520.

¹⁹ Mtez Leal. *Op.cit* p.85.

anteriores, que presentaban líneas muy clásicas y atractivas, se mostraban casi contra las nuevas tendencias que traían las nuevas escuelas de pintura.



FIG. 6.

Uno de sus los más fervientes seguidores fue Filippo Tomaso Marinetti quien se identifico plenamente con las propuestas de dichas corrientes. Como muestra de su inconformidad con lo establecido, publico un manifiesto, en el cual explico detalladamente sus objetivos:

Inicio una revolución tipográfica dirigida contra el bestial nauseabundo concepto del libro, de los nostálgicos del pasado y el verso d' anunziano, impreso en papel del siglo XVII fabricado a mano y ribeteado con yelmos, minervas, Apolos, con elaboradas letras iniciales en rojo, adornos florales, motivos mitológicos, epigrafses y números romanos.

El libro debe de ser la expresión futurista de nuestro pensamiento futurista. Y no sólo eso, armonía tipográfica de la página que es contraria al reflujó y flujo, a los brincos y estallidos de estilo que atraviesan libremente las páginas. Por lo tanto, es una misma página que usaremos tintas de tres o cuatro colores, e incluso hasta veinte tipos de letra si es necesario. Por ejemplo la cursiva, para series de sensaciones similares o velozmente cambiantes; la supernegra para la onomatopeya violenta y así sucesivamente. Lo que pretendo con esta revolución tipográfica y esta variedad multicromática de las letras; es redoblar la fuerza expresiva de las palabras.²⁰

A raíz de este tratado se suscitaron diversas opiniones y críticas de quienes seguían una línea clásica en sus diseños de tipos. Esto desencadenó en algunos grupos la corriente de la revolución tipográfica. Pero no fue sólo en ese sentido, también se vieron afectados el cine, la pintura y la escultura. En el primero se dio un estallido de imágenes sin par, con fondos estridentes y llenos de movimiento. Realizaron una extraña combinación en la que combinaron todo tipo de artes:

Pintura + escultura + dinamismo plástico + ruidos compuestos + arquitectura + teatro sintético = Cine Futurista.²¹

²⁰BLACKWELL, Lewis *La tipografía del siglo XX* Gustavo Gili p.43.

²¹ibidem, Blackwell p.45.

Por otro lado, esta corriente encaminó a varios tipógrafos y artistas a cambiar sus puntos de vista y a dejarse llevar por la libertad extrema que presentaban los conceptos del futurismo.

*los futuristas clamaban que las nuevas ideas visuales y verbales exigían un uso radicalmente nuevo de la página, repudiando los formatos clásicos.*²²

Lógicamente en toda Europa abundaron diseños tipográficos y diversas aplicaciones que eran muy estridentes, pero que se pusieron de moda. Desde Rusia hasta España las artes gráficas se vieron afectadas fuertemente. Sin embargo aquella destacó especialmente en este movimiento, cuyas características:

1. Se inspiraron en la ruptura cubista.
2. Revivieron las formas primitivas como rechazo a la cultura zarista.
3. La litografía fue el medio que utilizaron para expresar sus ideas.
4. La pintura Rusa de la época tenía un estilo muy marcado en sus formas y de la que tomaron algunas ideas.
5. La libertad de la página impresa y el dinamismo de formas que podía obtenerse manipulando la relación entre palabras, imágenes y composición de la página.²³

Las nuevas propuestas manejan cambios que causaron enorme descontento con los tipógrafos y diseñadores clásicos. No obstante, en 1916 las pinturas suprematistas intervinieron en la revolución tipográfica; esta vez los diseñadores, artistas y tipógrafos exploraron más analíticamente las posibilidades que les brindaba el suprematismo en cuanto a forma y color e hicieron un análisis formal tratando de aplicarlo a la tipografía.

A finales de la década de 1910 y comienzos de 1920 el tipógrafo El Lissitzky desarrolló una combinación única entre las ideas suprematistas y la comunicación tipográfica. Supo valorar la tipografía como ningún otro. De ahí que se le reconozca hasta nuestros días como uno de los mejores tipógrafos. *Su primer cartel constructivista* (Fig. 7)

*... lo realizó en 1919 se tituló "Golpead a los blancos con la cuña roja."*²⁴

La 1ª Guerra mundial amenazó a toda Europa y comenzó un sin fin de destrucciones y cambios. En tipografía se desarrollaban proyectos como el del El Lissitzky que publicó por 1923 en la revista Merz; era un artículo titulado: *La Topografía de la Tipografía*:

1. Las palabras impresas en el papel se aprenden de vista y no de oído
2. las ideas se comunican por medio de vocablos convencionales, a la idea hay que darle forma por medio de las letras.
3. La economía de expresión; la óptica en lugar de la fonética.

²²Ibid, p.46.

²³Cfr, p. 46.

²⁴Ibid, p.48.

4. El diseño del espacio del libro mediante el material de los tipos de imprenta, conforme a las leyes de la mecánica tipográfica, debe corresponderse con los sones y acentos del contenido.
5. El diseño del espacio del libro mediante el material de los bloques del proceso ilustrativo, que confieren realidad a la nueva óptica. La realidad sobrenaturalista de la mirada perfeccionada.
6. La secuencia continua de las páginas: el libro bioscópico.
7. El nuevo libro exige un nuevo escritor. Los tinteros y las plumas son ya agua pasada.
8. La hoja impresa trasciende el espacio y el tiempo. La hoja impresa, el infinito del libro, debe trascenderse.²⁵

A mediados de la 1ª Guerra mundial, surgió el movimiento Dadá. Este comenzó a crecer, en Zurich Alemania. Simultáneamente se desarrolló en Moscú y París. Inicialmente fue un movimiento puramente literario, se manifestó en contra de la guerra, después ante todo lo artístico y una vez más en contra del orden establecido.²⁶



FIG 7

Uno de sus representantes, Hugo Ball, fundó un lugar llamado Cabaret Voltaire, un pequeño centro en donde se reunieron todo los que se sintieron atraídos por las propuestas del Dadá. Ensayaban sus poemas y se reunían para conversar e intercambiar impresiones. Hugo Ball, que era dueño de un teatro, no dudó un momento en experimentar con la tipografía y utilizó diferentes tipos de letra con una deliberada falta de lógica. Por supuesto, causó una enorme confusión en toda la gente que no hallaba la menor respuesta en las pretensiones del movimiento.²⁷

En España sucedió algo diferente. Se volvió al clasicismo y la tipografía usada fue la romana. El movimiento marcó en ese momento la diferencia con el Dadá y se denominó Noucentisme.²⁸ Holanda, en cambio, no se dejó afectar por la influencia del Dadatismo y comenzó un nuevo movimiento llamado Neoplasticismo, fundado, por Piet Mondrian, Theo Van Doesburg, Van Der Leek y Huszar; éstos unieron sus

²⁵ ANONIMO "Arte y Tipografía - El Lissitzky, Tipógrafo" en Visual Magazine de diseño y creatividad gráfica y comunicación. N° 14 año III, Madrid MADIVI.S.I. 1989. pp.19.

²⁶ Enciclopedia Diccionario tomo 22. pp. 2579.

²⁷ Enciclopedia del Arte Salvat. Tomo 21 p.2587.

²⁸ Voz catalana que quiere decir Novecentismo. fue un movimiento cultural y literario catalán, originado en reacción contra el modernismo, la cultura se volvió equilibrada y europeísta. Fue Eugeni d'Ors, quien trató de imponer un ideal de sobriedad y clasicismo.

ideales y fundaron la revista De Stijl en 1917. Dos principios dominaron la creación artística de este movimiento:

La abstracción completa -es decir, la exclusión de cualquier referencia a no importa que fenómeno de la realidad perceptible- y la limitación del vocabulario a la línea recta y al ángulo recto- esto es, la horizontal y la vertical- y a los tres colores primarios - azul, amarillo y rojo -con los tres no -colores primarios blanco gris y negro.²⁹

Casi al finalizar la 1ª Guerra Mundial, éstas escuelas tuvieron muchos seguidores, al grado de llegar a dictar completamente el arte en Europa. Paralelamente a este movimiento, con antecedentes cubistas y del mismo De Stijl surge el Suprematismo, encabezado por Kasimir Malevich. El Lissitzky influyó y participó activamente junto al húngaro Lazló Moholy-Nagy; quien se inspiró en la vanguardia rusa y creó interesantes cuadros mismos que llamo Proun. mientras que Lazló Moholy influido por el Lissitzky, desarrolló cuadros con elementos técnicos para insinuar el mundo de la ciencia y la técnica.

Fue durante la posguerra que se estableció el Centro Pedagógico y Experimental de las Artes: *La Bauhaus*, fundada por Walter Gropius. En un principio, pretendieron fusionar una academia de bellas artes y a la vez una escuela de artes aplicadas. Johannes Itten, por ejemplo, enseñaba técnicas de rotulación. Sus obras estaban influidas por el dadaísmo. En la Bauhaus terminaron por favorecer las tendencias basadas en las matemáticas y la técnica. Lazló Moholy fue director de un curso y explicaba:

1. *La tipografía debe ser comunicación clara en su forma más viva.*
2. *Claridad enfatizada.*
3. *Los caracteres no deben encorsetarse como un cuadrado.*
4. *Crear un Nuevo lenguaje tipográfico.³⁰*

Es notable observar que entre 1910 y 1930 fue una etapa muy socorrida por escuelas artísticas muy variadas; pero con un mismo fin: estar en contra de lo establecido. La abstracción geométrica planteó nuevos retos a los artistas que buscaban otras formas de interpretación en sus obras.

Dentro de la Bauhaus se encontraba reunido un numeroso grupo de estudiosos y partidarios de la abstracción geométrica, no obstante, este centro tuvo que ser clausurado por las represiones nazi, de las que fueron víctimas todos los artistas.

De Stijl evolucionó hacia la arquitectura, su realización más exitosa fue la Casa Scheröder; gracias a este estudio arquitectónico, Van Doesburg creó una nueva forma en la pintura que llamó Elementarismo. En la figura 8, se muestra un proyecto para una vivienda como ejemplo del tipo de estructura que utilizaron para realizar sus construcciones.

²⁹ *Ibidem*, Enciclopedia del Arte Salvat. Tomo 21 p.2510.

³⁰ Blackwell *Op.cit.*, p. 62.

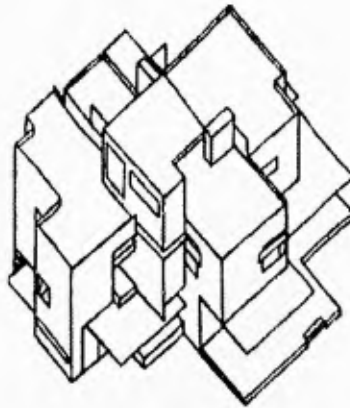


FIG 8

Cada uno de los integrantes del grupo se adaptó a la influencia y reglas del movimiento, pero individualmente aportaron elementos nuevos que hizo De Stijl crecer mucho más.

Vordemberge, dio a sus cuadros un juego de líneas delgadas y rígidas y los colores fueron vivos y claros aunque sus composiciones carecen del elemento solemne y austero de los otros. Domela: introdujo elementos novedosos, el espacio, la utilización de nuevos materiales, la construcción en relieve, cintas de hierro que añadieron el significado de un espacio real que contrastaba con el lleno y vacío del espacio mismo, además de la oposición que manejó entre los colores primarios y no primarios.³¹ La nueva etapa de De Stijl en 1926 tuvo la aceptación de otros integrantes de los cuales destacó Fernand Leger sin embargo, se mantuvo sólo por un breve tiempo.

En 1930 contaban con infinidad de seguidores y adoptaron a París como la capital del movimiento. El resultado fue el nacimiento de dos núcleos más: Cercle et Carré y Abstraction-Création encauzados por Michel Seuphor. Estos artistas hicieron una toma de conciencia y llegaron a la conclusión de que:

...en aquellos años trastornados, su arte no podía limitarse a los ideales estéticos, sino que debía dedicarse al porvenir del hombre y de la sociedad. Todos estaban convencidos de que el arte debía superar el individualismo y la arbitrariedad; y guiar a la humanidad hacia una claridad nueva.³²

La tipografía como medio de expresión sirvió para manifestar su disconformidad y hastío con la situación que se vivió en aquella época. Utilizados en carteles o magazines, los diferentes tipos de letra acomodados de cierta manera y con fondos estridentes, sirvieron para protestar. La producción tipográfica estuvo dominada por las corrientes pictóricas ya mencionadas, y no quedó exenta de los cambios artísticos y sociales que prevalecieron en esos años.

³¹Cfr; Enciclopedia de Arte Salvat Tomo 21 p. 2526.

³²Ibidem, Enciclopedia p.2527.

En Moscú prevaleció el diseño dictado por las corrientes artísticas anteriores y se vieron reforzadas por el tipógrafo Lissitzky que después de viajar por Europa regresó a la capital rusa donde se hizo cargo de la revista *USSR im Bau*, misma que se especializaba en propaganda. El Lissitzky aplicó elementos de diseño que ya había manejado anteriormente: fotografías en diagonal, marcos redondos, filetes para subdividir la página en secciones, etc. En la Figura 9 se aprecia un detalle de la revista; en ella se muestran algunas de las características que predominaban en los diseños de el Lissitzky.

Este tipógrafo participó mucho tiempo en diversas revistas que le valieron el reconocimiento años después. Para la tipografía sin lugar a dudas marcó un precedente porque su trabajo muestra propuestas muy originales, cambiantes, libres de todo prejuicio.

Inglaterra, en cambio, permaneció ajena a estos acontecimientos. Muy pronto, un artista británico llamado Naum Gabo publicó con Leslie Martin y Ben Nicholson la revista *Circle, International Survey of Constructive Art*, pero no fue hasta la llegada de Mondrian a Inglaterra, en 1938 que finalmente se dejó sentir la influencia del arte abstracto

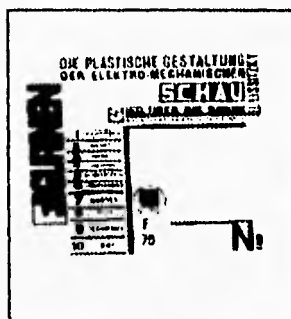


FIG.9.

Para 1940, Mondrian viajó a Nueva York y quedó muy impresionado con la gran ciudad que se levantaba en edificios enormes. La modernidad y el lujo de aquella urbe hizo que el pintor tomara conciencia de que la sociedad; asimismo, el mundo estaban creciendo a un ritmo tan dinámico y acelerado que

*hubo que considerar ordenar y comprender el universo a través de un proceso matemático*³³

La presencia de movimientos artísticos añadió a los cambios sociales un matiz distinto; los artistas mediante expresiones violentas en cuadros o en revistas, con tipografía y color añadieron sentido crítico a sus obras; con lienzos en diferentes colores y formas intentaban reconsiderar el mundo tan violento que había dejado la guerra.

La tipografía cambió continuamente porque la obtención de nuevas fuentes tipográficas fue muchas veces sin un estudio de la letra. Muchos tipos creados

³³Ibid, Enciclopedia p. 2528.

servían sólo como protesta; otras veces la producción de los mismos se basaba en estilos anteriores y el resultado fue muy valioso.

Como ésta fue una década de experimentación y crecimiento, las máquinas para imprimir fueron reemplazadas por otras más sofisticadas. También cambió la manera de manipular el texto: se modificaron ciertos patrones adoptados desde hacía mucho tiempo, casi desde el origen de la imprenta.

En la década de 1950, después de la Segunda Guerra Mundial y sus devastadoras consecuencias, la demanda de impresos aumentó significativamente. La publicidad y el consumo se hicieron presentes; esto generó nuevas técnicas y materiales para producir impresos y publicidad, evidentemente, se desarrollaron nuevos tipos. Medios como la cinematografía, la televisión y otros fueron el punto de partida para desarrollar novedosos arreglos tipográficos.

El desarrollo de la imaginería tipográfica en movimiento se vio reclamado por tareas similares a las relacionadas con la animación, un elaborado sistema de dibujo cuadro por cuadro, mientras que el movimiento y la flexibilidad asociados con la cinematografía y la radiodifusión se sirvieron de los espectaculares avances acaecidos en el saber científico durante el siglo XX; el proceso de creación de tipos todavía seguía dependiendo de materiales y técnicas más propios del siglo XIX.³⁴

La producción de tipos de metal estaba llegando a sus últimas consecuencias. Aparecieron máquinas de composición, llamadas fotocomponedoras, se trataba de linotipias de uso común en las que se había eliminado el crisol y las matrices se portaban en una lámina transparente con la imagen de las letras; su producción requería de 500 a 25000 pulsaciones por hora.³⁵ Este ya era un avance notable por que significaba una producción más grande con ahorro económico y de tiempo.

En cuanto a la producción de tipografía, ésta rememoraba el estilo de los años veinte y se daban cambios en los arreglos tipográficos; asimismo, el estilo de la llamada Escuela suiza (Fig. 10) hizo su aparición en esta década para formar un diseño de posguerra basado en el uso de la retícula, que hasta entonces no se había planteado en diseño. Si se recuerda un poco, J. Tschichold estableció una absoluta libertad en la composición de la página; entonces el diseño suizo influyó totalmente dejó atrás todos estos conceptos y estableció la adopción de esquemas y módulos para:

regularizar la disposición del material gráfico en el espacio³⁶

Estos planteamientos fueron retomados por la publicidad y en todos los medios para producir un sinfín de material gráfico. Los diseños eran extremadamente ordenados con la disposición que marcaba la retícula; los tipos que se usaron en ese entonces fueron de líneas rectas y sin remates. Los tipos grotescos llamaron la

³⁴ Blackwell, *Op.cit.* p.133.

³⁵ Mtez. *Op.cit.*, p. 85.

³⁶ FIORAVANTI, Giorgio. *Diseño y reproducción*. G.G. p.184.

atención para componer casi todo el material gráfico, pues sus líneas rectas y simples constituían la objetividad que buscaban.

El diseño suizo marcó precedentes en el diseño gráfico, pues en la actualidad se sigue ocupando para realizar algún trabajo de diseño. A raíz de esto se desarrolló un crecimiento comercial, en el cual se experimentó con nuevas formas de diseño, principalmente en los rótulos y en el diseño corporativo. El resultado fue un diseño más complicado que estimuló la imaginación tipográfica.

Con la introducción de un nuevo concepto en las máquinas de composición; la tipografía, tuvo un ascenso desmedido, porque la tecnología desarrollada fue comercialmente accesible y muchas imprentas gozaron de esta novedad; entre las fuentes tipográficas que se produjeron en esa época están la helvetica, palatino óptima y univers entre otros.



FIG. 10

La década de los cincuenta fue un período de experimentación y búsqueda; por un lado se recordaban diseños de los años veinte, por el otro entraba con gran fuerza la Escuela Suiza y, sobre todo, hubo una preocupación por el tipo y su elaboración. La tecnología dio a conocer un nuevo sistema que mejoraba la producción, el fotograbado.

Los tipógrafos como Hermann Zapf creían mucho en la aparición de nuevos tipos, pero no dejaban de pensar que su evolución estaba en su pleno desarrollo. Este autor en su *Manuale Typographicom* decía:

La salud formal inherente a las letras siempre constituye una sorpresa renovada sin fin. Si se tiene en cuenta que hay muchos tipos espléndidos perteneciente a siglos pasados y que todavía hoy usamos gustosamente-, uno podría preguntarse porqué se diseñan tipos nuevos tipos. Nuestro tiempo, sin embargo, reserva al diseñador tareas distintas a las pasadas. Un tipo nuevo, además de ser bello y legible, debe adaptarse a los requerimientos técnicos actuales, en virtud de los cuales las prensas de alta velocidad y las prensas rotativas han sustituido a la prensa manual y el papel fabricado mediante máquina ha reemplazado a la hoja de papel manual. De la misma manera que los músicos y artistas intentan crear nuevas expresiones de nuestro tiempo y vincularlas a un pasado fecundo, así

*la obra de los diseñadores de tipo y de los fundidores debe permanecer unida a la gran tradición del alfabeto.*³⁷

En la década de los sesenta, ya era un hecho la aparición del tipo frío; es decir el que se producía en las fotocomponedoras. Se empezó a experimentar con la tipografía y se produjeron un sinnúmero de proyectos. La revista *Times Literary Supplement*, de Londres, hablaba de la nueva tecnología y surgieron nuevas expectativas para usar esa tecnología, incluso empezaron a comercializarse las máquinas de fotocomposición.

No toda la gente aceptaba de buena manera el hecho de que las máquinas suplantarán muchas tareas que les correspondían a los tipógrafos.

*A menudo se oían lamentaciones de la fotocomposición había traído consigo una caída cualitativa de muchas de las facetas tradicionales del oficio tipográfico*³⁸.

De un momento a otro, la letra se hizo más flexible; mediante la máquina de fotocomposición los caracteres tipográficos se modificaban en formas muy diversas. Por supuesto se facilitaban muchas tareas, como los cambios en lo ancho, largo, distancia entre caracteres. Esta labor manualmente costaría mucho más trabajo y tomaría más tiempo.

La fotocomposición produjo efectos novedosos para los que buscaban algo diferente e interesante; sin embargo, la producción no fue del todo exitosa. Empezaron aparecer desajustes entre los caracteres y las letras que se producían eran muy desagradables, pues al tratar de ahorrar tiempo y querer elaborar con una sola matriz diferentes tamaños, se generó una distorsión considerable en la letra.

En 1961, pese a que la tecnología creada hasta ese entonces no satisfacía todas las expectativas se siguieron produciendo pequeñas máquinas que facilitaron algunos procedimientos que se habían hecho hasta entonces manualmente.

Por ejemplo, la IBM sacó al mercado una máquina de escribir llamada Selectric de pelota de golf. Esta ofreció la capacidad de cambiar con facilidad el tipo y tamaño porque venía ya formado en una estructura removible parecida a una pelota, de las cuales había cierta variedad para cambiarlos; este avance significó otro paso para la tipografía. Las compañías que contaban con este adelanto, tuvieron un ahorro sustancial de dinero y tiempo.

Para ese entonces las demandas de impresos eran cada vez más grandes. La compañía *Letraset* lanzó a la venta hojas de letras transferibles en seco.³⁹ Este método fue más limpio y su manejo era más sencillo. La publicidad de la compañía puso énfasis en lo accesible del sistema al grado de considerar que "no se necesitaba talento" para conseguir buenos resultados.

³⁷ Blackwell *Op.cit.* p.134.

³⁸ *Ibid.* p.153.

³⁹ Casi a finales de la década de los cincuenta comercializaron letras transferibles en húmedo, pero la técnica no fue exitosa dado que causó muchos problemas en su manejo.

Letraset logró un catálogo muy abundante a base de copias de tipos existentes (con licencia de las fundidoras), además se apoyó en su propio programa para diseñar tipos.⁴⁰ Las hojas de transferencia se convirtieron en una base para los diseñadores. Se ocuparon para casi todo tipo de diseños, desde boletines hasta rótulos para tiendas de modas.

Aunque el método era imaginativo y la relevante difusión del sistema lo convertía en vital para muchos estudios de diseño, la pobreza de calidad de gran parte de las realizaciones que con él se hicieron socavó las posibilidades de Letraset de obtener un puesto en cualquier historia de la tipografía.⁴¹

Todos estos recursos y novedades sirvieron de base para que se emprendiera una investigación más profunda, en el diseño y la tipografía.

La publicidad se estaba convirtiendo en uno de los principales medios; en ésta se utilizaba especialmente la tipografía. Se recurrió a darle más importancia a la misma para crear un efecto mucho más interesante y significativo en los mensajes; este recurso fue uno de los más socorridos en la década, porque la tipografía se convirtió en una de las partes esenciales.

La tipografía alusiva iba a convertirse en una de las principales corrientes de la década, el concepto era lo más importante una vez reducida la comunicación al punto clave y expresando el mensaje en su forma más simple y divertida todo lo demás se construía de manera que se ajustará a él.⁴²

Se trató principalmente de que el tipo seleccionado estuviera en relación con la composición y la fotografía. Esta conjunción estaba dada por un interesante juego entre los elementos integrantes con cortes del tipo o la fotografía o también uniendo o separando caracteres.

...gran parte de los retruécanos visuales del periodo pueden parecer rebuscados desde la perspectiva actual, pero las mejores obras exploran los dobles sentidos, las ironías posibles en la presentación de su imaginería ante una audiencia que se estaba volviendo cada vez más sofisticada y saciada por un excesivo consumo de productos de comunicación de masas.⁴³

Pese a que se trataba de un diseño tipográfico dirigido a las masas, en su mayor parte, la tipografía superaba con éxito todas estas consideraciones a la que fue sometida. Los diseños de aquella época se aplicaron empeñosamente en construir un diseño y crear tipos que estuvieran al alcance de las masas, pero que a la vez fuera refinada y elegante, cosa que se logró en gran medida; con el diseño de nuevos tipos, cambiando los remates, agregando más grosor.

⁴⁰ Blackwell *Op.cit.*, p.154-158.

⁴¹ *Ibid.*, p.158.

⁴² *Ibid.*, p.160.

⁴³ *Ibid.*, p.160.

Con el uso de los retruécanos visuales mejoraron no sólo la calidad del trabajo en el que se aplicaron, sino también porque se explotaron los estímulos de la audiencia con base en el planteamiento del mensaje. Se ensayaba con la tipografía la forma más adecuada de llegar a esos sentidos y aprovechar aún más la imaginación.

Por otra parte, la Escuela suiza ofreció una solución adecuada para comunicar el contenido de cualquier mensaje claramente; sin embargo, en publicidad, poco interesaron los planteamientos de dicha escuela, porque no presentaba una base suficientemente atractiva para las masas. Su planteamiento a nivel conceptual era la asociación de ideas con un tema central. Posteriormente buscaba una solución precisa por medio de una serie de elementos como líneas, placas, formas geométricas, bloques de texto ordenados según la retícula.

En esta década, surgieron otras corrientes estilísticas nacidas de diversos fenómenos sociales como el resurgimiento de una cultura juvenil, la música, la moda, etc. Por ejemplo, Willi Fleckhaus (1925- 1983) estuvo encargado de una revista en Alemania llamada Twen; en ésta presentaba algunas novedades, como el manejo de tres o cuatro elementos, una o dos fotografías, un titular, un bloque de texto.

Empleaba sus famosos recortes de fotografías para enfatizar efectos dramáticos, aislando el texto de las imágenes visuales y usando los bloques de tipo constructivamente como si fueran ladrillos de un edificio.⁴⁴

Casi a finales de los sesenta, las fundas de los discos se convirtieron en un elemento novedoso para el diseño. Se trataba de una nueva alternativa aunque con elementos que se rescataron del pasado. En cuestión de revistas, las había de protesta mismas que quebrantaban premeditadamente los parámetros establecidos; utilizaban líneas de texto muy largas, alineadas por la derecha, con un escalonamiento en el lado izquierdo y con el tipo invertido. Pese a que eran legibles, estaba claro que eran una protesta; generalmente el texto fue mecanografiado porque así quisieron crear asociaciones mentales de rechazo hacia el consumismo; de esta forma crearon una contracultura. De igual forma hubo una producción de carteles en los cuales anunciaban conciertos de rock propio de aquellos años siguiendo los mismos parámetros.

Los carteles artísticos para conciertos y festivales de rock produjeron algunos de los más llamativos ejemplos de caligrafía ilegible pero de gran poder de comunicación con su elaborada escritura manual a base de palabras distorsionadas a veces fotográficamente, hasta la alucinación; esos procedimientos constituían un anticipo de los trucos de distorsión que las computadoras y las máquinas fotocopadoras facilitarían en gran medida sólo unos pocos años más tarde.⁴⁵

⁴⁴ibid, p.164.

⁴⁵ibid, p.164.

Por otro lado la tecnología produjo un nuevo elemento: la computadora. Esta apareció en los 70 y 80's. Se ofrecieron sistemas programados para seleccionar y editar información; con la ayuda de componedoras reproducían la imagen en una pantalla mediante el CRT (Tubo de rayos catódicos). Este fue el inicio que trajo aparejados algunos inconvenientes, como el hecho de que fueron incapaces de ofrecer el mismo espaciado entre los caracteres, los cortes de palabras eran muy diferentes, etcétera.

En cuestión de tecnología se investigó una nueva forma de crear caracteres para las computadoras de ese entonces, así como la tecnología del reconocimiento óptico de caracteres por sus siglas en inglés (OCR). Esos primeros ensayos buscaron principalmente un tipo que fuera muy sencillo para que sirviera para la entrada y salida en pantalla. En 1966 se creó el tipo OCR-A, a partir de una retícula de 4 x 7. Poco después salió el tipo OCR-B creado por Adrián Frutiger en 1968 con una retícula más precisa, de 18 x 25.

En la creación de tipos para computadora se buscó una variedad de extrema simpleza para que además de reconocer fácilmente los caracteres, el ojo humano pudiera captarlas con rapidez, dado que eran los inicios del sistema. Así, los 60's no solo sentaron las bases para las futuras propuestas en el diseño por computación, también las estilizaciones y modos de abordar la tipografía en los diseños formaron parte importante en el diseño gráfico.

En la década de los setenta, la fotocomposición ya había sido probada una y otra vez, experimentando con sus características. De dicha búsqueda se obtuvieron resultados muy agradables. Casi en todas las décadas hubo una experimentación con las fuentes tipográficas, ésta no fue la excepción. La fotocomposición ofrecía cada vez más facilidades y a la vez algunas restricciones que cambiaron, el método tradicional. Los espacios utilizados fueron diferentes entre palabras, líneas y bloques de texto. Los tipos se redujeron para tener un mayor número y ya no se midieron con el sistema tradicional.

El diseño gráfico se modificaba constantemente dadas las circunstancias de tecnología y de nuevos estilos sociales y artísticos. Hasta este momento, la letra había cambiado secuencialmente y hacía pensar a diseñadores como Adrián Frutiger en relación a los cambios que:

Los fundamentos de la legibilidad son como el fenómeno de la cristalización, se forman tras cientos de años de uso selectivo de tipos distinguidos. las formas que han soportado la prueba del tiempo son tal vez, las que la humanidad acepta como estándares que cumplen leyes estéticas....cuando hay excesivas innovaciones de formas o diseños de mediocre calidad, el tipo encuentra resistencia por parte del lector y el proceso general de lectura se ve obstaculizado⁴⁶

⁴⁶Ibid, p.170.

En general, se presentaron los siguientes avances: hubo una creciente elaboración de tipos para fotocomposición, para que existiera más variedad. Ante tal crecimiento, se empezó a caer en tipos torpes y poco usuales, que al ser ampliados se distorsionaban y se perdían detalles de la estructura. En cuanto a tecnología, las impresoras lograron avances significativos; para ese entonces existían las impresoras de chorro de tinta y láser. Esta tecnología marcó una nueva exigencia en cuestiones técnicas, pues requirió de más precisión y calidad.

El diseño y composición tipográfica había quedado en tal desuso que muchos diseñadores pensaron que el oficio sería relegado. No sólo este planteamiento despertó inquietud, sino que diseñadores como Herb Lubalin, Aarón Burns y Ed Rondthaler -éste último de la compañía Photolettering Inc.- crearon la International Typeface Corporation para comercializar nuevos diseños de tipos, además de proporcionar este servicio a fabricantes y equipos de composición tipográfica.

Gracias a esta compañía se detuvo en gran medida la piratería tipográfica. Para 1971 lanzaron su biblioteca de tipos, entre los cuales destacaron el tipo Avant Garde Gothic, de Lubalin y el Souvenir, un rediseño del diseñador Ed Benguiant.

Siguió la producción de tipos; la ITC buscó entonces editar la mayoría de éstos y sacar los mejores; se promovió un servicio más en la revista *U & Ic*⁴⁷, esta revista tuvo bastante aceptación y fue una guía precisa que compartía información sobre los últimos tipos y técnicas. En el primer número trató todo lo relacionado con la piratería; a raíz de esto se crea una ley internacional de derecho de autor; aunque tuvo sus seguidores, muchos opositores pensaron que se corría el riesgo de que se adoptaran diseños mediocres.

La fundición Berthold surgió en 1950; pero en los 70 seguía vigente, gracias a que crearon una biblioteca de tipos que recogía los clásicos más elegantes y refinados; por ello fue muy admirada.

El proceso global del diseño de un tipo empezó a sufrir cambios significativos durante esta década, porque el diseño directo sobre la pantalla de una computadora y el uso de un programa para modificar y hacer los cambios necesarios fue sin duda el gran paso entre el trabajo manual del tipógrafo o cajista al moderno proceso por computadora. Un ejemplo es el sistema Ikarus⁴⁸. Este sistema ofrecía una forma de convertir imágenes diseñadas sobre pantalla en dibujos de línea; convertía dibujos en información digital para trabajar en pantalla y una nueva posibilidad de desarrollar variantes en torno al diseño.

En lo que al desarrollo de la tipografía se refiere, las implicaciones inherentes al masivo cambio de la composición con tipos metálicos por la fotocomposición y las posibilidades de una más amplia

⁴⁷El primer número fue lanzado en 1973

⁴⁸Este sistema fue creado por Peter Karow en Hamburgo en 1974 y fue adoptado por Berthold y Linotype

*aplicación tipográfica, exigían mayor flexibilidad del material tipográfico*⁴⁹

Por otro lado, el diseño suizo siguió proliferando por más de dos décadas. Fue también en los 70 cuando surgió un movimiento llamado New Wave (Nueva Ola) dirigido por el investigador suizo Wolfgang Weingart, egresado de la Escuela de Basilea. Su reacción principal fue dirigida contra los diseñadores Emil Ruder y Armin Hofmann; las principales características de este movimiento fueron la exigencia de encontrar unos principios de composición tipográfica no sistematizados.

A su vez, adoptaron el uso de bloques de texto escalonados, diferentes espaciados de las letras, los subrayados, la fotografía tramada (se colocaba una rejilla para crear diversos efectos); también la imaginación y economía formaban parte de la New Wave. Por otro lado, se trató de no caer en la mezcla de tipos de diferentes tamaños, estilos o fuentes; la tendencia a utilizar akziden grotesk, helvética y univers en carteles, times y garamond en bloques de texto.

La década de los setenta fue sin duda la productora más sobresaliente de tipos y a la vez de una tecnología ya esperada pero novedosa. Una vez más, la tipografía llevaba la voz cantante en todos estos cambios.

En la década de los ochenta también el diseño gráfico experimento muchos cambios, mismos que sirvieron de proyección para que esta disciplina fuera descubierta por mucha gente que hasta entonces permanecía ignorante de ella.⁵⁰

Se inició una experimentación con diversos tipos; el tipo Stone, fue diseñado para la compañía Adobe en 1984; de esta fuente se crearon dieciocho variantes que se ocuparon en trabajos publicitarios, rótulos y textos.

Las computadoras empezaban a ocupar un lugar importante en todas las actividades; previó que el diseñador muy pronto estaría trabajando en una de estas máquinas. Las primeras cubrían hasta cierto grado los requerimientos de la industria gráfica. Sin embargo, la fotocomposición era todavía muy apreciada en la industria. Pese a ello la computación ganaba terreno por que compañías de diseño se especializaron en producir y vender tipos digitalizados, esto facilito aun más el trabajo de diseño por computadora, mientras que el trabajo manual se iba reduciendo cada vez más.

Los 80 estuvieron casi totalmente dedicados a la elaboración de tipos para venderlos a empresas computacionales. Sin embargo, la producción se dedicó a copiar los tipos clásicos y se modificaron después para generar otros aparentemente nuevos.

⁴⁹Blackwell, *Op.cit.*, p.182.

⁵⁰Ibid, p.183.

*aplicación tipográfica, exigían mayor flexibilidad del material tipográfico*⁴⁹

Por otro lado, el diseño suizo siguió proliferando por más de dos décadas. Fue también en los 70 cuando surgió un movimiento llamado New Wave (Nueva Ola) dirigido por el investigador suizo Wolfgang Weingart, egresado de la Escuela de Basilea. Su reacción principal fue dirigida contra los diseñadores Emil Ruder y Armin Hofmann; las principales características de este movimiento fueron la exigencia de encontrar unos principios de composición tipográfica no sistematizados.

A su vez, adoptaron el uso de bloques de texto escalonados, diferentes espaciados de las letras, los subrayados, la fotografía tramada (se colocaba una rejilla para crear diversos efectos); también la imaginación y economía formaban parte de la New Wave. Por otro lado, se trató de no caer en la mezcla de tipos de diferentes tamaños, estilos o fuentes; la tendencia a utilizar akziden grotesk, helvética y univers en carteles, times y garamond en bloques de texto.

La década de los setenta fue sin duda la productora más sobresaliente de tipos y a la vez de una tecnología ya esperada pero novedosa. Una vez más, la tipografía llevaba la voz cantante en todos estos cambios.

En la década de los ochenta también el diseño gráfico experimento muchos cambios, mismos que sirvieron de proyección para que esta disciplina fuera descubierta por mucha gente que hasta entonces permanecía ignorante de ella.⁵⁰

Se inició una experimentación con diversos tipos; el tipo Stone, fue diseñado para la compañía Adobe en 1984; de esta fuente se crearon dieciocho variantes que se ocuparon en trabajos publicitarios, rótulos y textos.

Las computadoras empezaban a ocupar un lugar importante en todas las actividades; previó que el diseñador muy pronto estaría trabajando en una de estas máquinas. Las primeras cubrían hasta cierto grado los requerimientos de la industria gráfica. Sin embargo, la fotocomposición era todavía muy apreciada en la industria. Pese a ello la computación ganaba terreno por que compañías de diseño se especializaron en producir y vender tipos digitalizados, esto facilito aun más el trabajo de diseño por computadora, mientras que el trabajo manual se iba reduciendo cada vez más.

Los 80 estuvieron casi totalmente dedicados a la elaboración de tipos para venderlos a empresas computacionales. Sin embargo, la producción se dedicó a copiar los tipos clásicos y se modificaron después para generar otros aparentemente nuevos.

⁴⁹Blackwell, *Op.cit.*, p.182.

⁵⁰*Ibid.*, p.183.

Más tarde comenzaron aparecer nuevos tipos entre los factores que influyeron en su producción destaca la racionalización del grosor y el espaciado para atenuar o minimizar complicaciones respecto al tamaño.

Uno de los problemas con las fuentes de pantalla, aparte de su baja resolución es que han sido conformadas en parte por la computadora. a partir del conocimiento más cercano de los tipos y la computadora se encarga de corregir los elementos erróneos del diseño.⁵¹

Una vez que la industria creó diferentes muestras de tipos y los incluyó en diferentes programas para computadora (software), se suscitó el problema que hasta entonces no habían contemplado: ¿cómo hacer para que las fuentes pudieran comunicarse entre sí? A raíz de esta dificultad se desarrollaron diversos lenguajes para compatibilizar las fuentes; pero no surgía uno definitivo. Hasta que se encontró uno en 1983 llamado Postscript de Adobe.

El Postscript describe el material de una página electrónica (texto, imágenes y otra información gráfica y compositiva). basado en la definición de las diversas coordenadas de la página que determinan las formas contenidas en ella.⁵²

En cuestiones técnicas, la principal preocupación fue mejorar el aspecto de la impresión, pues era muy diferente lo que se veía en pantalla que lo que se imprimía. Mucho de esto residió en la máquina que se utilizaba para imprimir.

Mientras tanto, en diseño se desarrollaba una generación de especialistas que aprovecharon toda la tecnología y la libertad que se les presentaba para explotar de otra manera la forma tipográfica. Desde luego que se ayudaron también con otras herramientas como la fotografía y la película. Surgió igualmente otro grupo que pretendió crear un nuevo diseño para las revistas; de esta iniciativa surgieron revistas como *I-D*, en las cuales se ensayaban y originaban nuevos estilos de composición.

Terry Jones, un diseñador estadounidense colaborador de la revista, aplicaba diversos cambios en ella y cuestionaba la validez de los cambios, el significado de las palabras sobre-imprimiéndolas las mismas y mecanografiaba el texto toscamente. Los bloques de texto aparecían invertidos sobre fondos a cuatro colores y hacían distorsiones con la fotocopidora. Este diseñador sostenía que

Todo este ruido forma parte del mensaje y la calidad tipográfica afecta a la visualidad tanto como a la legibilidad, con el fin de crear una personal amenidad de estilo⁵³

Otra revista de vanguardia fue *Emigre* producida y diseñada en Berkeley, California por Rudy Vanderlans; esta publicación se especializa en abordar temas de la nueva tecnología de tipos. Asimismo existe una de la misma procedencia pero independiente llamada *De la Cultura Juvenil*, la cual se especializa en tipografía

⁵¹Ibid. p. 187.

⁵²Cfr. Blacwell p. 188.

⁵³Ibid. p. 200.

experimental. En 1980 salió un artículo en el que mediante entrevistas y diversas publicaciones se comentaba la explotación de las implicaciones de las fuentes *bitmap* (imagen descrita punto a punto).

Diversos diseñadores y creativos modificaron la tipografía y le dieron un nuevo estilo. Con los avances en las impresoras fue necesario reconsiderar; la manipulación de los tipos en cada una de ellas por eso, en los noventa la fotocomposición estaba en pleno auge.

Las fotocomponedoras de la década de los noventa son totalmente electrónicas. Funcionan con rayos catódicos y altas velocidades, en vez de matrices utilizan un cerebro electrónico y su producción va desde 3000 hasta 20 millones de pulsaciones por hora, las pruebas se presentan en papel fotográfico especial.⁵⁴ Posteriormente se crearon otras que utilizan el rayo láser para explorar, reproducir y filmar letras, rótulos y textos.⁵⁵

Las máquinas de fotocomposición desplazaron la tipografía manual y los tipos móviles, puesto que la composición se mecanizó completamente y la producción mejoró.

Antes de la introducción de la composición digital la fotocomposición afectó a la tipografía en dos formas: la primera fue que los caracteres se debían diseñar para que de una sola matriz se pudieran componer varios tamaños y su legibilidad no se perdiera. La segunda fue la posibilidad de unir más letras principalmente en los tipos itálicos y en las ligaduras.⁵⁶

El avance tecnológico marcó una nueva etapa en la producción tipográfica; las computadoras, el multimedia y el software; desplazaron la escuadra y el compás. Actualmente la computación realiza su trabajo. El usuario dedica sólo algunas horas en elaborar un proyecto que antes le podía tomar una semana.

Es importante señalar que las novedades tecnológicas invaden cada vez más el campo del diseño gráfico, y el trabajo se ha vuelto más sencillo pero no más fácil. Actualmente se recurre a un almacén de tipos por computadora, se seleccionan, editan en pantalla y finalmente se saca una impresión.

Esto ha causado que se pierdan algunos estándares de diseño; entre los cuales destaca la medida del tipo, puesto que en pantalla se aprecia un tamaño y al imprimirse varía, lo cual no afecta de manera determinante, pero finalmente confunde.

Desde 1993, el diseñador debió adaptarse a la forma final que toman los caracteres cuando ya se ha realizado la impresión. Los remates de la letra no se

⁵⁴Ibid. p.98.

⁵⁵PARRAMÓN M, José Cómo dibujar letras y logotipos. Parramón ediciones p.83.

⁵⁶Miez Leal. Op.cit., p.132.

aprecian bien y a medida que aumenta el tamaño, este tipo de detalle es más perceptible.

A partir de los 90 predomina casi completamente el carácter electrónico, pues permite ahorrar mucho más tiempo en la modificación de cualquier trabajo; la ventaja radica en el ahorro de tiempo y que la edición se realiza sobre pantalla y cualquier error puede ser reparado en minutos, cosa que no sucede con los materiales que comúnmente utiliza el diseñador gráfico.

La tipografía de los noventa se modifica constantemente, en especial en los periódicos; se han adoptado nuevos tipos de formación, aplicando estilos diferentes. Aunque todavía no se da un salto determinante, se sigue conservando una línea seria. En esta incesante creación de tipos, la demanda es concebir una composición original. Se utiliza el color como un recurso o alguna imagen para añadir novedad a la página del periódico.⁵⁷

Los expertos en materia de diseño han considerado que ante tal avance tecnológico, la tipografía se extenderá inmensurablemente, y uno de los medios que no se ha explotado aun lo suficiente es la tipografía que se utiliza por televisión⁵⁸

Existe una revolución en el tipo electrónico y la composición de página o cartel es más audaz no ha perdido la legibilidad; eso los hace más atractivos a la vista. La aplicación de el color hace, muy original el diseño.

Actualmente, mucho interés en crear una tipografía nueva e interesante; por ejemplo existe un instituto tecnológico en Massachussetts que trabaja con el *Media Lab and Visible Language Workshop*, donde se realizan investigaciones sobre la tipografía deconstructivista experimental. La búsqueda indica una revaluación en el modo de operar los mensajes tipográficos; éstos funcionan simultáneamente como forma narrativa y significadores icónicos en su relación con la imagen⁵⁹

Todo este estudio indica que existe una seria preocupación por el tipo electrónico y sus diferentes aplicaciones. Esta inquietud lleva a meditar sobre la necesidad de estudiar más detenidamente el tipo electrónico por los productores de software, para mejorar su calidad, e incrementar la aceptación de esta tecnología.

... el diseño de un tipo atractivo y útil sigue dependiendo de un conocimiento detallado de la función o funciones que tiene que cumplir y de una apreciación estética de lo que tenga que expresar.⁶⁰

La nueva tipografía es aplicada por diseñadores de la revista *Emigre* y de *Cranbrook School de E.U.A.* Estos diseñadores comentan que lo más importante es

...la legibilidad englobando a todo programa político superficial que exija conformidad con una estrecha gama de significados, trace un camino único y suponga un rechazo de la idea de que el potencial

⁵⁷Blackwell *Op.cit.* . p.213.

⁵⁸Ibid, p.214.

⁵⁹Cfr, Blackwell p.216

⁶⁰Ibid, p.218.

*de un texto, tiene muchos niveles de significados y formas de expresión*⁶¹

Con esta consideración, tratan de decir que el texto y la tipografía tienen un gran significado, pues su capacidad es tal que es posible modificar una ideología, por lo tanto, hay que dar más importancia y valorar aún más el significado o significados que presente un texto o el tipo de arreglo tipográfico para apreciar la capacidad de la tipografía. En ese sentido:

*...se trata pues, entonces de comunicar, cuestionar y representar valores de la cultura actual.*⁶²

La tipografía tomada desde este punto de vista dice que cuenta con un potencial ampliamente aprovechable y toca al diseñador descubrirlo y utilizarlo adecuadamente. Finalmente, el diseñador es quien manipula la forma tipográfica preservando su estética y sentido funcional, para aplicarlo en cualquier diseño. Así éste producirá una toma de conciencia y de exploración en el lector.

Entre las tareas del diseñador, descuella la de aplicar sus conocimientos en una buena tipografía y en una fotografía o ilustración, que representen exactamente los conceptos a manifestar y transmitir. El mensaje será entendido por los lectores y podrán comprender la cauda de ideas nuevas que el emisor desea compartir y la finalidad que éste persigue.

⁶¹Ibid, p.218

⁶²Ibid. p.218.

1.2 HISTORIA DE LA TIPOGRAFÍA.

Las situaciones sociales traen consigo un sinnúmero de cambios que afectan a todas las comunidades y sus componentes. En diseño gráfico la historia transcurre de manera similar: los cambios sociales y políticos influyen determinadamente para que la tipografía evolucione.

Desde que se dieron los primeros trazos, la letra adquirió avances inimaginables. Muchos tipógrafos y diseñadores tomaron en cuenta la evolución de alguna corriente pictórica, artística o situación social para crear una nueva familia tipográfica.

A partir de la creación del alfabeto, cada período histórico desarrolló diferentes familias tipográficas. Algunas han sobrevivido, muchas de ellas poseen una estructura agradable, armónica y estilizada que da como resultado un tipo⁶³ visualmente grato.

Las necesidades expresivas demandaron la creación de diversas familias; su manejo marcó la exigencia de hacer una clasificación que ayudara al diseñador a encontrar un determinado tipo de letra o modificar alguno de ellos según sus necesidades. Conforme los avances de la tecnología lo permitieron, aparecieron múltiples variantes que todavía conservan ciertos rasgos de las familias originales; éstos son un punto de partida para la crear o modificar la estructura del tipo.

Las nuevas tipografías buscan mayor libertad y espontaneidad y los rasgos son más libres sin perder las características previas, pues se sirven de ellas para crear otras alternativas.

Sin duda, para alcanzar el panorama actual, se tuvieron que alterar y generar muchas familias tipográficas que después darían origen a una amplia variedad de fuentes.

En todo trabajo de diseño gráfico, la tipografía es esencial; generalmente apoya al mensaje para su adecuada transmisión y mejor calidad. Con esto se asienta que la presentación es mucho más agradable por el uso de la tipografía o el manejo acertado de una imagen.

Esta variedad de tipos forma parte del actual acervo tipográfico y su origen se remonta a las antiguas letras grabadas en piedra.

Por otra parte es esencial para el diseñador conocer los tipos fundamentales y la mayoría de las familias tipográficas para servirse de ellas en la creación o modificación de un determinado carácter tipográfico para cualquier trabajo de diseño.

⁶³Se le llama así a cualquier letra o símbolo de un alfabeto.

A partir de que Grecia y Roma utilizaron un conjunto de signos más definidos, se les considero ya un alfabeto. Es así que comienza la historia de la tipografía. Los grandes descubrimientos sociales y artísticos influyeron en esta disciplina, que corre pareja al avance del arte y la ciencia.

Es imposible describir en unas cuantas páginas todos los acontecimientos ocurridos. En los siguientes cuadros elaborados a partir de Solomon, Martin, Fioravanti, Frassinelli y especialmente de Ruedi Rüg en su libro *Basic Typography Design*, se basó una nueva taxonomía ordenada por país.

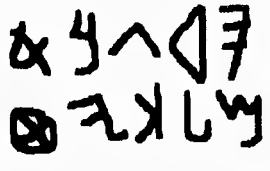

Cada sinopsis contiene una cronología a fin de seguir el desarrollo de la familia enunciada. En ocasiones se presentan dos países en un mismo esquema porque la letra que se usaba en ese entonces abarcaba estos dos países. Para complementar los cuadros se presenta un ejemplo gráfico y algunos hechos históricos y artísticos que influyeron en la producción tipográfica. En algunos cuadros no se dan referencias de la letra, dado el espacio y al mismo tiempo por que con el ejemplo gráfico se pueden observar los rasgos más interesantes de las mismas.

Se incluye el panorama general porque es necesario comprender los antecedentes de la letra en el sentido gráfico -su estructura quién lo diseñó en qué se basó y qué otro modelo tomo como punto de partida- y las situaciones sociales y culturales de la época que influyeron en la realización de la misma.

El objetivo de los esquemas es ampliar el conocimiento de las manipulaciones de uno u otro tipo, pues pese a que actualmente todas pueden alterarse y crearse en cuestión de horas mediante equipos de cómputo, es necesario entender estos datos y la aplicación correcta de los tipos en cualquier trabajo de diseño.


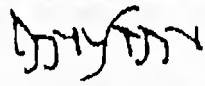


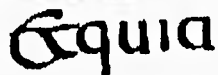
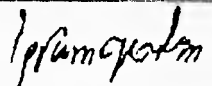

Actualmente con los equipos de cómputo, los tipos son almacenados y se pueden extraer y aplicar según sea el mensaje. El recurso hace necesario conocer al menos las familias principales.

CUADRO 1

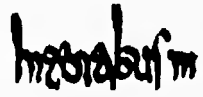
Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra. ⁶⁴
Fenicia siglo XII- XIV a de J. C.	1er alfabeto Escritura cuneiforme	 <p style="text-align: center;">FIG. 11</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Se utilizan esporádicamente signos con valor consonántico. -Se dictaron los textos de <i>Ugarit</i> en Canaán, se utilizaron 30 signos cuneiformes; el trazado fue realizado sobre tablillas de arcilla. -En el sarcófago de Ahiram en Biblos, se observo la aparición de un alfabeto con veintidós caracteres. Se determino que era el alfabeto fenicio clásico. -Se diseminó el alfabeto fenicio por el Mundo Egeo. Posteriormente se encontraron rastros del mismo en Chipre.
Grecia siglo V s. VIII	Lapidario	 <p style="text-align: center;">FIG. 12</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Inscripciones alfabéticas en Creta, Melos. - En algún lugar de Grecia se operan cambios en el alfabeto adoptado y lo utilizaron para formar el griego. - Se crean nuevos signos para las vocales y las consonantes, conservan la constitución fenicia. La secuencia y el valor son aproximados. - Victoria de la Guerra del Peloponeso. - Renovación de la política de Atenas. - Aquelao es el nuevo rey. Se le atribuye la creación del sistema monetario. - Los colonos de Calcis establecidos en Cumas aportan un alfabeto griego perfeccionado, el cual se difundió entre los etruscos y paso a los latinos.

⁶⁴ La información histórica y cultural y las características de las letras de estos cuadros se basan en información obtenida de: PIJOAN y Soterias, José. *Enciclopedia de historia universal*. Barcelona, Salvat Editores, 1980. tomo 2 pp 23,30,130; tomo 4 p.40; tomo 5 pp 14 y 15. PIJOAN y Soterias, José. *Enciclopedia Salvat Diccionario*, México, Salvat Editores, 1977. tomo 1 pp 97-100, tomo 5 pp 1262 y 1302, tomo 6 pp 1453-1456, 1459, 1577 y 1587; tomo 7 pp 1800, 1854 y 188; tomo 8 pp 1854 y 2038; tomo 11 pp 355, 2901-2903. SIDLONON, Martín. *El arte de la tipografía. una introducción a la tipografía*. Madrid, Tellus, 1988 pp 65, 73. EDITORIAL HERDER, *Enciclopedia Herder*. Barcelona, Herder, 1965. pp 11, 549, 608. FRASINETI L. Carlo. *Tratado de Arquitectura Tipográfica*. Madrid, Aguilar, pp 13, 78, 177, 179, 180, 182-187, 190, 195, 198. FIORAVANTI, Giorgio. *Diseño y Reproducción*. Notas históricas e información técnica para el impresor y su cliente. Barcelona, G.Gili. pp. 170, 172, 174, 184. PIJOAN y Soterias, José. *Enciclopedia Historia del Arte Salvat*, México, Salvat Editores, 1976. tomo 6 pp 647, tomo 11 pp 1346, tomo 12 pp 1488, 1443, tomo 22 pp 2582-2584. MARTÍNEZ, Leal Luisa. *Treinta Siglos de tipos y letras*. México, UAM, Tilde, 1990 pp 125. COSÍO Villegas, Daniel, (Comp) *Historia General de México*. México, Colegio de México tomo 2 1972. pp 471-593, 899. FERNANDEZ L, Enrique. *Historia Crítica de la Tipografía*. México. Palac. de Bellas Artes 1934-35 pp 35, 37, 54, 73. PARRAMÓN, José. *Cómo dibujar letras y logotipos*. Madrid, Parramon, 1991, pp 83. BLACWELL, Lewis. *La tipografía del siglo XX* Barcelona, G, Gili, 1994. pp 213, 218, 220, 224.



CUADRO 2

Lugar años	Tipo de Letra	Ejemplo	Acontecimientos Históricos y Culturales. Características de la letra.
Roma siglo I 105-146	Mayúscula romana monumetalis	 FIG. 13	<ul style="list-style-type: none"> - Conquista de las Galias. - Guerra de Yugurta. <p>En Roma las letras fueron grabadas en edificios con cincel sus formas eran angulosas y muy claras, con zonas gruesas y delgadas.</p>
siglo I	Mayúscula cursiva	 FIG. 14	<ul style="list-style-type: none"> - Roma estaba dirigida por el Consulado - Conquista de la Península Ibérica - Conquista de Grecia
siglo II	Lapidario	 FIG. 15	<ul style="list-style-type: none"> - Los galos cercan a Roma, sin embargo, no logran vencerla pues adopta una mejor organización militar y social. - Los plebeyos lucharon por tener los mismos derechos que los patricios.
siglo V	Mayúscula rústica	 FIG. 16	<ul style="list-style-type: none"> - Roma no toleró que Cartago predominara en Sicilia. Se agudizaron los conflictos y estalla la Primera Guerra Púnica. - Conquista del Mediterráneo.
siglo VII	Media-uncial romana	 FIG. 17	<ul style="list-style-type: none"> - Los galos derrotan a los romanos; reclama oro e independencia. - En este período Roma utilizó el estilo griego llamado corintio en él predominaba el uso de ornamentaciones parecidas a la planta de acanto.
siglo VII	Minúscula romana cursiva.	 FIG. 18	<ul style="list-style-type: none"> - Constantino inauguró una nueva etapa del Imperio Romano, se trataba de un modelo en el que predominó el Cristianismo. - Decreta la libertad de conciencia poniendo fin a las persecuciones contra la nueva religión. - I Guerra Roma se alía con Capua. - La influencia de la república invade Nápoles en 327. - Se construye la Vía Appia.
Roma siglo IX	Uncial-romana	 FIG. 19	<ul style="list-style-type: none"> - Vencen en la Batalla de Allia 387 - Honorio sucede a su padre Teodosio. - Penetraciones sucesivas de los visigodos de Alarico en Italia. - Los visigodos se apoderan de Roma y la saquean durante tres días.


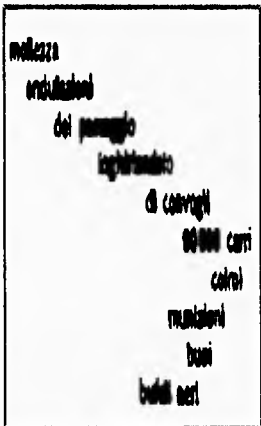
CUADRO 3

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
Roma siglo VI-IX	Mayúsculas cuadradas	 FIG. 20	<ul style="list-style-type: none"> - Hegemonía Visigótica en la Galia, reino de Tolosa. - Dominio Vándalo en el Mediterráneo, conquista de Cerdeña, expediciones contra Grecia, Epiro e Iliria. - Conquista de la Península Itálica - Se establece una nueva forma de votar llamada <i>comicios tribunados</i>. - Ley de las Doce Tablas
siglo VII- IX	Cursiva media romana	 FIG. 21	<ul style="list-style-type: none"> - Entro al periodo medieval. - Se disputo entre los godos y bizantinos el dominio del Imperio del Oriente. - Declinaron comercio e instituciones romanas - Los reyes francos prestaron auxilio. - Formación de los estados Pontificios. - Victoria del Lago Regilus.
Francia siglo VII- VIII	Minúscula merovingia	 FIG. 22	<ul style="list-style-type: none"> - Las funciones de los reyes merovingios fueron usurpadas por sus mayordomos, Carlos Martel venció a los árabes en Poitiers. - El imperio Merovingio se divide en Ausyacia, Neustria y Borgoña - Con un golpe de estado, Pipinio el Breve puso fin a la Dinastía Merovingia y funda la Dinastía Carolingia. - Luis Piadoso divide el Imperio mediante el tratado de Verdún.
Francia 1490	Medievales	 FIG. 23	-Se traslado el papado a Avignon.
	Venecianos	 FIG. 24	<ul style="list-style-type: none"> - Francia y Europa se encontraban en el Gótico; sus manifestaciones más importantes se dieron en arquitectura y escultura.
	Cursiva	 FIG. 25	<ul style="list-style-type: none"> -En la arquitectura se manifestaron cambios como la elevación de la nave central en las construcciones; la longitud del corredor monumental también se vio afectada, haciéndose más amplio. - En la escultura prevalecen las propuestas de gran serenidad en sus líneas y estilos.

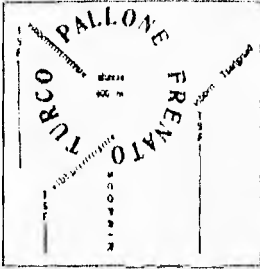


CUADRO 4

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
<p>París 1524</p> <p>1531</p> <p>1535</p>	<p>Garamond</p>	<p align="center">  </p> <p align="center">FIG. 26</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Luis XII de la Casa de Orleans continuó con la política internacional de su compañero en España. - Se eligió a Carlos I como emperador. - En el siglo XVI comienza en Francia un período denominado Academicismo en el cual el Barroco influyó mucho; posteriormente se difundió por el resto de Europa.
<p>París 1619</p> <p>1692</p>	<p>Cursiva redonda</p>	<p align="center">  </p> <p align="center">FIG. 27</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se inició la primera tentativa de La "Nueva Tipografía", los poetas imprimían sus poemas con algunas letras en cursiva para resaltar su contenido. - Se publicó el impreso "Historiettes" el cual contenía diversos ejemplos de la nueva tipografía. - Trataron de renovar la fuerza de la palabra, así como de buscar nuevas alternativas. - Enrique IV fue asesinado en París, se quedó a cargo María de Medicis y Concini. - En 1624 quedó a cargo del poder el Cardenal Richelieu, quien pretendió aplicar toda la autoridad real. - Se dio apoyo a los protestantes en la Guerra de los Treinta Años y terminó en la Guerra con España en 1635. - Concluyó el conflicto y firmaron la paz de los Pirineos 1659. - Se implanto un gusto por la Academia de las Bellas Artes fundada por Richelieu, todo lo que pertenecía a las artes siguió el gusto implantado por la misma. - En pintura se instauró una corriente naturalista; se jugaba mucho con la luz.

CUADRO 5

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
<p>París</p> <p>1640</p> <p>1690</p>	<p>Redonda</p>	<p style="text-align: center;">nascentia</p> <p style="text-align: center;">FIG. 28</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se encuentran múltiples características de la Época Románica en el arte de Francia. - La nueva sociedad estructurada sobre una base centralizada y rigidamente monárquica, desarrollo una inmensa serie de construcciones monumentales en el que se plasma el gusto por la Academia. - Con la entrada del Cristianismo penetraron formas artísticas del mediterráneo oriental.
<p>París</p> <p>1775</p>	<p>Didot</p>	 <p style="text-align: center;">FIG. 29</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El Cardenal Fleury restauró la prosperidad mediante una política pacifista. Intervino reservadamente en las guerras de Sucesión de Polonia y Austria. - En el siglo XVIII hubo una notable evolución en la pintura; pretendieron conquistar la luz y el color siguiendo como ejemplo a los venecianos con Rubens a la cabeza. - Francia se convirtió en el primer lugar del desarrollo artístico europeo. - En la escultura se desarrolló un gusto por el Barroco en contraposición con el Academicismo ya mencionado.
<p>París</p> <p>1853-60</p>	<p>tipos comunes, sans serif escritura a mano y a máquina</p>	 <p style="text-align: center;">FIG. 30</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se publicó formalmente el impreso Historiettes con diversos ejemplos de una tipografía más expresiva mediante el resalte de algunas palabras en cursiva.

CUADRO 6

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
<p>París 1897</p>	<p>tipos palo seco</p> <p style="text-align: center;">sin remates</p>	 <p style="text-align: center;">FIG. 31</p>  <p style="text-align: center;">FIG. 32</p>	<p>Mallarmé siguió el ejemplo de otros poetas y publicó <i>Un coup de dés Jamais abolira le hosard</i> en <i>Cosmopolis</i>. Sus poemas atendían las reglamentaciones de las nuevas tendencias tipográficas.</p>
<p>París 1910-14</p>	<p>tipos con remates y combinaciones con otros tipos</p>	 <p style="text-align: center;">FIG. 33</p>	<p>Aparece el Manifiesto del Futurismo en Milán; fue dirigido contra el estancamiento artístico. Este documento obtuvo la aprobación de muchos artistas y en 1914 a través de una publicación llamada <i>La cerba</i> experimentaron con cambios en la tipografía: acentuaron y dieron tensión al ritmo de la composición.</p> <p>Utilizaron collages y dibujos. Las palabras tomaron otro significado y ocuparon un espacio de un modo más expresivo, gracias a los contrastes.</p>




CUADRO 7

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
<p>Francia XIX</p> <p>París 1929</p>	<p>Bifur</p>	 <p style="text-align: center;">FIG. 34</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelve una obsesión por la antigüedad grecorromana produciendo un arte moralista y frío es el periodo del Neoclasicismo. - Este periodo no tardó en ser arrasado por uno nuevo. el Romanticismo, que retomó en la pintura un gusto apasionado y dramático cada vez más acercado a la naturaleza. - Algunos años más tarde el Impresionismo sería una etapa más en la vida artística de Francia; con representantes como Manet, Degas, Renoir, entre otros, quienes desarrollaron nuevas expectativas como el paisaje y el gusto más estrecho por la naturaleza, así como el uso de colores más vivos, luminosos y claros que dejaron ver una visión más mental y estilizada de los autores. - Se inició un periodo llamado Negrísimo en el cual la Nueva Tipografía consideró que todo soporte de publicidad debería ser extremadamente llamativo. - Las fundiciones comenzaron una producción de tipos negrismos la Nueva tipografía se encontraba en una etapa decadente. - De los tipos claros que utilizaron en un primer periodo, los Negrismos sobre fondos plateados fueron los se implantaron
<p>España e Irlanda Siglo VII- VIII</p>	<p>Minúscula Visigótica</p>	 <p style="text-align: center;">FIG. 35</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La conquista visigoda sentó las bases para un posterior orden feudal que se caracterizó por la decadencia de la sociedad en general. - El auge de la iglesia permitió su intervención como un organismo paragobernante y legislador. - El último rey Rodrigo fracasó en las batallas de Guadalete poniendo fin al reino visigodo.

CUADRO 8

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
<p>Irlanda Siglo VII- XII</p>	<p>Anglosajón media-uncial</p>	<p style="text-align: center;">zacharīae</p> <p style="text-align: center;">FIG. 36</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En el siglo XII, los monjes cistercienses construyeron grandes monasterios y realizaron la transición del estilo románico al gótico. - Desde 1175 Irlanda quedó sometida a la corona Inglesa. - En Irlanda, la producción de impresos estuvo manejada en su mayor parte por los monjes, quienes se encargaban de transcribir los textos para su reproducción. - Los libros tuvieron ornamentaciones y capitulares muy agradables. - Existió un notable aprecio por los libros y con la caligrafía; fue un periodo muy interesante en la historia visigoda: - El <i>Durrow</i> es uno de los textos que poseen más características del arte monástico. En él se encuentran grandes rosetones, estilizaciones de animales y en su primera página se observa una mayúscula monumental. - El <i>Lindisfarne</i> también tiene ilustraciones y decoraciones en todas sus páginas con múltiples capitulares. - El <i>Kells</i> fue obra de los monjes de Iona; éste presenta composiciones de la tradición irlandesa así como ornamentaciones orientales. Toman estilos como el románico del siglo XI y XII.
<p>Italia Siglo VII- IX</p>	<p>Minúscula lombárdica</p>	<p style="text-align: center;">le q̄le mēna</p> <p style="text-align: center;">FIG. 37</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El rey Desiderio pretendió consolidar el poder lombardo en Italia; -El papa Adriano solicita la ayuda de Carlo Magno quién derroto a Desiderio en 774 y adopta el nombre de Rey de los Lombardos.

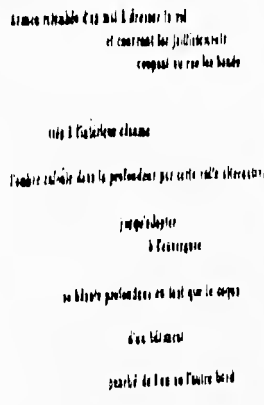
CUADRO 9

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
Siglo IX- XIII	Minúscula beneventina	 <p align="center">FIG. 38</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En el transcurso de la dominación carolingia nuevas invasiones de normandos, húngaros y musulmanes asolaron Italia. - Se inicio la conquista de Sicilia. - Se dio una renovación imperial que coincidió con un resurgimiento del gran comercio. - Pisa, Génova y Venecia intentaron monopolizar el comercio de oriente - Venecia, Vicenza y Padua apoyadas por Alejandro III, constituyeron la Liga Lombarda
Italia Siglo XIII- XV	Rotunda	 <p align="center">FIG. 39</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El reino de Sicilia paso a manos de Conrado IV. - Se da un desarrollo comercial iniciado por las ciudades italianas en el siglo XI. - En Florencia apareció una nueva concepción moral que media al hombre no por su fe mística sino por la conciencia de su propia suficiencia y que con la exaltación de la razón era capaz de tener dominio sobre la naturaleza, para considerar la observación del mundo real como guía de la creación artística. - Aparece una versión del tipo gótico utilizado por Gutenberg; es más redondeada, predominó en Italia. Es una copia del tipo Textura.
Italia Siglo XV- XVI	Minúscula humanística	 <p align="center">FIG. 40</p>	<ul style="list-style-type: none"> - España impuso su hegemonia sobre Italia. - En Florencia aparece una nueva concepción moral que afectaría a la sociedad y principalmente a las artes. - En la arquitectura se expresa la concepción de la perspectiva y el espacio, según la cual todos los elementos de un edificio se coordinan respecto a un punto ideal. - Piero de la Francesca hace coincidir el profundo espacio de su perspectiva con una mágica luz difusa. - En la escultura destacó Miguel Ángel. - - Este tipo está basado en los hechos por los humanistas italianos de aquella época. - Existe un contraste entre sus rasgos gruesos y delgados.



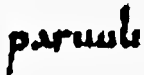
CUADRO 10

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
Roma Italia 1500	Cancilleresca	<i>vouloir fust joint</i> FIG. 41	<ul style="list-style-type: none"> - El arte del siglo XVI se desarrolla ampliamente en el trabajo de Donato Bramante y Miguel Ángel. - Se introdujo en los edificios una concepción del espacio que juega con la luz y la sombra de todo el lugar. - El arte Barroco fue la continuación de la variante manierista del Renacimiento. - Imitan la cursiva que se usaba en las cancillerías de Roma e Italia
Roma 1501	Itálica cursiva.	<i>Stale: the fine Italian experts cannot agree Some say it is Humanist</i> FIG. 42	<ul style="list-style-type: none"> - Se convirtió en el centro del renacimiento, reuniendo a los mejores artistas (Rafael y Miguel Ángel, entre otros) - El nepotismo del gobierno papal, las rivalidades internas y las repercusiones de la política de los estados pontificios dificultaron su crecimiento - La población aumentó a ritmo sostenido. - En 1513 la propaganda revolucionaria subsiguiente a la proclamación de la República Francesa gana escasos adeptos
Parma 1785	Bodoni	ABCD EFGH FIG. 43	<ul style="list-style-type: none"> - El Barroco se extendió hasta Italia y el resto de Europa en los siglos XVII y XVIII - El derrocamiento del dominio español había sido visto por los italianos como el inicio de una época de libertad, que no se concretaría aún. - En la segunda mitad del siglo XVIII Italia conoció las ventajas y los inconvenientes del Despotismo ilustrado. - Se vuelve a un cierto equilibrio de las formas que daría origen al neoclasicismo.

CUADRO 11

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
Milán 1914	sans serif. palo seco	 <p>FIG. 44</p>	<p>Se publicaron poemas con la nueva tipografía, realizados por F.T Marinetti. Contiene características que pretendieron llegar al campo artístico, pues lo consideraban estancado</p> <p>Publicó un libro que se llamó <i>Sang lumb uuum</i> en donde inicia La revolución tipográfica. En él publica composiciones tipográficas y su principal fundamento fue Redoblar la fuerza expresiva de las palabras</p> <p>Este primer periodo estuvo apoyado también por Guillaume Apollinaire, precursor del cubismo y un impreso llamado <i>Calligrammes</i>.</p> <p>Aunque tuvieron aceptación en algunos círculos, en otros fueron duramente combatidos.</p> <p>- Hasta 1914, al iniciarse La 1ª Guerra Mundial, Italia permaneció neutral; pero el Tratado de Londres del 26 de Abril de 1915, donde se prometían algunas regiones, tuvo como consecuencia que entrará en conflicto</p>



CUADRO 12

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
<p>Italia 1921-1922</p>	<p>Mefistofeles</p> <p>Fonderia</p>	 <p>FIG. 45</p>  <p>FIG. 46</p>	<p>La revista italiana publicó <i>Il Risorgimento Grafico</i> una <i>Rivoluzione Grafica</i> de Carlo Frassinelli, se postularon sus fundamentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La creación de una tipografía vibrante, psicológica; los caracteres debían ser incorporados tomando en cuenta su fuerza expresiva, así como el formato, papel, color e incluso el olor de la tinta. -Aunque no renunciaron a los principios tipográficos clásicos. -El fin de la guerra dejó al país empobrecido y el nacimiento del estado yugoslavo no le permitió realizar las pretensiones que tenía. -La crisis económica de la posguerra creó una inestabilidad social que se reflejó en la creación del partido comunista -La burguesía italiana decidió apoyarse en un partido que garantizará el orden y reforzará la autoridad del estado. -Mussolini con el partido fascista, pretende desempeñar dichas aspiraciones. -Se instauró un régimen dictatorial y totalitario.
<p>Italia y Alemania Siglo VIII- XI 1100</p>	<p>Minúscula carolingia</p>	 <p>FIG. 47</p>	<p>La minúscula carolingia se originó en Italia a fines del siglo VIII gracias a las reformas del escritor y poeta Alcuino de York.</p> <ul style="list-style-type: none"> -La dinastía de Carlo Magno se extendió hasta conquistar media península itálica. -También conquistó Sajonia, venció a los bárbaros en Hungría y fundó una colonia que dio origen a Austria.



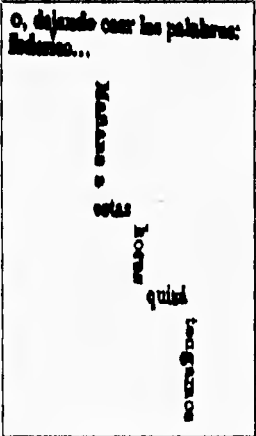
CUADRO 13

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
Siglo XI- XII	Minúscula tardía carolingia	FIG. 48	-En el siglo X el feudalismo se implantó sólidamente en Alemania; los ducados de Baviera, Suabia, Franconia-Lorena y Sajonia pronto adquirieron gran importancia y la monarquía perdió autoridad. Otón I el Grande se apodero de Lombardia y fue coronado por Juan XII como emperador del Sacro Imperio Germánico.
Alemania e Inglaterra a Siglo XII- XV	Minúscula gótica	FIG. 49 FIG. 50	-La resistencia de los barones al poder real logró la concesión de diversos documentos constitucionales, entre los que se puede mencionar la carta magna firmada en 1215 y Las Provisiones de Oxford en 1258. -Este tipo predominó cerca de 3 siglos; en Italia Francia y Europa era de rasgos menos angulosos. -Posee una forma rectilínea y alargada; usada principalmente en la edad media. Era más angulosa. Se utilizó en los primeros impresos germánicos.
Siglo XIII- XV	Gótica cursiva bastarda	FIG. 51	-Se produjo el hundimiento de la burguesía. -La paz de Absburgo fue el fracaso para Carlos V, de esta manera se consagró la división política y religiosa de Alemania. -En cada estado el príncipe encarna la unión del poder temporal y del religioso -Esta fuente fue una derivación que hicieron copistas o monjes de diferentes monasterios.
Siglo XIV	Gótica antigua	FIG. 52	-Se denomina así cualquier tipo de letra parecido al que utilizó Gutenberg y se extendió por toda Europa, haciéndose muy popular en todos los países de occidente, principalmente en la Edad Media.
Siglo XIV- XV	Textura	FIG. 53	-En esta versión los rasgos son más estrechos y angulares. -Se originaron de los tipos que utilizó Gutenberg


CUADRO 14

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
Berlín 1898	Akziden grotesk (Berthold)	 <p>FIG. 54</p>	<p>-Guillermo I fue proclamado emperador de Alemania, en Versalles, en 1870.</p> <p>-Bismarck continuó dirigiendo la política alemana y consiguió cambios como la centralización del país.</p> <p>-Se apoyo en el partido conservador y en el liberal nacional. Procuró reducir la influencia del partido socialista.</p>
Alemania Zurich 1916	Sans serif	 <p>FIG. 55</p>	<p>-Nació el movimiento Dadaísta como protesta contra el mundo y las manifestaciones artísticas, que se manifestaban en aquel entonces.</p> <p>-Se trato pues del absurdo que regia al mundo y de enfrentarse a la existencia de otras manifestaciones artísticas.</p> <p>-Se desarrollo ampliamente en París, Nueva York y Alemania.</p> <p>-La tipografía que se utilizó se basó en la utilización de signos y filetes tipográficos para subrayar y resaltar los espacios.</p> <p>-Se recurrió principalmente técnicas como el collage, y presentaron diversos tratamientos gráficos con esta técnica</p> <p>-Uno de sus exponentes más originales fue Man Ray.</p>



CUADRO 15

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
Alemania 1919	sans serif ensayo con diferentes tipos experimentales	 <p style="text-align: center;">FIG. 56</p>  <p style="text-align: center;">FIG. 57</p>	<p>-Walter Gropius fundó en Weimar la <i>Staatliches Bauhaus</i> (Casa de la construcción), en ella pretendió unificar las diferentes actividades artísticas y artesanales.</p> <p>-La funcionalidad y la gran producción industrial estaban en su apogeo.</p> <p>-En el campo de la impresión se procuró que la tipografía, junto a la fotografía se dispusiera en el espacio de manera exacta, dándole un carácter más dinámico y realista a la comunicación, en carteles y anuncios primordialmente.</p>
Alemania 1924	Tipografía producida con máquina de escribir	 <p style="text-align: center;">FIG. 58</p>	<p>-La nueva tipografía invade Alemania; algunos especialistas crean nuevas interpretaciones; sus composiciones fueron más libres</p> <p>-En Baviera se erigió una República Socialista.</p> <p>-Berlín fue ocupada por los revolucionarios y se formaron consejos de obreros.</p>



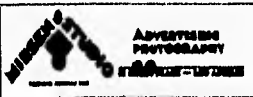
CUADRO 16

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.						
Alemania 1926-27	tipo san-serif Futura (Paul Renner) Kabel (Rudolf Koch)	 <p>FIG. 59</p> <p>ABCDEFGHIH abcdefghijkl</p> <p>FIG. 60</p> <p>Kabel abcdefghijklmno ABCDEFGHI</p> <p>FIG. 61</p>	<p>- Apareció en <i>Typographischer Mitteilungen</i> la noticia de la Escuela Rusa de Tipografía Elemental.</p> <p>- Manejaba conceptos del Neoplasticismo y Construccionismo holandeses.</p> <p>- Se vieron influenciados por el impresionismo, cubismo y futurismo.</p> <p>- Los futuristas proponían una composición dinámica y disponer los caracteres a modo de que expresaran movimiento.</p>						
Alemania 1928	Palo seco	<p>An 17. und 18. Oktober 1928: Auktion 105</p> <table border="1" data-bbox="574 1255 839 1404"> <tr> <td data-bbox="574 1255 635 1330">28. Oktober</td> <td data-bbox="635 1255 740 1330">Die große Ausstellung Kunstwerke</td> <td data-bbox="740 1255 839 1330">Samstag Paul Hensler, Berlin</td> </tr> <tr> <td data-bbox="574 1330 635 1404">a. 1928</td> <td data-bbox="635 1330 740 1404">Friedrich Holzer des 17. und 18. Jahrhunderts</td> <td data-bbox="740 1330 839 1404">Sonntag Gambke Humboldtstraße</td> </tr> </table> <p>FIG. 62</p>	28. Oktober	Die große Ausstellung Kunstwerke	Samstag Paul Hensler, Berlin	a. 1928	Friedrich Holzer des 17. und 18. Jahrhunderts	Sonntag Gambke Humboldtstraße	<p>Jan Tschichold en <i>Die Neue Typographie</i> pinturas vanguardistas, y tipografías con fundamentos de la nueva tipografía; entre los aspectos más importantes:</p> <p>La finalidad de todo trabajo tipográfico es que comuniqué pensamientos brevemente. Para el caso los caracteres debían ser elementales y sin embellecimiento</p>
28. Oktober	Die große Ausstellung Kunstwerke	Samstag Paul Hensler, Berlin							
a. 1928	Friedrich Holzer des 17. und 18. Jahrhunderts	Sonntag Gambke Humboldtstraße							


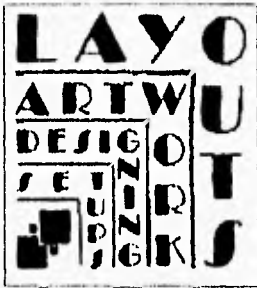


CUADRO 17

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
1928	Sin remate	 <p style="text-align: center;">FIG. 63</p>  <p style="text-align: center;">FIG. 64</p>	<p>-Recurrieron a la utilización de tipos Lapidarios Griegos. (Palo Bastón o Grotescos).</p> <p>Entre los fundamentos que proclamaba el futurismo en la tipografía cabe mencionar el siguiente: trataron de eliminar en las portadas todo rastro de simetría y demás ornamentación, pues en ese momento les pareció que el impreso se debería parecer en su composición a una construcción arquitectónica.</p> <p>Además de que en la composición debería existir una disposición de caracteres que expresara movimiento.</p>
	Futura		


CUADRO 18

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
Alemania 1927	Futura		<p>-Usaron decoraciones en forma sencilla y en función de los caracteres.</p> <p>-Se originó el uso de filetes de diversos espesores, los caracteres se disponían en ángulo recto, cuadrado, en triángulo, etc.</p> <p>-A éstas composiciones se les llamo: Blickfanger, según los tipógrafos daban vida a la composición.</p>
	Negra	<p style="text-align: center;">FIG. 65</p> 	<p>-Richard Herré publicó "medio de arte industrial, medio rítmico".</p> <p>-Eliminaron las mayúsculas, permitiendo una economía de tiempo y composición.</p>
	Tipos experimentales	<p style="text-align: center;">FIG. 66</p>  <p style="text-align: center;">FIG. 67</p>	<p>-La fotografía se vio favorecida, cubría casi toda la superficie del papel en algunas composiciones tipográficas.</p> <p>-Las mejores composiciones fueron las que estaban ligadas al equilibrio y a los principios tradicionales.</p>

CUADRO 19

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
Alemania 1929	Modernos negrissimos		<p>- Los principios de la tipografía empezaron a decaer.</p> <p>- A partir de entonces se marcar una 2ª etapa de la nueva tipografía.</p> <p>- Se paso de los tipos claros del primer periodo a los negros.</p> <p>- Se utilizaron tipos negrissimos sobre fondos plateados.</p>
	Tipos ornamentales.	<p style="text-align: center;">FIG. 68</p> 	<p>- La Nueva tipografía se dividió, algunos sugerían lo que se manifestaba en el momento, otros preferían seguir con la Teoría de la proporción y los caracteres tradicionales.</p> <p>- Comenzó el periodo del Negrismo.</p>
	Tipos de fantasía	<p style="text-align: center;">FIG. 69</p> 	<p>- La publicidad y el empleo de los caracteres debería ser llamativo.</p> <p>- La nueva tipografía entro en una nueva etapa de debilitamiento.</p>
	Futura bold y tipos sin remate	<p style="text-align: center;">FIG. 70</p>  <p style="text-align: center;">FIG. 71</p>	<p>- Las repercusiones de la crisis del 29 vieron el fracaso y la no recuperación de la economía.</p>

CUADRO 20

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra
<p>Alemania 1930</p> <p>1932</p>	<p>Tipos manuscritos sin remate</p> <p>Goudy kabel Bodoni</p>	 <p>FIG. 72</p>  <p>FIG. 73</p>	<p>-La nueva tipografía trajo de renovarse gracias a la arquitectura y a las tendencias que trajeron consigo</p> <p>-Diseñaron con más dinamismo los caracteres, mediante la utilización de un eje oblicuo en la composición.</p> <p>-Proclamaron estar en contra de toda manifestación que fuese fuente de confusión</p> <p>-La sencillez y la legibilidad fueron los componentes de sus propuestas.</p> <p>-Perdieron todo sentido de la estética.</p> <p>-De este modo concluyó el período de la nueva tipografía</p> <p>-Después de que el movimiento de La nueva tipografía concluyó; la tipografía se volvió ordenada.</p> <p>-Los caracteres utilizados fueron los redondos, sencillos y legibles como el romano.</p> <p>-Retomaron elementos como el color con acuarela y el color plateado combinado con el azul oscuro y negro.</p> <p>-Se manifestaron a favor de que la tipografía:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Facilitará la lectura 2.- Las disposiciones de los caracteres fueran en base a su función. 3.- Existiera una disposición armónica del espacio. 4.- Las masas de texto fueran combinadas con los blancos. 5.- Se utilizará un eje oblicuo con discreción. <p>-Finalmente se volvió a una renovación en 1936.</p>
<p>Venecia 1460</p>	<p>letra Negra</p>	 <p>FIG. 74</p>	<p>-Se inició la Escuela Veneciana (S. XIV) bajo la influencia Bizantina.</p> <p>-La guerra de Chioggia liquidó la potencia marítima de Génova.</p> <p>-Venecia emprendió la conquista de un territorio más firme. El comercio se vio duramente afectado por la conquista de Constantinopla por los turcos y la llegada de los portugueses a la india</p>




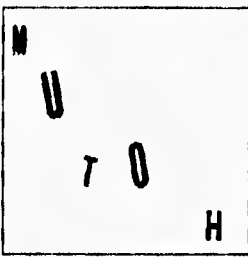
CUADRO 21

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
Venecia 1465	Lactantius	<p><i>Etiam in opibus animam quoy auctoritate argumtu nocabo, quoy ratio et distinctio Imortalitate ab eo accipiend istos qui reliquis uirtutibus et docere et quomodo sunt esse.</i></p> <p>FIG. 75</p>	-Alcanza su esplendor la Escuela Veneciana, la pintura renacentista tuvo su mayor momento con los Bellini, Giorgione y Tiziano.
1467 1469-70	Romano	<p>A B C D E F G H</p> <p>FIG. 76</p>	-Venecia perdió gran parte de su territorio en Italia por enfrentarse a la liga de Cambray. -Venecia se constituyo como una gran potencia aunque fue incapaz de enfrentarse a los turcos
Venecia 1495	Bembo	<p>A B C D O P Q R</p> <p>FIG. 77</p>	-Venecia perdió el territorio de Morea -El anterior marca la decadencia de la República.
1499- 1500- 1800	Poliphilus Blado	<p>A B C D E M N O V W X</p> <p>FIG. 78</p> <p>A J K L Q R S X Y Z</p> <p>FIG. 79</p>	-El territorio veneciano fue repartido entre Austria y Francia por la paz de Campoformio -En 1815 Venecia pasa a ser territorio de Austria como parte del reino lombardo-veneto. -Austria cede Venecia a Napoleón III quien después de un plebiscito la entregó al reino de Italia.
Inglaterra a 1700	Escritura Inglesa	 <p>FIG. 80</p>	-La unificación del Archipiélago británico fue realizada por Inglaterra. -Con el tratado de unión que se firmo en 1707 se unieron los países con el nombre de Gran Bretaña. (Inglaterra, Escocia, Gales, Irlanda). Poco tiempo después se consolidó su supremacía marítima y comercial. -Gran Bretaña intervino en conflictos continentales -Guerra de sucesión española. -Guerra de sucesión Austriaca y Guerra de los Siete Años.

CUADRO 22

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
Londres 1725	Caslon (William Caslon)	A H I J <small>FIG. 81</small>	-Prácticamente destruida por incendios a finales del siglo XVII también les sobrevino una epidemia que casi arrasó con la población. A principios del siglo XVIII fue reconstruida.
Birmingham 1757	Baskerville	A B C D H I J K L <small>FIG. 82</small>	-La Revolución Industrial coincidió con la expansión de la colonia inglesa e impulsó el enriquecimiento de Londres -John Baskerville fue precursor del tipo moderno
1775	De transición	CGAB <small>FIG. 83</small>	-Jorge III pretendió restablecer el gobierno; sin embargo, con la Guerra de Independencia Norteamericana tuvo que dar toda la confianza al Parlamento y no al rey.
Londres 1815-16	Egipcios	ABCDEFGHIG KLMNOPQ <small>FIG. 84</small>	-Conferencia Internacional de Londres: se consagró la Independencia de Grecia; y determinaron los límites territoriales del nuevo estado. -2º conferencia de Londres, se determinó la neutralidad e independencia de Bélgica -En el siglo XIX Londres se convirtió en el principal centro comercial y financiero del occidente europeo.
México 1800	Bodoni. Lineales o de Palo Seco. Garamond. Caracteres simples	BCD <small>FIG. 85</small> DEG <small>FIG. 86</small> Garamond <small>FIG. 87</small> KLAB <small>FIG. 88</small>	-México se encontraba ante una dramática; al ser colonia de España, imperaba el descontento. Después de saber que Napoleón Bonaparte invadió España, aumentó la efervescencia. -Proclamación de Independencia. 1810 -Octubre 19.- proclamaron un decreto que abolía la esclavitud y el pago de tributo. -1811 desastre del puente de Calderón. -Tipos clásicos empleados en publicaciones como: La Gaceta de México, el Semanario Económico, El quijote edición mexicana. -Se editó el primer calendario. -Se ganó seguridad y estilo en los impresos, hubo importación de materiales y máquinas para las imprentas


CUADRO 23

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
<p>México 1848</p> <p>1877- 1880</p>	<p>Capitulares</p> <p>Uso de tipos comunes</p>	 <p>FIG. 89</p>  <p>FIG. 90</p>	<p>los americanos ocupan la capital. 1848 Se firmo el tratado de paz (México - EE.UU.) .Se incorpora Yucatán a México como un estado. Este periodo se vio lleno de publicaciones como Publicaciones del impresor J. M. Lara: 1ª edición de Pablo y Virginia. Libro: La Ilustración Mexicana. Los impresores habian vuelto a la moda y tomaron como punto de partida ejemplares Ingleses sin hacer a un lado modelos venecianos, franceses y holandeses, de los cuales siguieron su estilo y crearon interesantes ediciones. Este periodo estuvo dominado por lo que se llamo "El porfiriato". El país conoció una época de prosperidad, beneficiados, los ricos hacendados.</p>
<p>Rusia 1924</p>	<p>Tipos experimentales.</p> <p>Caracteres comunes sin remate</p>	 <p>FIG. 91</p>  <p>FIG. 92</p>	<p>-La política reaccionaria del gobierno, obligó a los liberales a actuar en la clandestinidad Se suscito la Guerra Ruso-Japonesa (1904-05) -Después de la revolución de 1917, el país se vio envuelto en una etapa de experimentación y polémica. -La tentativa de crear una cultura proletaria choco con el apego de la tradición. -Influencia de la pintura impresionista, cubista y futurista en la nueva tipografía. -Se fundo una escuela de Tipografía Elemental. Basada en la tipografía utilizada por Marinetti</p>

CUADRO 25

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
E.U.A. 1929-40	Futura	<p align="center">ABCDEFGG jklmnop yz1234</p>	<p>-La neutralidad de E.U.A. durante los primeros años de la 1ª Guerra Mundial, constituyó a los monopolios estadounidenses un negocio fructífero</p> <p>-El período de 1919-29 vio el apogeo del capitalismo estadounidense replegado en sí mismo.</p>
1930	Peignot	<p align="center">FIG. 97</p> <p align="center">abcdefghijklm ABCDEFGH 12345678</p>	<p>-1921 Período de inmigración.</p> <p>-1922 leyes proteccionistas.</p> <p>-La crisis de 1929 y la Depresión hicieron necesaria la intervención estatal para alcanzar la estabilidad económica.</p> <p>-Roosevelt procuró que algunas fricciones económicas fueran declaradas inconstitucionales (1935-36) y los efectos de la crisis fueron superados.</p>
1940	Beton	<p align="center">FIG. 98</p> <p align="center">abcdefghijkl ABCDEFGHIJ 1234567890</p>	<p>-1933 Evacuación de las tropas estadounidenses de Haití y Nicaragua.</p> <p>-1935 evacuación en Filipinas.</p> <p>-1941 se anexo a la Segunda Guerra Mundial.</p>
	Times	<p align="center">FIG. 99</p> <p align="center">ABCDEF abcdefg 1234</p> <p align="center">FIG. 100</p>	<p>-1948 Se eligió a Harry.S. Truman a la muerte de Roosevelt.</p> <p>-1945 Truman ordenó el lanzamiento de las bombas sobre Hiroshima y Nagasaki.</p> <p>-Jean Tschichold realiza una serie de tipos experimentalmente.</p> <p>-En esta década se experimenta con la tipografía en los carteles.</p> <p>-El diseñador Max Huber, fue uno de sus representantes.</p>


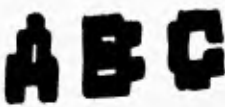




CUADRO 26

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
E.U.A. 1950	Choc		<p>-La Segunda Guerra Mundial quedó atrás y las naciones se recuperaban poco a poco.</p> <p>-La producción de nuevas máquinas que se había detenido por causa de la guerra, comenzó a dar nuevos frutos.</p>
1953	Mistral.	<p>FIG. 101</p> <p>ABCDEFGHIJKLM 123456</p>	<p>-Se desarrollaron sistemas más novedosos. En esta década la fotocomposición comenzó a ser el motivo para reconsiderar el tratamiento de la tipografía.</p>
1958	Palatino	<p>FIG. 102</p> <p>ABCDEFGH abcde 1234567890</p>	<p>-La tipografía se veía afectada por la nueva forma de manipularse, que fue la fotocomposición ya mencionada</p> <p>-Los procesos manuales gozaban todavía de usuarios, aunque más tarde serían cambiados.</p>
	Optima	<p>FIG. 103</p> <p>ABCDEFGH abcdefghijk</p>	<p>-En cuestión de diseño, la tipografía tuvo que adaptarse a cambios que pertenecían a la posguerra.</p> <p>Surge el diseño de la Escuela Suiza</p>
	Helvética	<p>FIG. 104</p> <p>ABCDEFGH JKLMNO</p>	
	Univers	<p>FIG. 105</p> <p>ABCSEFG HIJKL abcdefg</p> <p>FIG. 106</p>	

CUADRO 27

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
E.U.A. 1960	OCR- A Sabon. Antique olive. Letras transferibles.	<p>OCR-A</p> <p>FIG. 107</p> <p>Sabon</p> <p>FIG. 108</p> <p>Antique</p> <p>FIG. 109</p> <p>A B C D E L M N O P</p> <p>FIG. 110</p>	<p>-Se desarrollaban nuevas técnicas para mejorar la producción de impresos; la computadora cobraba más terreno.</p> <p>-Las fotocomponedoras formaban parte de la producción.</p> <p>-La gente se vio envuelta en una extensa publicidad de consumo.</p> <p>-Se vivía la prosperidad de la posguerra y la gente intentaba recuperarse de las tragedias vividas en ese momento.</p> <p>-La tipografía tuvo importantes cambios, entre los que se pueden mencionar:</p> <p>-La introducción de hojas de letras transferibles.</p> <p>-El uso de retruécanos visuales.</p> <p>-La influencia del Pop Art en la tipografía.</p> <p>-La tipografía alusiva</p> <p>-La tipografía en las fundas de discos</p> <p>-La caligrafía del movimiento Punk.</p>
E.U.A. 1970-88	Galliard Chancery Tiffany American type writer	<p>ABCDEFGH KLMNOP defg 123456</p> <p>FIG. 111</p> <p>A A B B C C D G G H H I I J J M M N N O P</p> <p>FIG. 112</p> <p>A B C D E F</p> <p>abcdee</p> <p>FIG. 113</p> <p>A B C D E L M N O P 1 2 3 4 5</p> <p>FIG. 114</p>	<p>-1971 Se recrudece el Conflicto con el Oriente Medio.</p> <p>-Nixon mantuvo su apoyo a Israel.</p> <p>-Se manifestaron múltiples conflictos internos raciales.</p> <p>-Crisis del dólar.</p> <p>-En esta década, la fotocomposición ya estaba ubicada como una máquina realmente importante en la industria gráfica.</p> <p>-La necesidad primordial fue crear tipos especiales para la fotocomposición.</p> <p>-Una de las creaciones más importantes fue la asociación para reunir los tipos más agradables de entre tanta producción. Se llamo <i>International Typeface Corporation</i>.</p> <p>-La tipografía creada manualmente iba quedando en el rezago.</p> <p>-Se crearon tecnologías capaces de soportar y hacer cambios en un tipo en cuestión de horas.</p> <p>-Uno de estos sistemas fue el <i>Ikarus</i>.</p> <p>-Artísticamente la tipografía fue afectada por el <i>New Wave</i>.</p>

CUADRO 28

Lugar años	Tipo de letra	Ejemplo	Acontecimientos históricos y culturales. Características de la letra.
E.U.A 1980	Lucida	 FIG. 116	<p>-El diseño gráfico se expandió impresionantemente en esta década.</p> <p>-Esta disciplina surgió a un <i>boom</i> del que muy pocos habían tenido conocimiento</p> <p>-La computación fue sin duda una de las herramientas que utilizó el diseño gráfico de manera más frecuente, pues los resultados eran muy eficientes.</p> <p>-Pese a que la computadora era el factor principal en los diseños, los especialistas siguieron retomando elementos de antaño para crear modelos que los llevaron a obtener cierto prestigio.</p>
	Okland six	 FIG. 117	
	Emperror	 FIG. 118	
	Keedy	 FIG. 119	
1990- 1995	Varie X	 FIG. 120	<p>-Actualmente, el diseño gráfico ha sido el motor para que compañías de computación creen un sinnúmero de programas y sistemas.</p> <p>-Cada vez se crean más tipos computarizados para beneficio del diseñador o de cualquier persona que manipule un programa especializado.</p> <p>- De los noventa en adelante, se establecen las bases para lo que en un futuro no muy lejano se consolide el diseño por computadora, sin tener que recurrir a la hoja de papel y lápiz.</p> <p>-El multimedia y la realidad virtual, la aplicación en tipografía abren nuevas posibilidades a las nuevas generaciones</p>
	Totally gothic	 FIG. 121	

Ante la diversidad histórica y cultural, es difícil pensar que la tipografía y el medio impreso se hiciera tan importante. Desde el primer trazo, el proceso se perfeccionó hasta lo que hoy se conoce como escritura. Los diferentes impresos, y

la tipografía también sufrieron modificaciones. Ambas desencadenaron un desarrollo artístico, y muchos movimientos artísticos.

A lo largo de los cuadros anteriores se pudo apreciar el mayor involucramiento del arte en el tema. Los sucesos sociales afectaron a la tipografía, que fue ocupada como propuesta y era parte importante en los mensajes de cualquier artista.

El diseñador gráfico se ve envuelto en los cambios sociales que se viven en las diversas épocas. Y su labor más importante es transmitir mensajes de cualquier tipo para darlos a conocer a la sociedad y también de sintetizar gráficamente los mensajes que la misma requiera, valiéndose de la tipografía, la imagen, el color, la fotografía o cualquier otro medio de expresión.

La legibilidad en el diseño gráfico es importante, en especial para la tipografía; sin embargo, como se vio a través de los cuadros, muchas veces no es decisiva en un diseño. Hay quienes piensan que ésta no es fundamental y la utilizan a la inversa para crear ciertas sensaciones o como protesta. Otros, en cambio, se ven inmersos en una serie de reglas para crear un diseño muy rígido, por ejemplo, el de la Escuela Suiza.

Encontrar el justo medio de estas dos tendencias es un tanto complicado, aunque no imposible; la legibilidad está dada en la medida del mensaje que se de a conocer, es decir, según el diseño, se puede establecer cierto criterio para hacerlo legible.

Lo atractivo en un proyecto no tiene que ver con la legibilidad; lo agradable muchas veces se rige por el gusto personal, por la moda imperante o simplemente por imposiciones sociales. La legibilidad indica el uso de ciertos criterios para hacer un mensaje o claro y entendible para la mayoría.

El tipo es uno de los más elocuentes medios de expresión de cada época o estilo.

Peter Behrens en *El diseño Gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*

Capítulo 2

**LA TIPOGRAFÍA Y SUS
CARACTERÍSTICAS**

R

2.1 LETRAGRAFÍA.

La letragrafía⁶⁵ esta encargada de estudiar la estructura de la letra a partir del entorno social, del que surge las situaciones humanas; el color y la forma del tipo quedan registrados en la memoria en cuanto aparecen y en cada persona es similar; por ejemplo, algún logotipo que aplicó cierta letra o simplemente por la forma que tenga el modelo, por lo cual, permite recordar otras cosas o situaciones u otras identidades parecidas.

La letragrafía considera que por razones psicológicas y sociales el recuerdo de algún mensaje con cierta tipografía queda en la mente al parecer por un mecanismo que selecciona lo observado. Este mecanismo pudiera ser el que ayuda a elegir un gusto por esto o por ciertos aspectos culturales o cotidianos. Sin embargo la letragrafía se apoya firmemente en que las situaciones sociales son las encargadas de crear conciencia para elegir ciertos patrones que se crean conforme el contacto con el entorno social.

En un contexto específico, la escritura y el medio impreso son fundamentales pues constituyen los medios de comunicación utilizados más frecuentemente. En ellos, existen múltiples factores que influyen en el logro de una comunicación efectiva; quizá el más significativo sean los caracteres.

La diferencia que existe entre los caracteres y la tipografía es que un carácter es un elemento aislado que al unirse con otros forma palabras; la tipografía se refiere a todo este conjunto. En diseño sirve para crear un modelo tipográfico requerido en cierto trabajo de esta área.

Cada día existe una mayor demanda de impresos que cuenten con una excelente calidad, fundamentada en la elección del tipo, el color, la textura, la fotografía, etc. El acertado uso de todos los elementos dará al proyecto las características óptimas que permitan hacer un mensaje al público deseado. Como este trabajo habla de tipografía necesariamente se insiste en elegirla adecuadamente para todo trabajo especializado.

La creación de nuevas fuentes obedece a las necesidades del diseñador; asimismo, una de las principales exigencias de la tipografía es ofrecer tipos que faciliten la lectura; es decir, la nueva fuente deberá ser funcional, agradable de buena apariencia; en caso contrario, siempre causa trastornos y no será aceptada.

También se insiste en la estructura a fin de que pueda ser manipulada en innumerables trabajos de diseño, ya sea para un cartel o folleto, o para cualquier otra aplicación. Por otro lado la fuente tipográfica puede ser apoyada de un buen arreglo tipográfico, con esto tendrá mayor impacto visual y por supuesto será acogida por un mayor público.

⁶⁵Cfr. Beltrán Félix. Letragrafía, La Habana, Pueblo Cuadernos de Periodismo. 1938 p 9-30

A través del tiempo, la tipografía ha adquirido tal importancia que actualmente se puede asociar con ciertas cosas, lugares o ideas, puesto que forma parte de un conjunto de elementos que son conocidos y están almacenados en nuestra memoria.

La estructura de la letra indica en qué y cómo utilizarla. En la evolución de la tipografía algunas fuentes ya son clásicas (Caslon, Garamond, etc.) y se utilizan siempre para trabajos de alta calidad.

En cada época o lugar, la estructura de la letra cambia significativamente, por eso el receptor del mensaje la percibe y la asocia con imágenes u objetos conocidos. Por ejemplo la tipografía utilizada en el logotipo del *Banco Nacional de México Banamex*, es característica del mismo. En otro logo parecería pertenecer a *Banamex* o simplemente recuerda a esa institución. Así, cada familia tipográfica adquiere cierto estatus con relación a su uso. Este se hace cada vez más selectivo por los diseñadores para no caer en repeticiones o copias. Por otro lado, también se pueden encontrar en la tipografía ciertos rasgos de la letra que son una norma o regla; por ejemplo el uso del *Serif* que en algunas letras viene a ser un rasgo de distinción y elegancia (Bodoni, Caslon, Garamond).

La tipografía debe tratarse de manera especial, pues pese a que actualmente las fuentes son extraídas en su mayoría de un "almacén electrónico" no hay que considerarlas tan a la ligera, es decir, en cualquier trabajo deben analizarse los requerimientos para no caer en exageraciones. Se trata de saber elegir la tipografía adecuada para cada tarea. No es un proceso fácil; requiere experiencia, y un poco de observación; sin embargo, el conocimiento de la historia y de las familias principales, se consideran los cimientos para establecer un criterio más firme.

Finalmente, cabe mencionar que la tipografía tiene tantas posibilidades creativas como el diseñador mismo; igualmente, depende en gran medida de la creatividad y experiencia para establecer alternativas eficaces en cualquier trabajo especializado.

2.1.1 ANATOMÍA DEL CUERPO DE LA LETRA

La anatomía de la letra está constituida por cada una de sus partes, sirve para identificar la familia a la que pertenecen y sus antecedentes históricos. Las partes mostradas son las más importantes; cuentan un sinnúmero de nombres. Sin embargo, los que se manejan más a menudo, según Martín Solomón en *El arte de la tipografía* son:

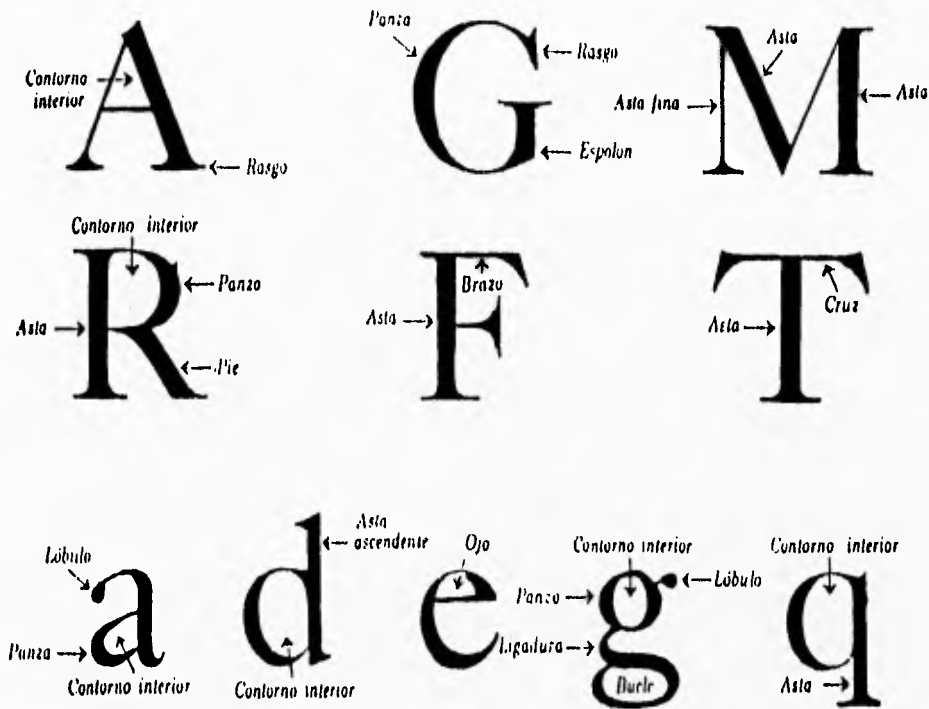


FIG.122.

Dentro de la Anatomía del cuerpo de la letra existe el tipo fundido:

este es una tira de metal de dos centímetros y medio aprox., de altura, con un carácter fundido en relieve en uno de sus extremos, al que se le da el nombre de ojo del tipo. Los tipos de fundición para composición a mano son de aleación de plomo, estaño, antimonio y cobre; todas sus dimensiones son exactas, con un margen de tolerancia de 0.0025 mm.⁶⁶

⁶⁶Karsh *Op.cit.*, p.147.

Se utiliza para la composición de texto en revistas, periódicos, libros, etc. Tiene diversas partes definidas a continuación:

1. Fuerza del cuerpo: Es la distancia que hay entre la cara anterior y posterior de la letra; determina los diversos tamaños de la letra y se mide por puntos tipográficos.
2. Pie o Base: Es la parte inferior del tipo. En él suele haber una hendidura producida por el molde de fundición. Tiene dos proyecciones sobre las cuales se sostiene el tipo y están separadas entre sí por el canal.
3. Ojo: Relieve que tiene el tipo en su parte superior para producir la impresión.
4. Altura: Distancia desde la base hasta la superficie del ojo.
5. Profundidad u hondura: Parte sumida dentro del ojo y alrededor del tipo. Carece de relieve, pues sirve sólo para imprimir el tipo.
6. Patas: Son las líneas del tipo que están en los extremos de los rasgos o trazos principales.

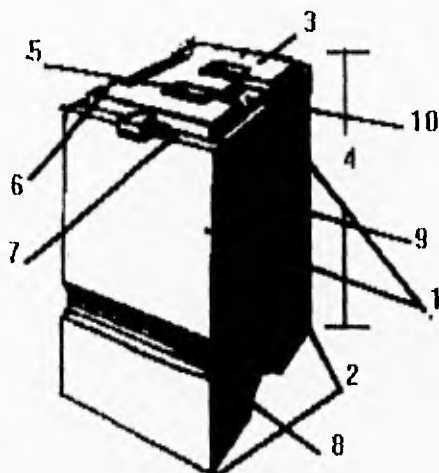


FIG.123

7. Hombro o ceja: Es la parte de la estructura por debajo del ojo viendo hacia la cara en que está el cran o signatura.
8. Cran o signatura: Son las partes hundidas de la estructura del tipo; sirven para que la persona que arregla los tipos sepa como colocarlos.
9. Marca del punzón: Está en la parte posterior del tipo y fue hecha por el dispositivo que extrae el tipo del molde.
10. Alzada: Es la parte cortada en forma de bisel debajo del ojo y encima del cuerpo.
11. Volado: Es cualquier parte del ojo que sobresale del extremo y del cuerpo del tipo, se puede ver en las letras f, y, j, etc.⁶⁷

⁶⁷Karch Op.cit., p 41.

MODELO DE BARRAS.

Este modelo sirve para conocer de una manera general las partes más importantes de la letra; asimismo es útil para determinar las alturas principales de las letras, ya que se acomodan según la línea de su base; a partir de ahí se disponen los caracteres de caja baja (minúsculas) y los de caja alta (mayúsculas). Con este modelo es posible formar frases, pues el esquema determina el espacio para cada letra.

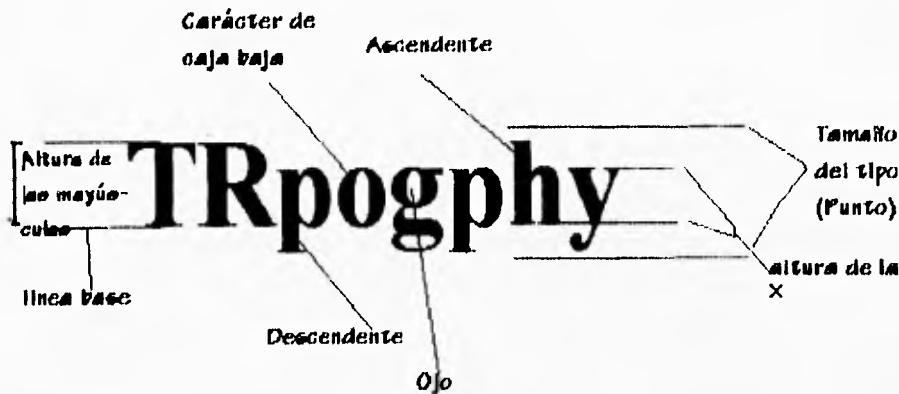


FIG 124

Como cada tipo de letra tiene diferentes medidas requiere alturas diferentes la figura 124 muestra claramente los elementos citados, entre los que destacan:

Tamaño del tipo: Es la altura total del carácter y se incluye una medida del espacio por encima y por debajo de la altura real de la letra, este sobrante corresponde a el trozo de metal donde esta puesta la misma.

Altura de la x: Es la altura de una minúscula desde la línea base hasta la parte superior de la letra exclusivamente.

Altura de las mayúsculas: Determina la altura de las mayúsculas desde la línea base hasta la parte superior de la letra.

Carácter de caja baja y carácter de caja alta: Se refiere a las letras minúsculas y mayúsculas respectivamente.

Ascendente y descendente: Estos se refieren a las partes salientes de una letra como la h, j, g, y, etc. que quedan por debajo o por encima de la línea de base o de la altura de la x correspondientemente.

2.1.2 CLASIFICACIÓN DE LAS FAMILIAS TIPOGRÁFICAS

Fue necesario, a partir de la invención de los tipos móviles, crear otros caracteres para conseguir más variedad y agregarlos a los impresos.

A medida que el oficio, en expansión se extendía por toda Europa, los cambios en el diseño, que reflejaban las diferentes culturas, fueron efectuándose por una especie de evolución natural⁶⁸

Cualquier letra tiene características especiales que la diferencian de las demás; se pueden agrupar en familias para establecer una relación entre ellas, porque cuentan con rasgos similares y sus orígenes pueden ser semejantes.

La clasificación permite conocer los tipos más importantes para que el diseñador los tenga al alcance y pueda decidir cuál es más eficaz. El conocimiento de las mismas sirve no sólo para modificarlas y hacer un buen uso de ellas. Cuando el diseñador esté familiarizado con las fuentes principales, le será más fácil disponer de un vasto repertorio relacionado al propósito del proyecto.

En diseño gráfico, la realización de múltiples aplicaciones como folletos y carteles, entre otros, requieren muchas fuentes; por lo tanto es muy recomendable considerar a las principales familias para manejarlas con más facilidad.

Este apartado pretende clasificar los tipos más importantes. La taxonomía presentada pretende englobar las familias tipográficas principales, y sus características; también mostrará un ejemplo gráfico para distinguir los rasgos principales de cada unas de ellas.

Los criterios que parten del estilo, también se contemplan otras formulaciones, de ahí se extrajeron las que coincidían. La agrupación se basa en la cronología con que fueron surgiendo.

Gerard Blanchard⁶⁹ agrupó las clasificaciones; en el cuadro 29 se resumen las características fundamentales de cualquier tipo actual. Si se consideran estilos o familias independientes, el espacio sería insuficiente. Si se considera a la letra por su estilo o familia no quedaría espacio en este cuadro, para letras como la manuscrita, la gótica o humanística, etc. Pero tomando en cuenta que estas letras ya no son tan utilizadas, vale la pena incluir este cuadro para que de manera global se valoren las letras conforme a su forma, orientación, etc. Este cuadro sirve de manera muy general para establecer una configuración general para las fuentes, es decir que casi todas las fuentes poseen una caja baja, mayúsculas y la orientación puede ser redonda o cursiva, por ejemplo el diseñador puede establecer que necesita un tipo en mayúscula redonda normal, la familia sería una helvética o una univers, según las necesidades del trabajo. Esto que es común para un diseñador; para un principiante resultaría confuso. De esta manera el cuadro 29 sirve para que de

⁶⁸Turnbull, *Op.cit.*, p.77

⁶⁹Blanchard, *Op.cit.*, p 295.

manera global se puedan valorar el sinnúmero de variaciones que ofrece una sola familia si se toma en cuenta solo las características más esenciales de la letra.

CUADRO 29

Forma	MAYUSCULA & CIFRAS		caja baja & cifras	
Orientación	REDONDA	CURSIVA	redonda	cursiva
	M	<i>M</i>	m	<i>m</i>
	N	<i>N</i>	n	<i>n</i>
	G	<i>G</i>	g	<i>g</i>
Valor				
Medida	ESTRECHO NORMAL ANCHO		estredo normal ancho	
Ancho/Grueso	PEQUEÑO MEDIO GRANDE		pequeño medio grande	
Altura/Escala de cuerpo	SOMBRA		sombra	
Profundidad				
Grano				
Tramas:				
Trazo, granulado, etc.	%		%	
Vermiculado, etc.				
Color	PRIMARIOS/COMPUESTOS		primarios/compuestos	

1. ROMANO.

Este estilo está inspirado en las letras grabadas en los edificios romanos, su principal influencia radica en las mayúsculas, mientras en las minúsculas se imitan rasgos manuscritos de los escribanos italianos. Este estilo ya clásico lo constituyeron las inscripciones de la columna trajana (Roma 114 d.C).

Los caracteres eran tallados a cincel; este instrumento proporcionó a las letras un canal en forma de v; para evitar el resquebrajamiento, los ángulos se rayaron unas líneas para compensar las deformaciones que sufrían al ser esculpidas. Estos remates pasaron a formar los pies de las letras;⁷⁰ imitando las características de este estilo se crean dos subdivisiones: el romano antiguo y moderno. Estos estilos surgieron pocos años después y con características diferentes entre si pero conservaron el nombre de romano por que sus rasgos aunque mínimamente se derivaron del romano.

De este diseño derivó otro estilo con características similares: el veneciano.

Características: Las partes terminales o patas terminan en ángulo; existe una diferencia de espesor entre las astas de las letras; además, se puede notar una relación armoniosa entre las zonas anchas y finas de todos los caracteres.⁷¹ En el cuadro 28 se muestra un ejemplo en el cual se puede apreciar las características anteriores, también se muestra un ejemplo del pie de la letra y así se puede establecer una relación de como fue evolucionando la letra hasta que en un momento dado se eliminó algún rasgo.

2. MEDIEVAL (GÓTICO O DE TEXTO)

Se denominaron así las letras usadas por primera vez por impresores como Gutenberg. Este tipo fue utilizado durante mucho tiempo; después pasó a formar parte de las iglesias y los monjes la utilizaban en textos muy extensos. Se transcribían a mano con plumas especiales -a veces de carrizo, otras de animales- de ahí que su trazo sea anguloso por la terminación de la punta del instrumento que utilizaban. Sin embargo, hoy en día se denomina gótica a la familia de trazo uniforme, con perfiles finos o gruesos. Este tipo fue denominado Sans serif o Grotesca.

Características: Son de formas angulosas y alargadas. Presentan astas angulosas, a veces con terminaciones muy pronunciadas. Se dificulta mucho la lectura en párrafos demasiado extensos. Las minúsculas están demasiado juntas. Actualmente se utiliza principalmente en textos pequeños y para dar la intención de antiguo u distinguido, principalmente en invitaciones. En el cuadro 30 se aprecia el cambio tan radical del pie de la letra, este habla del proceso de transformación de los caracteres y la evolución del mismo.

⁷⁰STANLEY Morison El arte de la tipografía. Edit Tellus. p 65-66.

⁷¹Consultar al final el cuadro para ver ejemplo

3. VENECIANOS.

Este tipo fue creado por el Francés Nicolas Jenson francés quien se estableció en Venecia como impresor. Se baso en la romana y consolida un nuevo estilo. Los rasgos son similares a aquel pero se pueden distinguir características especiales.

Características: Las cursivas conservan el estilo clásico que dominó la época; por otro lado, el tipo redondo conserva en el asta y pie los rasgos romanos, pero el pie es más redondeado; una característica importante es que en el inicio sus astas es ligeramente cóncavo, esta es la característica más sobresaliente para distinguirlo. En cuadro 30 se pueden diferenciar por el ejemplo del pie.

4. TRANSICIÓN

En Inglaterra, los tipógrafos buscaron otro estilo más satisfactorio a sus necesidades. En Francia, se desarrolló la letra redonda debido a que se utilizaban plumas más gruesas y a su vez se sujetaban con un ángulo diferente, lo que originó un tipo con rasgos más o menos uniformes.

Después se utilizó la pluma de un modo distinto; se mantuvo el borde plano en relación a la línea de escritura; esto provocó que en los rasgos de las letras se logaran trazos gruesos y finos.

En esta búsqueda, los caracteres formados en este periodo reciben el nombre de *letras de transición* por estos cambios. En 1752, el tipógrafo Jonh Baskerville⁷² imitó esta forma de escritura y creó un nuevo alfabeto que resultó ser sumamente elegante por las características de sus trazos.

Características: Tienen un marcado contraste entre las mayúsculas y minúsculas que no se nota en otros tipos; los trazos son contrastantes pues poseen rasgos finos y anchos, los pies son más delgados y reducidos hacia los extremos. Los pies casi no tienen inclinación y se unen al asta con una pequeña curva. La línea de la base es recta a diferencia del estilo de transición. Los rasgos de las mayúsculas son más pronunciados que los de otras familias. La característica predominante en este tipo de letra radica en el rasgo que tiene la g minúscula en el anillo inferior o bucle tiene una pequeña abertura.

5. ROMANO ANTIGUO

En la década de 1720 y 1730, William Caslon formaba parte de un grupo de diseñadores de letras, influenciado por otros tipos creó uno distinto con base en el efecto que daba un pincel plano; este instrumento dió lugar a un diseño más formal, pero con trazos más uniformes y sin tantas variaciones en su grosor.

Características: El diseño de esta letra en general tiene una forma y estructura más formal debido a que casi no varía en el grosor del trazo. Se aprecia más cuando se

⁷²*Ibidem*, Stanley, p 67.

forman palabras o textos; debido a la uniformidad de sus trazos, su estructura es más legible.

En Francia el tipógrafo Claude Garamond creó un tipo en 1530, basado en la letra aldina. Después fue modificado por Jean Jannon aunque mantuvo el nombre del creador original. Esta familia fue trazada con la pluma de una ave, pero más flexible que la utilizada para la caslon.

Características: Los trazos son variables en su grosor, aunque ello no dificulta la nitidez cuando se presentan en conjunto. Algunas letras presentan los rasgos y las astas más pronunciadas que la línea de base manejada comúnmente; la base es semirecta y la unión entre el pie y el asta forma una curva más pronunciada y aplanada. Los pies de las mayúsculas son más planos y ligeramente anchos.

6. ROMANO MODERNO.

El tipo moderno surge en la fundidora que llevaba el nombre de Didot. Se generó una familia moderna muy interesante debido a que entre sus rasgos, los pies de las letras eran en extremo delgados y rectos, este tipo marcó la diferencia entre el estilo romano antiguo y el que desarrollaba el moderno. Gozó de aceptación, pues debido a que sus trazos eran muy contrastantes, además de agradables.

Sin embargo, los pies tenían una corta vida; al imprimir se quebraban o agrietaban. Para 1787 Giambatista Bodoni copió el estilo Didot pero con algunos cambios que le valieron el que hasta hoy en día sea la familia más utilizada.

Características: como el Bodoni finalmente tuvo más aceptación. Las características son más o menos similares en trazo, la diferencia radica en que el primero amplió los pies de las letras para evitar los accidentes que se mencionaron y funcionaran mucho mejor. Mientras los trazos de sus astas son muy contrastantes, es decir, existe uno muy fino y otro muy grueso; algunas letras mayúsculas tienen rasgos muy pronunciados. En las minúsculas, la letra que diferencia un estilo de otro es la g pues esta tiene su lóbulo plano a diferencia de las otras; además, su contorno interior es más ancho de lo acostumbrado.⁷³

7. MANUSCRITOS

La manuscrita imita la escritura a mano; se derivó de la caligrafía del siglo XVII y se divide en gótica y latina. La primera se originó a mediados del siglo XVII en Alemania; se basó principalmente en la escritura cancillerescas de la época, pero no se usó muy constantemente. En Inglaterra se originó otro tipo que imitó la escritura isabelina del momento; ésta se denominó *secretarial*. Tampoco se utilizó para imprimir libros, solo de documentos aislados.

En Francia Robert Granjon creó otra familia siguiendo las características anteriores y la llamó *Civilité*; en general no tuvo gran difusión y se limitó a utilizarla en pequeños textos de ciertos documentos. La segunda categoría estuvo

⁷³ Stanley *Op.cit.*, p 66.

dominada por las características que tenía la escritura italiana a mano, aunque tenía tres subgrupos de origen francés: la *ronde*, parecida a la *civilité* la segunda, llamada *Bâterde coulée*, también se denominó *Financiere*, porque fue muy utilizada por el ministro de finanzas y finalmente la *batarde ordinaire o italienne*, que constituyó el más claro ejemplo de la cursiva manual.

En Inglaterra, a raíz de las creaciones anteriores, surgió el *Spencer*; éste dio origen a otro parecido al de imprenta. En la actualidad siguen gozando de mucha aceptación sobretodo para invitaciones religiosa y otras que quieren parecer elegantes.

Características: Como su trazo imita la escritura a mano, en ocasiones se torna difícil de leer. Sus rasgos más comunes son que presentan sus pies y astas muy delgados o gruesos, por la pluma que utilizan; las terminaciones suelen ser muy diferentes, carecen de rasgos finos o gruesos, pues éstos están basados en la manipulación hecha con el instrumento que se utilice.

8. LINEALES O DE PALO SECO.

Esta fuente apareció 1832. Un fundidor llamado Vincent Figgins creó un tipo lineal sin pies con perfiles finos y gruesos, al que denominó *Sans serif*; sin embargo, William Caslon IV ya había creado uno parecido al anterior. Más tarde, William Thorowgood diseñó otro basándose en los anteriores y lo denominó *Grotesque o Grotresco*.

La agrupación de estos tipos se debió a compartieron el término de tipos góticos porque recordaban la letra gótica alemana. A partir de entonces, a las fuentes sin pies recibieron el nombre de góticos. Algunos tiene pies pero son casi imperceptibles, como el tipo *Copperplate gothic*. Por lo demás, todos los de esta familia carecen de pies.⁷⁴

En 1927, Paul Rénnner retomó las familias anteriores y formó un tipo nuevo; este tuvo mucha aceptación porque era la época del Constructivismo y neoplasticismo. Lo tomaron como base para sus diseños pues les pareció muy adecuado y libre de toda característica clásica.

Características: No presentan ningún tipo de adorno o pie, tienen astas finas o gruesas, no se llegan a combinar, se les considera monótonos por la carencia de pies y rasgos en su estructura; sin embargo son muy legibles y cómodos

9. EGIPCIOS.

Los tipos egipcios aparecieron por primera vez en un muestrario de Vincent Figgins en 1815, la denominación de egipcio se debió a Robert Throne, la cual radico en el hecho de que los pies eran demasiado anchos y recordaban supuestamente a los antiguos jeroglíficos egipcios por su rigidez en el trazo. Durante el siglo XIX, se crearon otras fuentes tipos que conservaban el ancho de los

⁷⁴Ibid, p 73.

pies. Cabe resaltar el tipo creado en Alemania por Henri Jost, conocido como *Beton*; la época modernista los calificó como tipos actuales, legibles y de estructura geométrica.

Características: Su principal rasgo es que los pies de la letra son demasiado anchos en proporción a la estructura. Por sus dimensiones son legibles en frases cortas, así, su principal uso se encuentra en encabezados y titulares que contengan una o dos frases, pues debido a sus rasgos dificultan la lectura y desvían la atención, además, son en extremo pesados.⁷⁵

10. FANTASÍA.









En este grupo se encuentran las familias de estructura más libre, también las que no tienen rasgos o características similares a las demás. Son muy variados y algunos se encuentran en presentación transferible para montar un soporte u original rápidamente. Poseen diversos adornos y rasgos poco comunes. Se pueden modificar su estructura.

Características: Son tipos inventados con características completamente diferentes a los anteriores; se hallan en presentaciones transferibles, las patas son de diversas clases, van combinados con otros tipos, algunos carecen de minúsculas, son utilizados en publicidad, presentan diversas características en su estructura general. son usado en empaques y envases y atraen la atención del público fácilmente.⁷⁶





⁷⁵ *Ibid.*, p. 69.

⁷⁶ Esta clasificación está basada en Turnbull T. A y Karch Randolph en sus libros *Comunicación Gráfica* y *Manual de Artes Gráficas* respectivamente. Algunas características fueron tomadas de la clasificación de Stanley Morison en *El arte de la tipografía*.





CUADRO 30

FAMILIA TIPOGRÁFICA	EJEMPLO DE LA ESTRUCTURA	EJEMPLO DEL PIE DE LA LETRA
1. ROMANO.		
2. MEDIEVAL (GÓTICO O DE TEXTO)		
3. VENECIANOS.		
4. TRANSICIÓN		

CUADRO 30-A

FAMILIA TIPOGRÁFICA	EJEMPLO DE LA ESTRUCTURA	EJEMPLO DEL PIE DE LA LETRA
5. ROMANO ANTIGUO	F	
6. ROMANO MODERNO.	A	
7. MANUSCRITOS	<i>Aa</i>	
8. LINEALES O DE PALO SECO.	Ns	

CUADRO 30-B

FAMILIA TIPOGRÁFICA	EJEMPLO DE LA ESTRUCTURA	EJEMPLO DEL PIE DE LA LETRA
9. EGIPCIOS.		
10. FANTASÍA.		

ESTA TESIS NO DEBE
PASAR DE LO CUBIERTO

2.1.3 TIPOMETRÍA.

La tipometría es utilizada para medir los tipos por medio de un sistema basado en los puntos, este tiene un valor de 1/72 de pulgada que equivale a 0.0138 pulgada.

El sistema de puntos fue concebido por primera vez en Francia por Pierre Simón Fournier hacia 1730, sin que tuviera mayor relevancia. Años más tarde, Françoise Ambroise Didot retoma este sistema y le hace algunas modificaciones. El método cobró mayor relevancia. Para 1878, en Estados Unidos, la compañía *Chicago Type Foundry* fue la primera en emplearlo.

En ese entonces, dada la existencia de un sinnúmero de fundiciones, cada una tenía su propio sistema de medidas. Los tipos eran fabricados en diferentes tamaños y no podían intercambiarse o utilizarse entre sí. En 1886, La *United States Type Founders Association*, formó un comité para estandarizar los sistemas y formar uno solo que favoreciera a la mayoría; igualmente, buscaba fabricar uniformemente cualquier tipo y hacerlos intercambiables.

Basándose en el sistema métrico se decidió que 83 picas equivaldrían a 35 cm y se establecieron tres sistemas básicos de medidas tipográficas: el angloamericano, utilizado principalmente en Estados Unidos, el Didot, utilizado casi en toda Europa, finalmente, el Mediaan, que se ocupa en Francia.⁷⁷

Los puntos se utilizan principalmente para medir la altura vertical de las letras, su altura física y la separación entre letras y palabras. Asimismo el punto se usa para medir el interlineado o el espacio entre líneas de tipografía.

Otra medida básica es la pica (de origen inglés) que equivale a 12 puntos, ésta basada en la pulgada inglesa, donde 72 pts = 6 picas = una pulgada y el cicero (su origen es francés); con la misma equivalencia. La pica se utiliza para medir la longitud de la línea, el ancho y alto de columnas, el tamaño del espacio entre columnas o medianil, los márgenes entre la caja y el refine o borde de la página y el tamaño de las ilustraciones.

Las cifras que expresan los puntos y las picas fueron aceptadas bajo las normas de que una pulgada es igual a 2.54 cm; por otra parte, la pica es igual a 0.1660 pulgadas y el punto es igual a 0.013837 pulgadas, ambas medidas fueron aceptadas de común acuerdo en la industria de la imprenta en los Estados Unidos el siglo pasado.

El conocimiento de estas medidas sirve al diseñador para aplicarlo en la fotocomposición al ofrecer algunas ventajas, como aumentar o disminuir el espacio entre letras, o entre palabras; así se puede mejorar la legibilidad del tipo, modificar

⁷⁷ Stanley Or, cit. p 90-92.

el tono de la mancha de un bloque de texto y reducir el espacio entre letras, palabras para acomodar más texto.

2.2. DISEÑO TIPOGRÁFICO.

El diseño tipográfico se encarga de acomodar elemento en cualquier aplicación mediante el uso de los principios de diseño. Particularmente, el diseñador puede manejar un texto o frase con cierto criterio, que le permitirá establecer un adecuado orden.

Estos principios se han formado a través del tiempo y del estudio de la letra, los presentados son agrupados de tal manera que son muy entendibles.

En un primer intento el diseñador se enfrenta a un espacio blanco, limitado por dos dimensiones; en él deberá ubicar una serie de elementos según su experiencia, además, en los criterios y principios básicos del diseño.

Lo anteriormente señalado, permite crear nuevas alternativas para cualquier diseño y desarrollar nuevas iniciativas.

La resolución para no caer en un modelo repetitivo sería entonces la incesante práctica, así como también la creatividad del diseñador aplicada siempre en cualquier trabajo con una buena valoración de todos sus elementos para conseguir cambiar el aspecto de cualquier trabajo de diseño gráfico.

Para los estudiosos de diseño y los principiantes, estas normas ayudan a dar un tratamiento especial a los diferentes trabajos, aunadas a la creatividad, se pueden conseguir resultados muy agradables. Emil Ruder manifiesta en su Manual de diseño tipográfico:

...la espontaneidad y el azar pueden bien formar parte importante de un diseño tipográfico pues se crean múltiples alternativas que nos llevan a resultados inesperados y muy agradables, a pesar de esto no hay que olvidar que la tipografía exige ante todo: claridad y objetividad⁷⁸.

Se puede apreciar que no todo está dicho en diseño tipográfico; tampoco se debe basar siempre en un criterio muy rígido. Es decir, la tipografía puede ser un instrumento tan flexible como el diseñador quiera, para aprovechar una mayor gama de aplicaciones.

En este capítulo se abordan algunas de estas reglas, aunque no son todas pero sí las más importantes para el diseño tipográfico.

Los principios del diseño según Martín Solomon son:

1.- Relación: Esta categoría ayuda a enlazar los elementos, tipográficos o de diseño y mantener una conexión entre los mismos, por que:

⁷⁸RUDER, Emil. Manual de diseño tipográfico. Ed. Gustavo Gili p162.

*...en todas las formas de arte los elementos han de relacionarse unos con otros.*⁷⁹

La manera de utilizar la tipografía va a estar determinada por relación de los tipos de una misma familia; por ejemplo, negras para un encabezado, normal para título, light para un subtítulo, etcétera. Así se establecerá una conexión entre las partes integrantes y el todo. Es necesario:

*...establecer una relación coherente entre los elementos individuales y relacionar esta individualidad con el contexto*⁸⁰

2.- Transición: Se refiere al proceso ordenado de los elementos o componentes de un diseño con el fin de que entre uno y otro se conserve la afinidad, pues se facilitará la lectura y la unidad de los mismos.

*En tipografía, los límites a la experimentación, el apartamiento de las normas y la modificación de las aplicaciones los marcan el mantenimiento del control de las relaciones y el establecimiento de elementos de transición.*⁸¹

3.- Repetición: Este medio se utiliza sin que se dé cuenta el diseñador, quien automáticamente repite letras, que dan palabras y estas, textos, etc. hasta formar un todo.

*La repetición está presente en todos los casos en que las relaciones entre estilos, cuerpos y grosores de los tipos son armoniosos.*⁸²

4.- Oposición: Debido a la necesaria relación entre los elementos, esta categoría, sirve para establecer una unión de toda la composición; la oposición en tipografía se puede dar mediante la forma, el tamaño, el grosor de las letras, la relación que existe entre el texto y el plano de la imagen, el valor tonal, y la textura.

5.- Prioridad: En diseño tipográfico se puede establecer por medio del tamaño, grosor, espaciado, intensidad tonal y posición.

Los anteriores puntos engloban específicamente las pautas que se pueden establecer para formar un diseño tipográfico agradable, también se pueden relacionar con objetivos más concretos como con la disposición tipográfica.

*La disposición tipográfica puede ser definida como una forma de adaptación lógica, puntuación superior y dicción enfática de las palabras que se quieren imprimir, a fin de llamar la atención y facilitar la lectura*⁸³

Ubicar el espacio, es la primera tarea a ejecutar; el soporte, será el espacio físico; en él se pueden efectuar todas las modificaciones necesarias para crear una disposición tipográfica legible y agradable en una portada, cartel o folleto. Como en toda aplicación se cuenta con una información a transmitir; es decir, un mensaje, el

⁷⁹ Salomón, *Op.cit.*, p 28.

⁸⁰ *Ibid.*, p 29.

⁸¹ *Ibid.*, p 32.

⁸² *Ibid.*, p 34.

⁸³ Frassinelli *Op.cit.*, p 34.

diseñador deberá disponerla adecuadamente para facilitar la lectura y hacer llegar la información, mediante el ajuste de la tipografía al espacio disponible; esto se conoce como disposición tipográfica.

La disposición tipográfica es la manera en que se ubica y adapta un texto o imagen a un espacio cualquiera, de tal manera que llame la atención. Consecuentemente, la adaptación de un texto en un espacio tiene dos fines: interpretar y atraer.

El primero consiste en aplicar el diseño a mensajes que lo necesiten; el público debe ser capaz de interpretarlo, pues otras funciones del diseño son buscar la mejor manera para descodificar cualquier mensaje gráfico, y aplicar las categorías ya mencionadas para mejorar el aspecto de cualquier aplicación.

Atraer es la siguiente tarea del diseño tipográfico; el público se vera atraído por el soporte; para despertar su interés, el diseñador debe buscar presentaciones audaces que resulten particularmente gratas; así asegura la atención de un número considerable de personas. Sin embargo, existe la posibilidad de que el diseñador no maneje claramente los elementos disponibles y el mensaje se torne ilegible por carecer del tratamiento adecuado.

Al tener el texto se procede a ubicarlo en el soporte; si es un texto extenso lo indicado sería disponerlo ordenadamente para no hacer monótona su lectura. Las siguientes son las disposiciones más comunes:

1. De Bandera Derecha: Este tipo de disposición lo podemos encontrar en revistas, folletos y trípticos. El texto se dispone cargándolo al margen derecho, suele utilizarse para dejar espacio para fotos o hacer mención de alguna fotografía o aclaración.
2. De Bandera Izquierda: Es lo contrario a lo anterior aquí el texto se recarga a lado izquierdo; comúnmente se utiliza en textos de cualquier tamaño, incluso se utiliza con o sin sangrías para darle más importancia a un párrafo o considerarlo para una lectura rápida.
3. Justificado: se refiere a que todas las líneas del texto tengan la misma longitud.

En las disposiciones se pueden intercalar fotos entre el texto para dar más variedad. Algunas delimitan una imagen, otras invaden el espacio mismo de la imagen, etcétera. El diseñador deberá decidir finalmente como se maneja el texto para que llame la atención y sea agradable a la vista.

Los arreglos más comunes, además de algunas variaciones que puede crear el diseñador se utilizan de la manera más conveniente. En disposición de texto también, se pueden incluir rótulos, etiquetas, encabezados, etcétera. Hay muchas posibilidades, el diseñador siempre debe utilizar de forma creativa el espacio y el formato pues de ello dependerá el éxito de su trabajo.

Es preciso determinar el tipo e interlineado; estos elementos son valiosos en cualquier diseño, el hecho de escoger erróneamente la tipografía, causará una mala interpretación del mensaje, se dificultará la lectura porque el tipo elegido no es el adecuado y, finalmente no atraerá al público deseado.

El interlineado seleccionado sin establecer una relación entre espacio, tipo y formato permitirá que el lector se distraiga y no se interese en el mensaje. Es recomendable no combinar más de 3 tipos de familias, pues lejos de llamar la atención dificultan la lectura y lo que se necesita en un producto que exprese la idea rápidamente sin necesidad de una lectura muy densa.

En todo trabajo, hay que considerar cada elemento y su entorno para que en conjunto sean armoniosos y estén adecuadamente utilizados tanto tipo interlinea y disposición del texto. De la práctica, el diseñador tendrá ya establecidos las disposiciones de texto y le será más fácil aplicarlas. El diseñador puede jugar con el tamaño del tipo, con el estilo de las letras, -la negrita, light, cursiva, etcétera- En ellos se encuentran densidades diferentes que visualmente pueden ayudar a establecer una proporción exacta según el diseño.

No debe olvidarse, que la estructura de la letra permite manejarla y crear efectos. Por ejemplo, un carácter *bold* en un cartel es útil cuando se quiere llamar la atención; hay que escoger la familia correcta, pues de otro modo se tornaría muy pesado y el texto o la imagen que siguen quedarían como aplastados y pesarían mucho, lo cual resulta un verdadero inconveniente.

Por consiguiente, hay que establecer siempre una relación visual entre las diferentes magnitudes del texto a fin de jerarquizarlas según las necesidades del trabajo y de lo que se quiera enfatizar; esto es lo que supone ciertos problemas, pero siguiendo un orden lógico en la disposición del texto cualquiera que sea y jerarquizando los elementos, se conseguirá una proporción agradable.

Dentro del diseño tipográfico la legibilidad siempre debe estar presente puesto que de la claridad de la misma dependerá en mucho el resultado. Este punto pareciera repetitivo por que a lo largo del trabajo y de la exposición de comentarios, sin embargo constantemente se hace presente siempre la legibilidad, pese a ello es el principal fundamento en la tipografía, puesto que sin la misma se formaría un caos.

LEGIBILIDAD.

Se insiste en la misma por que el diseñador debe de tener presente este aspecto al realizar cualquier trabajo, dado que la misma conlleva a la buena presentación de un trabajo.

La legibilidad sugiere una intensa compatibilidad entre composición y lector; la comprensión entre ambos es fundamental. En primer lugar el tipo debe ser lo suficientemente agradable para que sea observado; es decir, que dicha elección

debe ser muy escrupulosa, en general la composición total deberá ser expuesta de tal forma que invite y mantenga la atención.

La legibilidad de las palabras o grupos de ellas es mucho más importante que en forma individual. En general esto puede ser aplicable a cualquier diseño; por lo anterior; el diseñador se vera obligado a recurrir a éstas para procurar que su diseño tenga una buena legibilidad. Entre los factores que influyen se puede distinguir el:

A) Diseño de la letra: Se refiere propiamente a la elección del tipo de la letra; a veces será conveniente confrontar una o varias familias de letras para elegir la óptima. John R. Biggs realizó investigaciones acerca de la legibilidad en la tipografía y concluyó que

..todos los experimentos científicos en legibilidad que he encontrado, produjeron más o menos los mismos resultados; que dentro de los límites obvios la gente lee más fácilmente y con menos fatiga aquellas letras que le son familiares.⁸⁴

B) Tamaño. Implica proporción y resalte, pues dependiendo del tamaño se ha de ubicar en y para el trabajo que se vaya a realizar, inclusive para cualquier soporte, implica legibilidad y si cada tamaño se utiliza correctamente el resultado será exitoso. Junto con el tamaño el peso, también implica legibilidad

En diversos experimentos de legibilidad se ha comprobado que el tamaño determina casi siempre la preferencia por algún tipo o por determinada lectura. Arthur T. Turnbull, cita algunos experimentos de John R. Biggs en los que pone de manifiesto que el tamaño del tipo es determinante en la Legibilidad:

Los tipógrafos generalmente coinciden en que, independientemente del tipo de letra, se prefieren mayúsculas y minúsculas sobre el material compuesto en mayúsculas. Paterson y Tinker mostraron que el material de texto compuesto solo en mayúsculas causaba una pérdida de 12% en el tiempo de lectura.

Los tipógrafos recomiendan los tipos 10, 11 y 12 puntos para el material de texto dirigido al lector promedio, Burt opina, que los tamaños de tipo mayor son con frecuencia preferibles.⁸⁵

Aparentemente son sólo dos factores, pero de ellos se desprenden muchos más, entre los que se pueden mencionar: el interlineado, la longitud de línea y márgenes. Además de éstos, influyen el papel, la tinta y otros más.

Finalmente, estos aspectos se engloban en lo que Frasinelli llama la armonía en el diseño. Se refiere particularmente a la armonía que existe entre los componentes de un diseño tipográfico y se pueden distinguir:

Armonía de forma: Ayuda a organizar y eliminar lo que aparece desorganizado para dar unidad a todos los elementos. En tipografía se procura que los tipos y espacios en blanco sean armónicamente distribuidos a fin de que el resultado sea

⁸⁴citado en Turnbull, T. Comunicación Gráfica p 103.

⁸⁵ibidem, p 103.

agradable. Se trata de que la forma y disposición de todos los caracteres utilizados y el espacio que hay entre imagen y texto tengan una justificación armónica.

Armonía de tono: Se consigue mediante las diferencias existentes en el trazo de los caracteres y en una disposición y /o arreglo tipográfico. El color también influye para resaltar determinado tipo o caracteres. Generalmente aparece en arreglos tipográficos de portadas, porque utilizan máximo 3 y mínimo 2 familias tipográficas, entonces se puede notar la diferencia.

Armonía de contraste: En este caso se trata de resaltar por contraste las diferentes familias tipográficas que se utilicen; para ello se dispondrán de diversos caracteres; y tamaños. Para observar este contraste basta hacer una comparación entre una familia tipográfica y enfrentar un tamaño y otro para observar las diferencias.

El buen diseño y la buena tipografía son una fusión de información e inspiración, o de lo consciente y lo inconsciente, del ayer y del hoy, de la realidad y la fantasía del trabajo y del juego, de la artesanía y del arte.

Paul Rand en Tipografía Decorativa

Capítulo 3

TIPOGRAFÍA CREATIVA

a

3.1 TIPOGRAFÍA CREATIVA.

A lo largo del tiempo, la tipografía ha evolucionado y se han desarrollado considerables cambios que actualmente se manifiestan en la Tipografía Creativa.

Marion March la define como:

La utilización de tipos o inscripciones, ya por sí solos, ya en conjunción con otros elementos gráficos, para transmitir información o una idea de modo más eficaz que nos es posible dadas las limitaciones que nos impone, el dinero o las consideraciones técnicas. Mediante el tratamiento gráfico personal de un determinado tipo, modificar su carácter⁸⁶.

Hay tipos que se utilizan para determinadas aplicaciones; por ejemplo para los periódicos se usan familias específicas, que dan más legibilidad a la lectura. Algunos tipos clásicos como Caslon y Garamond se utilizan principalmente para ediciones de libros con mucha calidad, también los de palo seco se aplican en rótulos, pues al carecer de adornos son muy legibles.

En diseño tipográfico se utilizan todos los tipos o familias, ya sea para resaltar o para reafirmar el mensaje. En algunos casos la tipografía será el instrumento del cual se vale el diseñador para dirigir el mensaje al carecer de identificación.

La tipografía cobra mayor importancia y tiene que valerse de todos los recursos posibles para transmitir adecuadamente el mensaje. Es entonces un instrumento sumamente activo para el diseño y producción de todo tipo de trabajos, con o sin una imagen que ayude a la misma tipografía.

Hoy, hablar de tipografía creativa no significa escoger una letra o familia tipográfica y modificarla; es principalmente darle carácter y adaptarla a un entorno físico, social o gráfico. El medio impreso debe tener el poder de crear nuevas expectativas, dudas, búsquedas, críticas y para lograrle se auxilia de la tipografía.

Por otra parte, la tipografía creativa es de mayor ayuda en todos los aspectos en los cuales se requiere que el mensaje sea muy eficiente, llegue a una mayoría y cumpla con su cometido. Porque ahora la tipografía cobra un carácter que la hace interactuar con los demás elementos o por sí sola transmitir su mensaje.

La tipografía juega un papel muy importante en la comunicación; sus recursos son ilimitados, el diseñador debe buscar siempre el diseño más inesperado y gracias a ello, logrará el diseño tipográfico o arreglo más creativo y espontáneo.

Los elementos que intervienen son inagotables el color, la textura, la fotografía, por mencionar algunos sirven para hacer de la tipografía una expresión más creativa. Cabe mencionar que la tipografía creativa tiene su lector ideal; pues habrá gente que este de acuerdo con la propuesta y otros no.

⁸⁶Ibid, March p 8.

Es probable también que se dé un conflicto pues ¿quién o quiénes deciden lo que es creativo o no? Seguramente será motivo de polémicas y dudas; sin embargo, la cuestión se plantea: siempre tendrá adeptos y opiniones en contra.

La creatividad es, por otra parte objeto de estudio y búsqueda; la misma podría ser un espacio en blanco. Artísticamente hablando se incorpora lo más elemental, quizá lo más necesario para que ese espacio cobre vida.

Es también la propuesta más atrevida la que se arriesga o la que en determinado momento incluye "aquello" que hacia falta, lo que a nadie se le ocurrió o que nadie esperaba, lo que olvidándose de los demás se pensó sería útil para si mismo y resulto que a todos a una mayoría, agradó.

3.1.1 CARACTERÍSTICAS

En torno a las características de la tipografía creativa, existen diferentes opiniones; Por un lado Marion March en *Tipografía Creativa* cita:

Se puede considerar que toda tipografía es creativa; pues cada cual tiene un tratamiento imaginativo. Se debe buscar originalidad y novedad; infundir personalidad al tipo que se este empleando, también, deberá contener un efecto emocional, esto es que transmita el mensaje deseado al público y este a su vez sea capaz de reflexionar y tener un registro emocional. Asimismo se consideran como principales características: La funcionalidad y la legibilidad, pues la tipografía puede se lo más creativa pero sin las anteriores el diseño no tendrá éxito⁸⁷.

Otra característica que menciona se refiere al número de factibles letras o palabras que se pueden eliminar sin que la frase pierda su sentido. En la escritura personal, en los garabatos y los trazos a mano se pueden encontrar soluciones para la creación de tipografía creativa.

Un rasgo adicional mencionado por March es la construcción y destrucción de la frase, palabra o letra, pues un carácter o término se presta para hacer modificaciones de cualquier tipo:



Distorsionada

FIG. 125



Recortada en fragmentos

FIG. 126



Ribeteada

FIG. 127.

⁸⁷Ibid, p.8.

ordinary

Rayada

FIG. 128.

Ordinary

Desgarrada

FIG. 129.

ordinary

Tercera dimensión

FIG. 130.

ordinary

Sobre impresa

FIG. 131.

ordinary

En reversa

FIG. 132

ordinary

Historiada

FIG. 133



Desarreglada

FIG. 134.



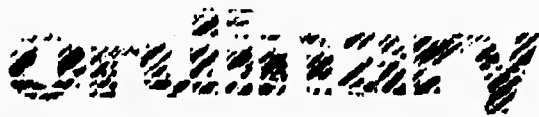
Espaciada

FIG. 135.



Con añadido

FIG. 136.



Borrada

FIG. 137.



Difuminado

FIG. 138.

Las anteriores son propuestas del autor ya mencionado, el retomar ideas de otros autores, servirán como alternativa. La sensibilidad de cada diseñador puede aportar nuevas opciones y ofrecer soluciones novedosas.

Al seguir la línea teórica de Marion March⁸⁸ surgen otras características interesantes como el color que se considera como la herramienta más importante y versátil; sugiere y refuerza todo lo que se pretenda o desee modificar en la tipografía. El color mismo ya posee ciertos aspectos como:

⁸⁸ Cf. MARCH Marion, *Op.Cit.*, pp36-37.

Características asociativas adquiridas: Se refiere a las características impuestas a los colores por las asociaciones que la sociedad les otorga; por ejemplo, al blanco se le adjudicó el significado de pureza; al azul, el frío, y así sucesivamente.

Asociaciones simbólicas: Son las asociaciones que se les dan a los colores por cualidades que se toman de cosas o sensaciones, como la interpretación del naranja como calidez o sensación de calor; el amarillo, como el sol; el azul como el cielo y las cosas del mar; el verde como salud, bosque, etc. Los anteriores son ejemplos que muestran que el color puede tener una infinidad de relaciones con elementos físicos o naturales.

Asociación en los productos: En los productos comerciales se recurre al color para destacar el mensaje o el producto mismo; por ejemplo, el color azul se relaciona con frescor y limpieza; de este modo, es particularmente utilizado cuando se trata de accesorios para la limpieza o el baño; mientras los colores rosa o pastel, se emplean en prendas infantiles o cremas de cuidado facial, por la delicadeza que ofrecen; así, se puede ver que con el color los productos incorporan alternativas para vincular idea y artículo.

Estrategia comercial: En este caso se trata de crearle una imagen al producto, para que sea la más atractiva y atraiga la atención del público, así como también mediante el uso del color se trata de fijar en el recuerdo de la gente el producto o productos que anuncian.

Esquemas corporativos de color: Están presentes para que la sociedad las relaciones con propiedades culturales, deportivas y se graban en la memoria como identificación. Por ejemplo, los colores del metro con un color por línea, permiten automatizar la relación del color con cada trayecto y no se olvida fácilmente el convoy que debe abordar.

El color puede emplearse en tipografía creativa porque existe un sinnúmero de combinaciones de donde puede elegirse la más adecuada, Marión March menciona que:

...con la ayuda del color se puede modificar la percepción del material visual.⁸⁹

La tipografía puede expresar sensaciones, ayudada por el color; este tiene la capacidad de hacerlo gracias a las connotaciones que acarrea, por lo cual el color es esencial en la construcción de una tipografía creativa.

No sólo los elementos mencionados sino también el color van a formar parte importante en la solución de cualquier trabajo. Además otros elementos como la textura, y otras técnicas de representación, harán más fácil la comunicación.

La tipografía creativa se presenta como una alternativa. En este momento se puede considerar útil en la realización de un sinnúmero de aplicaciones; pero

⁸⁹ *Ibid.*, p.36

definitivamente es necesario un análisis de la aplicación requerida y no perder la formalidad en cualquier aspecto de un proyecto.

En consecuencia existen ciertos parámetros para la realización de cualquier trabajo. Por lo anterior, el diseñador deberá con su labor cambiar sutil y agradablemente cualquier aspecto en su trabajo mediante la tipografía creativa; estas modificaciones bien trabajadas quizá parecerán logradas por un estricto planteamiento de principios del diseño. El diseñador sabrá en que momento la tipografía creativa puede ayudarle para mejorar su trabajo.

3.1.2 EJEMPLOS.



FIG. 139

La aplicación de la tipografía no tiene que ser una giro de 180 grados. En la ilustración se aplicó un gusto muy sencillo y terminó por ser un logotipo concreto y audaz, porque la utilización de un carácter tan rígido de la familia de los egipcios fue totalmente modificado y se suavizó con la pincelada que tiene en su extremo como la parte faltante de la letra



FIG. 140

En el anterior ejemplo la utilización de los tamaños de la letra fueron definitivos para conseguir el efecto deseado. Pareciera que no tiene nada de creativo; sin embargo, la apreciación del mismo pudiera enfocarse al tratamiento de las tres palabras y el aprovechamiento de que tres palabras pudieran conjugarse sin perder su significado personal. Se unieron de tal forma que permanecen y dan su expresión de manera individual.



FIG. 141

En este ejemplo, el tratamiento es más creativo y original que el anterior porque se aplicaron algunas categorías formales de diseño como ritmo y espontaneidad; además, se jugó con el significado de las palabras. El resultado fue una tipografía creativa.



FIG. 142

La utilización de recursos como el arriba mantiene una relación más directa con el diseño del logotipo. En este caso la solución radicó retomar las características más inmediatas y el uso de un extremo de la letra acomodado de tal forma que se convirtiera en un pincel. Es alusivo directamente a la pintura y al arte. El resultado final fue sencillo y directo.

3.2 METODOLOGÍA PARA LA TIPOGRAFÍA CREATIVA

Hasta aquí se ha establecido una serie de características de la letra, el diseño y la tipografía creativa. Ahora es necesario delinear una forma de trabajar.

Un método específico en esta área es fundamental para desarrollar cualquier proceso de trabajo. La mayoría de los proyectos se ven condicionados por ciertos fundamentos. El tiempo de entrega es el más fuerte y obliga a elaborar un plan de trabajo donde se fijen límites y el plazo de terminación en un lapso.

En este trabajo se muestra una metodología basada en los conceptos de Marion March. Un punto de diferencia radica que el planteamiento ofrecido en esta tesis se basa en fijar un tiempo límite. March no menciona tiempo para terminar un trabajo, pues considera que esto depende de la naturaleza de la obra. Además también depende de cada caso particular, es decir, el proceso creativo surge de manera diferente en cada diseñador.

Por lo anterior, se expone en este trabajo una propuesta de metodología con la particularidad de incluir en ella un cierto límite de tiempo, para considerarlo como una alternativa en el ensayo de otros trabajos de tipografía.

La metodología es un medio que se utiliza para realizar una investigación concreta en la cual se plantean una serie de objetivos así como una recabación de datos para elegir una forma adecuada de trabajar. Mientras que método es una secuencia de pasos para llevar a cabo una actividad.

Otras consideraciones que el autor Marion March establece en su metodología son la realización de preguntas que ayudan a delimitar el trabajo, ¿a quién? ¿cómo? ¿por qué?, etc. Las anteriores cuestiones ayudarán a limitar aún más el trabajo y realizarlo objetivamente.

La tipografía creativa se sirve de la metodología para seguir una secuencia que conduzca a un resultado satisfactorio. En este sentido Marión March propone un procedimiento que consta de tres fases:

Agenda En ésta se establecen de manera global pasos a seguir para la realización del proyecto, así como especificaciones, exigencias, limitaciones del cliente; por otro lado también se contemplan factores como tiempo y presupuesto, tipo de impresión, ajuste a determinados colores. etc.

Primera fase: En ella se establece que para comenzar a trabajar con el proyecto tengamos un momento de reflexión, mismo que nos llevará a obtener una lluvia de ideas que, si no son algo coherentes podrán servir para una posterior aplicación⁹⁰.

Lo importante es obtener múltiples propuestas para ajustar todas las ideas a un determinado tipo de letra, es decir de todas las ideas que en un principio se tenían

⁹⁰ March *Op.cit.*, p.48.

que elegir algunas y probarlas con diversas familias; a fin de dar más coherencia a los conceptos.

Segunda fase Una vez que consideremos cierto número de pruebas, en esta fase hemos de descartar algunas de ellas según nuestra experiencia y nivel de crítica personal, porque algunas no funcionan definitivamente o porque en lo personal ese fue el color que más nos gusta y queremos incluirlo⁹¹.

Definitivamente hay que librarse de toda consideración personal y establecer una crítica completamente abocada a justificaciones según el diseño. Establecer un criterio de búsqueda para transmitir mejor el mensaje y facilitar siempre la lectura del mismo serán siempre algunas obligaciones que deban respetarse. En esta fase se eligen las pruebas que más convengan a nuestras necesidades y tengan por supuesto: legibilidad, elegancia e impacto visual.

Tradicionalmente se eligen de una a tres, para no caer en más selecciones, por eso es conveniente tener presente que la elección de una a cuatro propuestas que contengan las mejores características de calidad, presencia, impacto y eficiencia.

Una vez que se ha hecho la elección, buscaremos pros y contras de las propuestas elegidas para tomar sólo una; la que llene los requerimientos por resolver.

Tercera fase: Esta es finalmente en la que aplicaremos más fuertemente nuestro criterio y conocimiento para aplicar un tratamiento gráfico, seguramente mediante algunas modificaciones y cambios mejoraremos la idea que habíamos esbozado en una primera fase. Podemos aplicar otra serie de preguntas para considerar en nuestra aplicación y mejorar indudablemente nuestro soporte gráfico.

Resultado. Es el término de nuestro trabajo, ya por tiempo o por otros factores, el hecho es que debemos de llegar a un resultado. Es o deberá ser siempre el mejor, ya que por eso lo hemos elegido y trabajado tanto en él, sin embargo pueden incluir una o dos variantes de color o de tratamiento sin perder la idea original.⁹²

Para contar con alternativas adicionales se presentan dos. Si se ofrecen más surgirían problemas: no presentar formalmente una propuesta; las otras podrían parecer totalmente diferentes o alejadas de la idea principal. También habría falta de formalidad ante todo personal y después por que la idea original no fue suficientemente eficiente o no contó con el tratamiento adecuado. Por lo anterior, hay que reflexionar bien en la elección y, como se mencionó antes, justificar y cuestionar para tener finalmente la solución más adecuada.

Otro trastorno serían los conflictos provocados al cliente. en el cliente. Si éste sigue el tratamiento, se confundirá al recibir algo diferente a lo que había visto en

⁹¹Ibid, p.48.

⁹²Ibid, p.48.

un principio. El diseñador perdería credibilidad y confianza; además de su retribución y sería tiempo perdido.

Esta es una propuesta de metodología específicamente para la tipografía creativa; su desarrollo está limitado a tres fases; sin embargo en éstas se trabaja mucho para poder establecer las bases de una buena tipografía.

Conforme el diseñador se enfrenta a el trabajo, es bueno considerar una forma de abordarlo, es decir crear su propia metodología, aun cuando la experiencia no sea mucha, basta leer alguna metodología especializada y analizar los pasos que enumera para crear una propia. Sin embargo no resulta ocioso consultar algunas de las establecidas, pues llevará al entendimiento de un problema y se perderá el miedo de enfrentar una hoja en blanco.

La metodología que expone Marión March es muy sencilla por que no traza un plan muy complicado para utilizar la tipografía creativa; de esta manera se hace más accesible abordar un problema de diseño gráfico.

Autores como Frassinelli y Fioravanti manejan una serie de principios para el diseño tipográfico; posiblemente el uso de los anteriores auxiliará también a la tipografía creativa para aportar soluciones. Por lo anterior, en las aplicaciones se podrán adaptar estas opciones.

Otros autores como Maggie Gordon y Eugenie Dodd ofrecen la tipografía decorativa de más reciente creación que la tipografía creativa; con las mismas bases plantean una metodología muy similar; sin embargo difiere un poco, al identificar la naturaleza del trabajo, así como determinar el propósito del mismo mediante preguntas específicas. Por ejemplo:

Se trata de un trabajo que se hace libremente o responde a un conjunto de criterios concretos, Es una obra única o requerirá múltiples copias

Sirve para informar o entretener o una combinación de ambas cosas, Dónde será exhibido o usado

Cuál es el vehículo del diseño más apropiado, es decir, puede tomar la forma de cartel, boletín, etiqueta, etc.

Debe crear la interpretación correcta o queda abierto a la interpretación. Debe ser serio o humorístico. Se puede suprimir alguna parte del texto innecesaria o redundante. Si hay un texto involucrado aproximadamente cuántas palabras se necesitan.⁹³

Las anteriores son preguntas mucho más concretas sirven especialmente para el que se inicia en tipografía creativa o en este caso tipografía decorativa, porque pueden abordar más concretamente el problema planteado.

⁹³DODD Eugenie, GORDON Maggie. *Tipografía Decorativa* Barcelona, Gustavo Gili. 1994. p.98.

En cuanto a las demás referencias que dan los autores de la tipografía en general son muy similares a los de la tipografía creativa y no se considera necesario repetirlos.

Por lo citado, se puede asentar que la tipografía creativa no es una improvisación de caracteres o palabras. Ante todo, se debe llevar un seguimiento, el cual ayudará a establecer criterios coherentes para la realización de cualquier trabajo con tipografía creativa.

De este modo y al contar con dos metodologías se puede notar que una complementa a la otra y permitirá el establecimiento una nueva metodología que retome características de las anteriores y plantee otras opciones.

En esta propuesta, la fijación de un tiempo será una de las claves que lleve a la realización del trabajo, pues provocará que se tenga un límite de tiempo encaminado a centrar el problema. También permitirá visualizar un término de tiempo al tratarse de tipografía creativa, la cual daría lugar a pensar que se posee un tiempo indefinido, lo que no es válido porque el diseño se sujeta a muchas consideraciones como ya se citó.

EJEMPLOS DE APLICACIÓN (PROPUESTA)

Todos los preceptos, historia y demás elementos mencionados, carecerían de valor si no se aplicarían a un caso concreto. Esta parte del trabajo se centra en ofrecer una serie de ejemplos, cuyo primer punto se encamina a presentar la propuesta de modificar una identidad corporativa. El problema es encontrar una alternativa a partir de elementos como la letra y la actividad de la empresa: la venta de artículos promocionales, principalmente relojes; mejorar notablemente la eficiencia de la comunicación de dicha compañía.

Antecedentes.

Joven Promocional. S.A. de C. V.

es una empresa formada hace 4 años; se dedica a la realización de todo tipo de promociones de relojes decorativos, mediante la serigrafía. Hoy en día, su campo de trabajo se ha abierto notablemente y se dedican de manera especial a producir cualquier diseño en otros objetos como ceniceros, encendedores y playeras. Por otro, lado han desarrollado una nueva línea de relojes que tienen la particularidad de brillar por algunas horas en la oscuridad, lo que permitirá establecer nuevas posibilidades con este producto. La elaboración de los mismos se ha hecho más eficiente con el uso de la computadora, la cual forma un papel muy importante en la confección de los originales mecánicos.

Actualmente se maneja una identidad corporativa con letra de fantasía: en uno de los caracteres se hace referencia a lo que se dedica: a la letra "o" de *Joven* se agregan unas manecillas de reloj. Con esta indicación se le dio un acento a toda la identidad corporativa.



JOVEN
PROMOCIONAL S.A. DE C.V.

FIG. 143



JOVEN
PROMOCIONAL S.A. DE C.V.

FIG. 144

Esta identidad se maneja totalmente en color negro y aparece en facturas y tarjetas de presentación. En estas se agregó un difuminado de tres colores como fondo. (fig 144)

La metodología descrita anteriormente será llevada paso a paso para que sirva de muestra. El siguiente paso sería hacer un análisis de la empresa con algunas preguntas. Si bien en los antecedentes ya se manejaron algunos elementos, es necesario precisar el propósito de este trabajo: utilizar la tipografía creativa, se comenzará a realizar un examen de las capacidades y características de la identidad corporativa que se pretende rediseñar.

El giro empresarial es: la venta de relojes promocionales y decorativos. Además de imprimir logotipos en cualquier artículo publicitario, llámese playera, encendedor o llavero, venden señalización fotolumincente cuya impresión se realiza en serigrafía. Este es uno de los elementos determinantes para la compañía: la impresión.

La identidad no tiene un uso restringido pues se adapta a la mayoría de sus aplicaciones; es decir no sólo relojes sino artículos promocionales. Esta sería una actividad secundaria; sin embargo, también forma parte importante en la aplicación de la identidad. El uso de ésta es para informar directamente al público la presencia de una compañía dedicada a la publicidad artículos decorativos y promocionales, de este modo su propósito es comunicar una idea relacionada con la compañía.

La exhibición de los rasgos fundamentales de la empresa estarán ubicados principalmente en papelería relojes y algún anuncio publicitario; los anteriores formarán parte del vehículo donde el diseño será manipulado.

La presencia de la razón social indica la necesidad de involucrarla con la identidad corporativa; más adelante gráficamente se podrá apreciar el valor gráfico del texto en todo el conjunto.

A partir de la identidad que se genere, se incorporaran los elementos restantes como líneas, acentos gráficos entre otros, en función de la nueva identidad y los requerimientos de la misma.

Hasta este momento se han examinado mediante algunas interrogantes las condiciones que se necesitan cubrir para el rediseño de la identidad. A partir de éstas se puede abordar el siguiente paso que sería la elaboración de una agenda de trabajo, como puede observarse en el siguiente cuadro:

CUADRO 31

Objetivo principal	- El rediseño de una identidad corporativa.
¿A qué se dedica la compañía?	-Promoción y venta de relojes, venta de señalización fotolumincente, publicidad mediante artículos varios.
¿Qué tipo de trabajo se necesita?	-Uno que pueda ser reproducido muchas veces.
¿Qué vehículo es el más apropiado para su reproducción?	-La papelería - en la impresión de los relojes - en los artículos promocionales, -en alguna publicidad.
¿Cuál es el propósito principal del rediseño en la identidad?	Comunicar la existencia de una empresa dedicada a la producción y venta de artículos promocionales, con la característica de ofrecer cosas diferentes y novedosas.
¿La identidad deberá tener una interpretación correcta o queda abierto a la misma?	Valiéndose de la tipografía se puede crear una nueva interpretación que debe ser muy concreta para no crear nuevas alternativas.
¿La identidad necesita un texto?	Requiere incorporar la razón social de la compañía, aunque se puede eliminar en algunos artículos.
¿El texto debe llevar un orden o puede cambiarse.?	Como es una razón social requiere un orden justificado, aunque en la identidad puede buscarse un orden diferente.
¿El color es importante en la nueva identidad?	Aunque no es primordial en este caso, alguna opción de color que no contenga más de tres tintas incluyendo el negro, sería una buena opción.

De manera global y mediante este cuadro se agruparon los requerimientos para la identidad que se habrá de rediseñar. Se puede apreciar que las preguntas y respuestas son muy concretas para evitar perder de vista el objetivo principal. Así como éstas preguntas se pueden elaborar muchas otras; en este trabajo las anteriores son suficientes y están basadas en la metodología antes citada.

Agenda de trabajo.

Rediseño de identidad corporativa

CUADRO 32

Actividades	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 6	Día 7	Día 8
1 Bocetos preliminares.								
2. Elección de las primeras ideas (6 alternativas)								
3. pruebas con las alternativas elegidas								
4. 2ªelección (3 alternativas)								
5. Pruebas en color								
6. Elección final								
7. Presentación en b/n y color								

En ésta se describe la secuencia para elaborar el proyecto. En un primer punto se empezará con una serie de bocetos para definir la idea de la identidad; es como se había manifestado en la metodología de Marión March: *Los primeros bocetos son una "lluvia de ideas."*⁹⁴

Estos bosquejos no comprenden todavía una imagen clara; lo importante en este momento es conseguir algunas ideas para en un segundo paso elegir algunas alternativas de solución. Cualquiera de éstas que se relacione con el trabajo puede servir. Es posible agruparlas para apreciar algunos detalles; de esta manera se eliminan las que no sirven.

La secuencia presentada a continuación es llevada conforme la agenda que se presentó anteriormente; los comentarios de la misma están apoyados por autores como Marión March, Frassinelli y Solomon, entre otros, y de la investigación realizada.

1.- Bocetos preliminares.




Forman una idea que se puede ir componiendo hasta llegar al resultado ideal; en este caso sería acorde a las necesidades ya enumeradas en el cuadro 31. De este modo, los bocetos van a ser un esbozo de ideas que surjan al momento de la realización del trabajo, en este caso se han descubierto algunas que darán acceso a una idea mejor formada.

⁹⁴Referirse a la metodología de Marión March descrita en la página 98.



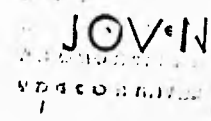
Las ideas se eligieron porque cubrían aceptablemente los requerimientos anteriores; sin embargo hay que determinar si se agregan o eliminan elementos.

Con la ayuda del cuadro 34 se expondrán algunas ventajas de los bocetos que se presentan, para que se pueda apreciar mucho mejor.

CUADRO 34

<p>1</p> 	<p>Esta alternativa posee características aparentemente comunes en su elaboración y cubre la mayoría de los requerimientos. Posee claridad, por que ningún elemento encubre a otro. También ocupa un cuadrado como la estructura que sostiene a la identidad, el espacio del cuadrado tanto interno como externo no es desperdiciado pues se emplea en negativo con la letra en positivo, mientras en el interior se anuncia concretamente el diseño de relojes promocionales y decorativos. Las palabras en el interior les fueron eliminadas las letras inicial y final. Así se aprovechó y se unieron las mismas. También como acento se manejaron manecillas para que finalmente fuera la estructura de un reloj.</p>
<p>2</p> 	<p>En esta opción, la tipografía juega un papel muy importante pues no se ocupa de manera vital otro elemento. El juego de crear una red de letras que quedan veladas con la aparición de otro juego en negro, resalta de manera particular. Esta opción es muy sencilla y muy concreta; el uso final de pequeñas manecillas casi imperceptibles dan el toque que determina el mensaje del logotipo.</p>
<p>3</p> 	<p>Se ocupa la letra de forma más espontánea para crear un logotipo que no lleva nada de serio y si mucho de novedoso y actual; esto se consiguió con la deformación de la letra y el aprovechamiento de la o de la misma para que quedara ahí el acento, las manecillas saliendo de la letra en perspectiva dan la idea de algo nuevo vital.</p>

CUADRO 34-A

<p>4</p> 	<p>Esta opción maneja la deformación de la letra con un alargamiento y a la vez aprovecha la perspectiva de la misma, mediante una trama se crea un difuminado en grises. Por otra parte un poco más figurativo se emplea un trazo manual para crear la idea de un ser humano en el que la cabeza es un reloj.</p>
<p>5</p> 	<p>Continuando con la tipografía se deforma únicamente la primera letra para apoyarse de ella y crear las manecillas de un reloj que esta formando parte del logotipo y se incorpora al mismo. La demás letras se conservan y no son cambiadas en su estructura</p>
<p>6</p> 	<p>Finalmente esta opción maneja únicamente tipografía. En ella que se recurre a las tramas de letras para que sirvan de apoyo a lo que sería la razón social; además, se hace referencia por el aprovechamiento de una de las letras; la <i>e</i> también resaltada por encima de las demás. El logotipo final es muy compacto y sencillo.</p>

Gracias a las anteriores reflexiones se pueden detectar algunas anomalías en los bocetos presentados y elegidos. Ahora se hace necesario enumerar las desventajas para tener un panorama más abierto a la crítica y por supuesto, servirá para posteriores cambios en un tercer paso.

1.- Esta opción maneja una buena unión con sus elementos; sin embargo, salvo la eliminación de algunas letras en el interior para lograr una unión de conceptos - por ejemplo eliminar la *d* de *decorativos* y unirla a la de *diseño*- es forzada e incompleta. Lo mismo sucede con *promocionales* y *relojes*. No existe un tratamiento creativo muy profundo en los caracteres..

El problema radica en no manejar un tamaño constante de los tipos. El espacio tuvo que reducirse y modificar la separación de algunas letras para justificarlas

Por otra parte, la razón social que se ocupa para crear el logotipo *Joven* tiene el tratamiento de poner en positivo la letra, en este caso forma una unidad en toda la estructura pero no pasa de ahí. Sería más interesante ocupar este recurso y explotarlo para que *Joven* resaltará mucho más

2.- Esta alternativa, a diferencia de la anterior, no pretende formar una unidad con elementos que no sean la tipografía; lo que afectaría esta propuesta es la simpleza del tratamiento. No da lugar a otras interpretaciones, y la referencia de la actividad de esta compañía queda sin sustento; sin embargo, el uso de unas

manecillas casi imperceptibles puede ayudar a distinguir un poco a lo que se dedica, aunque no es suficiente.

3.- Esta opción con el tratamiento de perspectiva con distorsión en sus elementos logra conseguir un efecto muy diferente y espontáneo; sin embargo, pese al tratamiento dado a α , aparte de dejarla en otro tono de gris, la manecillas saliendo se funden con la letra misma; esto al imprimirse, causaría una dificultad por la impresión, salvo que mediante el uso del corte se resalte este elemento. Además, hay que buscar la manera de acomodar toda la razón social, porque en algunas aplicaciones funcionará, pero en otras será necesario que cuente con la anterior y no se puede agregar; habría que buscar un arreglo más adecuado.

4.- De entrada, esta opción tendría problemas en la impresión dado el degradado empleado para la perspectiva, pues en ciertas aplicaciones como la tarjeta de presentación, la cual necesita una reducción considerable la identidad, quizá al imprimir se empaste, lo que causa un defecto en toda la estructura. El uso de la viñeta aludiendo a un joven y el reloj como la cabeza del mismo si funcionan, pero sería necesario resaltarlo con algún color para que fuera el acento de todo el logotipo. Finalmente la letra elegida tendría dificultades en la impresión, pues tiene pies y rasgos muy delgados que causarían un empaste; aunque esto estaría determinado por la máquina ocupada en la impresión, lo que haría buscar otro tipo.

5.- Esta identidad no presenta serios problemas salvo el uso de la letra elegida. Como en el caso anterior podría presentar algún empaste. Otra letra funcionaría mucho mejor, y podría dársele un tratamiento a los caracteres restantes y formar un concepto más unido.

6.- Esta última opción presenta problemas en la reducción dada la escala de gris empleado en las letras que sirven de fondo al mismo en blanco y negro. En la tarjeta de presentación las letras casi desaparecen, en cambio si se opta por aplicar color en vez de la trama de gris cambiando el tipo que aparece en negro, reducir o realizarle algún tratamiento para conseguir más uniformidad en el todo funcionará mucho mejor

Una vez que se realizó este análisis ya se tiene un panorama más claro de las necesidades que deben cubrirse para llenar los requisitos antes mencionados; sin embargo, hasta este momento se ha omitido una necesidad vital: el logotipo requerido en este trabajo ha de ser uno que utilice únicamente tipografía y si acaso ésta no bastara para comunicar claramente la idea, el recurso más elemental servirá como apoyo.

Como se pudo apreciar en las muestras -a excepción de una donde se utilizó una pequeña viñeta- éstas no son suficientes, pues en este caso se exige comunicar de manera clara y sin necesidad de dibujos muy explícitos el mensaje de la misma.

En la siguiente parte se cambiarán sin modificar completamente las muestras anteriores, contemplando el análisis previo para no caer en los mismos errores e ir puliendo la idea.

3.- Pruebas con las alternativas elegidas.

Es indispensable, al tener éstas ideas, repasar los conceptos de diseño y los requerimientos ya mencionados, a fin de formar un criterio de selección para identificar algunas posibilidades que sean útiles, ya por la forma, por las líneas o por características que se consideren mejores en uno u otro boceto. En este caso se eligieron seis alternativas de las cuales se hacen nuevamente pruebas a fin de definir un poco más la idea principal.

En algunas alternativas se ha modificado la letra con alargamientos, cambiándola de dirección, etc. Marion March afirma que las modificaciones pueden ser en toda la palabra, frase o texto; sin embargo, en este caso en particular, dados los elementos que lo componen, es necesario destacar mediante la letra o algún aspecto -llámese viñeta, letra modificada, etcétera- en la misma, el detalle que es la fabricación de relojes. Si bien se había hablado en el cuadro 31 de la necesidad de crear un logotipo con ciertas características⁹⁶ la presencia de diversas palabras diferiría con la identidad, por eso debe llevar únicamente un rasgo que dé la idea de reloj, de novedoso y el nombre de la empresa.

De este modo se están considerando tres elementos primordiales en la composición de la identidad: el objeto principal de la empresa y, por supuesto, el nombre. En este momento se habla de estos elementos sin ningún orden específico, porque en el aspecto gráfico es donde se pueden ubicar los mismos.

En este momento, aun teniendo ya bocetos previos, se puede reacomodar la idea manejada; también es posible preguntar: ¿Qué es lo primordial en este logotipo? El reloj como objeto principal, el nombre de la empresa, la descripción concreta de sus labores mediante una frase...

De esta manera, mediante la tipografía creativa, es posible resaltar ciertos elementos. En este caso se presentan las opciones elegidas con ciertos rasgos, que incluyen los tres parámetros que ya fueror mencionados. Según A. Dondis en *La sintaxis de la imagen*:

Las técnicas de la expresión visual, dominadas por el contraste, son los medios esenciales con los que cuenta el diseñador para ensayar las opciones disponibles con respecto a la expresión compositiva de una idea. Se trata de un proceso de experimentación y selección, tentativa cuyo fin es lograr una solución visual lo más fuerte posible para expresar el contenido⁹⁷

Es necesario en esta parte producir nuevas alternativas, pero sin que salgan de los parámetros ya elegidos. En el cuadro 35 en la primera opción se había hablado de un tratamiento creativo muy carente⁹⁸, ahora las siguientes opciones presentan

⁹⁶referirse al cuadro 31 p.104

⁹⁷Dondis, A. *Op. cit.* pp 124-125.

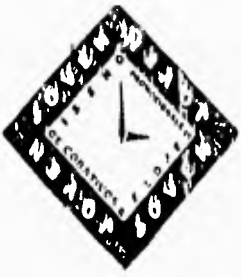


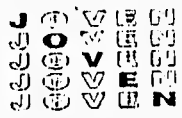





⁹⁸referirse al cuadro 34 p107.

un cambio de letra y el tratamiento creativo radicaría en el acomodamiento del nombre de la empresa.







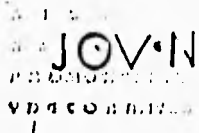
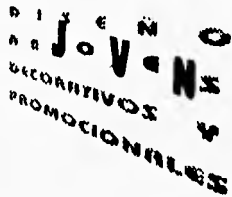

Se tomó *Joven* sin el Promocional S.A. de C.V. Otro elemento que presentaba problemas era el texto; se redujo considerablemente y manipuló de tal manera que siguiera una línea parecida al ordenamiento del nombre de la empresa. Así se crea una unidad dentro de los conceptos y el seguimiento de una secuencia.

El arreglo del boceto también fue modificado y quedó como cuadrado sin el movimiento sugerido; finalmente las manecillas cierran los conceptos: diseño de relojes promocionales y decorativos Joven.

CUADRO 35

<p>1</p> 	<p>1a</p> 	<p>2b</p> 
<p>2</p> 	<p>2a</p> 	<p>2b</p> 
<p>3</p> 	<p>3a</p> 	<p>3b</p> 

CUADRO 35-A

<p>4</p> 	<p>4a</p> 	<p>4b</p> 
<p>5</p> 	<p>5a</p> 	<p>5b</p> 
<p>6</p> 	<p>6a</p> 	<p>6b</p> 

En la opción 2a se conservó la misma letra pero se modificó la línea de la misma, para reforzarla, además la letra -extendida horizontalmente- se redujo y se amplió verticalmente. También se le agregó la razón social. En la 2b se agregó un degradado radial y con el reforzamiento de la línea de la letra se conservó bien el degradado, consiguiendo un efecto agradable. Aquí no se le añadió el resto de la razón social; en cambio, se adicionaron detalles del giro comercial. Como se puede observar el cuadro 35.

La opción 3a contenía una letra modificada y muy espontánea, fue cambiada muy sutilmente con el alargamiento de la misma y la modificación de las manecillas. Se dejó un espacio en blanco que servirá para que no se pierdan con el contraste de la letra.

En un segundo intento 3b se alteró más alargándola hacia arriba sin conseguir un detalle muy diferente; se utilizó el recurso anterior para una de las manecillas que traspasó el espacio de la letra. Se puede observar en el cuadro 35 este detalle. A este logotipo no se le incorporo ningún texto; él mismo puede considerarse en las aplicaciones de folleto o papelería.

La opción 4a no fue muy enriquecida con las modificaciones, puesto que se habló de un cambio de letra que se logro sin un cambio considerable. El alargamiento, la alteración más evidente no fue cambiado: lo que en este caso se modificó fue la perspectiva y la viñeta fue trasladada al lado opuesto. En 4b sólo se modificó la letra y se conservaron los rasgos del boceto elegido.

En 5a el cambio y la alteración de letra hicieron que mejorará. El carácter fue alargado horizontal y verticalmente para conseguir el efecto. La sustitución de letra también fue muy favorable para lograr más unidad. No se agregó ningún texto, pues este puede surgir al momento de elaborar las aplicaciones posteriores.

En 5b el cambio de letra también determinó una considerable transformación. Además, la alteración de la letra permitió unir todos los elementos. En el cuadro 35-A se pueden observar con mayor claridad los cambios.

Finalmente, en la opción 6a se agregó un tono gris a la letra de base para que en reducción no perdiera claridad; también se cambió la letra y se modificó el tamaño, para reforzar la idea. En 6b, se alteró la letra de base mediante la aplicación de perspectiva. La identidad se adaptó a la perspectiva; en este caso, se utilizaron dos letras en vez de una para el acento. La letra fue la misma pero con otro puntaje y en bold.

4.- 2ª Elección (3 alternativas)

En esta parte, se realiza una segunda selección y se tomarán los bocetos con mejores características y que sobresalgan por algún acento o por algo distinto; en esta etapa, se obtendrán 3 posibilidades.

Como parte de un breve análisis se puede decir que las seis alternativas contienen rasgos agradables e interesantes que pueden funcionar para la nueva identidad; sin embargo, hay algunos que carecen completamente de rasgos necesarios para la adecuada identificación. Ante estas circunstancias, se hace necesario una segunda elección, en la cual se presentan sólo 3 alternativas como puede verse en el cuadro 36.

CUADRO 36

1

JOVEN

2

JOVEN

3

J	O	V	E	N
J	O	V	E	N
J	O	V	E	N
J	O	V	E	N
J	O	V	E	N

PROMOCIONAL S.A DE C.V







5.- Pruebas en Color.

De las posibilidades del cuadro 36 se harán pruebas en color que mejorarán los bocetos elegidos, pues según la Gestalt:

...contamos con patrones visuales que funcionan en nuestro organismo a nivel inconsciente, y cuando recibimos una idea del exterior nuestro cerebro es capaz de ver y organizar lo que llega del exterior; de este modo la información que tengamos a nuestro alcance será procesada por estos patrones. Lo que domina la mirada en la experiencia visual se considera elemento positivo y el elemento negativo aquello que actúa con mayor pasividad"

Al considerar las opciones como aspectos positivos, se tendrá que los elementos serán más dominantes y con la ayuda del color reforzarán la identidad generada. Así se obtendrán pruebas que ayuden a combinar agradablemente todas las posibilidades logradas.

CUADRO 37

<p>1</p>  <p>Pantone 268 cv 485 cv 142 cv</p>	<p>1a</p>  <p>Pantone 348 cv 122 cv</p>	<p>1b</p>  <p>Pantone 280 cv 1795 cv negro</p>
<p>2</p>  <p>pantone 144 cv 341 cv 526 cv</p>	<p>2a</p>  <p>Pantone 179 cv 122 cv</p>	<p>2b</p>  <p>Pantone 274 cv 110 cv</p>

⁹⁹Dondis, A. Op. cit., p. 50.

<p>3</p> <p>J O V E N N J O V E N N J O V E N N J O V E N N PROMOCIONAL S A DE C.V</p> <p>Pantone 274 cv 109 cv</p>	<p>3a</p> <p>J O V E N N J O V E N N J O V E N N J O V E N N PROMOCIONAL S A DE C.V</p> <p>Pantone 186 cv 260 cv</p>	<p>3b</p> <p>J O V E N N J O V E N N J O V E N N J O V E N N PROMOCIONAL S A DE C.V</p> <p>Pantone 347 cv</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

*para referencia de color ver la página 150

En el cuadro 37 se puede observar globalmente las combinaciones realizadas; la elección de hasta tres colores para la identidad indica que su buena adaptación reforzará el mensaje; Se puede apreciar que la gama elegida para las propuestas constan de un color cálido y dos fríos. El primero será un intermediario entre los segundos.

Al recordar las características del color, cabe agregar que según donde se emplee, puede transmitir cierta información. Esto dependerá del lector, pues según su capacidad y apreciación por asociación o por la relación con cosas de su entorno, sabrá distinguir el mensaje que se le envía¹⁰⁰.

Por otro lado, la elección de un color cálido resultó de la necesidad de fundamentar que este tono ayuda a resaltar el elemento elegido, y pueda implicar una empresa de trato cortés y servicial; mientras los otros dos colores fríos hablarían de una empresa novedosa o actual.

En el cuadro 37 la muestra de los colores en las propuestas ayuda a distinguir las observaciones anteriores; sin embargo, las precedentes son aproximaciones de los tonos elegidos, por eso se hace la aclaración en el recuadro con el pantone a fin de que se pueda consultar éste para una mejor apreciación.

En el primer ejemplo se puede ver una coordinación agradable entre los elementos. El color sirvió para unir la idea a fin de hacer hincapié en el mensaje *una empresa novedosa y joven que vende relojes*, al acentuar la letra o donde las manecillas casi saltan invadiendo la letra se facilita más la comprobación de la idea. En el cuadro 37 la opción 1, 1a y 1b muestran estas observaciones

En dos de los ejemplos de color se manejó el acento de la letra con un color cálido y con uno frío, para establecer una comparación y elegir posteriormente el tono más adecuado.

En la opción 2, 2a y 2b del cuadro 37 se sujetaron estrictamente al manejo de 3 tintas, pues una elección con muchos más tonos podría caer en la premisa manejada previamente; además debe tomarse en cuenta el presupuesto del cliente

¹⁰⁰referirse a las características del color mencionadas en la p 94

manejada previamente; además debe tomarse en cuenta el presupuesto del cliente y un principio de diseño que indica ya para color o para tipografía el uso de no más de tres colores para no generar confusión, puesto que los colores tienden a asociarse simbólica o socialmente. Asimismo el uso de diversos colores no haría más que distorsionar el mensaje o la estructura.

En la opción 3, 3a y 3b el color juega un papel más relevante. Dado la simplicidad del trabajo, la repetición de la palabra *joven* y el acomodamiento en cuadrado, remiten a una lectura fácil. Al emplear el color varió ese manejo y en el ejemplo número 3 se ocupó color en un extremo de todo el conjunto, para remarcar el nombre y asimismo el sentido de *joven*: actual y diferente.

En 3a, la estructura se creó a partir de identificar plenamente el nombre con el uso de un color en diagonal y el fondo en blanco; en otro juego de letras se recalcó con otro color variando la posición de las letras dentro de la misma estructura en la misma palabra. Finalmente la posibilidad más viable fue dejar en negro la palabra *joven* y utilizar como fondo y apoyo, al mismo tiempo, otro color y ponerlo en las letras restantes.

Es posible observar en los ejemplos que las variaciones de color pueden ir cambiando y generando nuevas ideas dentro de la misma elección; sin embargo, puede resultar un juego confuso de colores y nuevas presentaciones, como en el caso anterior. Al crearse nuevas alternativas, el mensaje puede distorsionarse; en este caso quizá suceda lo del ejemplo 3a. Esto no es motivo de preocupación y da lugar a pensar en una mezcla de colores más coherentes sin buscar el cambio o la modificación muy elocuente de la idea base; no obstante sirve de muestra para no caer en un juego de colores interminable.

Por lo anterior, la elección del color es muy importante, dado que se enfrentan diversos significados; asimismo en este trabajo se tomó el color por las asociaciones simbólicas que generan.

6.- Elección Final.

Una vez hecha una buena combinación de colores para los bocetos, habrá de determinarse las posibilidades para realizar la elección final. Los pasos son:




Primero: encontrar defectos que pudieron haberse colado en las pruebas en función del diseño, entre las que pueden citarse: legibilidad, impacto visual, color, etc. Después para enfrentar una serie de preguntas y dudas acerca de las nuevas alternativas de aplicación.

Segundo: ya con el tratamiento de la letra o del color, se logrará que la identidad corporativa procesada se desarrolle adecuadamente en las diferentes aplicaciones como folletos, anuncios, carteles y papelería. Las posibilidades son ilimitadas.

Tercero: una vez que ya se expusieron todas las ventajas y desventajas, es necesario hacer la elección final. Estará por encima de las demás por características de diseño, presentación y calidad expresiva.

Para resaltar algunas de las cualidades de las tres alternativas se elaboró un cuadro en el que se realizaron las comparaciones de las tres identidades.

CUADRO 38

<p>1</p> 	<p>La identidad manejada con estos colores permite jugar con las diferentes aplicaciones. Pese a que no cuenta con la razón social completa, ésta se integrará en cada aplicación, buscando una armonía entre el todo.</p> <p>Por otra parte la distribución de las letras da una sensación de inquietud, pero son neutralizadas con el color azul, el cual provoca un aspecto más juvenil y de seriedad. El acento de las manecillas con un color cálido sirve también de mediador entre el azul y el anterior.</p> <p>Finalmente cabe aclarar que esta nueva identidad es novedosa por el manejo de las letras y el acento en la letra <i>o</i> y no carece de elementos para sobresalir de las demás. Sin embargo dado que se necesita una identidad con ideas novedosas, esta responde de manera adecuada a las expectativas que se manejaron.</p>
<p>2</p> 	<p>Es una idea novedosa en la que se aprovecho el rasgo de la <i>J</i> y el círculo representando un reloj. La letra que le sigue con el detalle de deformarse y así unirse mediante la <i>o</i> con el resto. Así se consiguió dar uniformidad a todo. El acento para dejar claro es el punto en medio de la <i>J</i>. Con el manejo de los colores se eligió una combinación que llama la atención; en este caso, tampoco se le anexo la razón social, pues de ser posible en las aplicaciones, será motivo de una composición</p>
<p>3</p> 	<p>Finalmente, la tercera opción no dejó de ser sencilla desde el principio y por eso se eligió. Sin embargo, en el transcurso de la elección no se enriqueció mucho; si acaso el color aportó una alternativa diferente, pero no demasiado novedosa, aunque presentaba rasgos interesantes y rescatables el uso de una repetición para crear un logotipo no ha sido muy explotada quizá en este caso, la repetición debió tratarse con más ritmo y creando otras alternativas de lectura, así con el juego de color que se presentó anteriormente hubiera cobrado más dinamismo.</p>

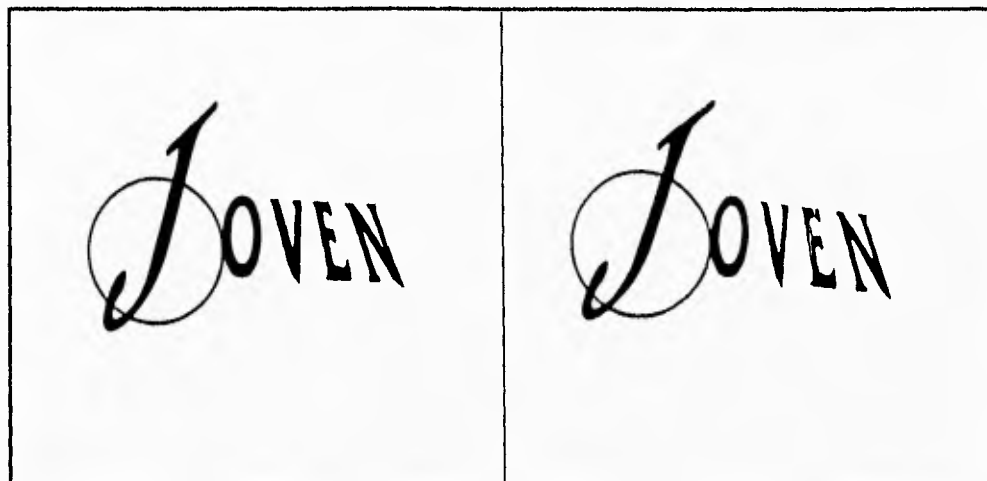
*para referencia de color ver la página 150

Este cuadro es sólo un ejemplo y las categorías a las que fueron sometidas las alternativas también: es el diseñador el que debe elegir las en función del trabajo que realizará. Gracias a este análisis se ha observado a lo largo de lo cuadros que

alternativa es la más conveniente. Una vez que se consiguió formar la nueva identidad, se eligió como ejemplo de aplicación: La papelería para comprobar su legibilidad en un medio impreso.

7. Presentación en Blanco y Negro y color.

CUADRO 39



*para referencia de color ver la página 150

Mediante edición por computadora se consiguió realizar una transformación para crear la identidad corporativa; en este seguimiento se muestra como la tipografía va sufriendo un proceso de deformación para constituirla.

El proceso de deformación de la página 113, que se habló en el análisis de la opción 5a surge de una serie de pasos que se llevo al hacer un tratamiento de edición por computadora; este proceso dado el espacio que se manejo en los cuadros no fue posible explicarlo detalladamente con cada una de las opciones, pero se hace necesario al menos presentar este procedimiento con la opción elegida. Este proceso de deformación consta de 2 partes en las cuales primero se trabajo la deformación de la letra *J* y enseguida la terminación *OVEN*.

Una vez concluido este proceso mediante el uso de una retícula se procedió a incorporar elementos como una circunferencia en outline que va insertada dentro de la *J*; con esto se dió la apariencia de un reloj y la *J* que fueran las manecillas. Finalmente mediante un acento en la asta de la *J* con la ayuda de una circunferencia da la idea de las manecillas del reloj.

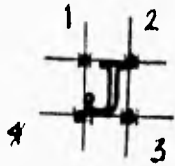
Enseguida de este paso se ubico la razón social que finalmente no se pudo evitar dadas las consideraciones que se habían planteado en un principio¹⁰¹. Así pues, se muestra el desarrollo de la identidad corporativa.

¹⁰¹referirse al cuadro 31 p 104.

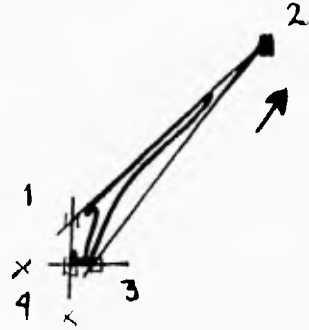
CUADRO 40

Procedimiento de deformación para la propuesta de la identidad corporativa

1 Forma primaria
tipo Timpani de 20 pts.

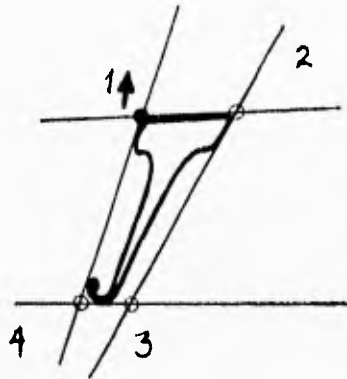


2. Alargamiento del rasgo (2) superior hacia arriba
a la derecha 2 cm.

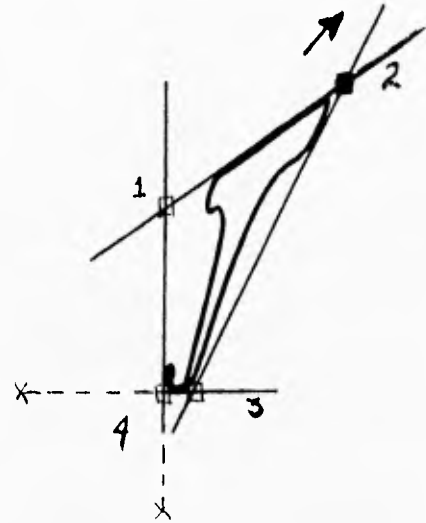


Cuadro 40-A

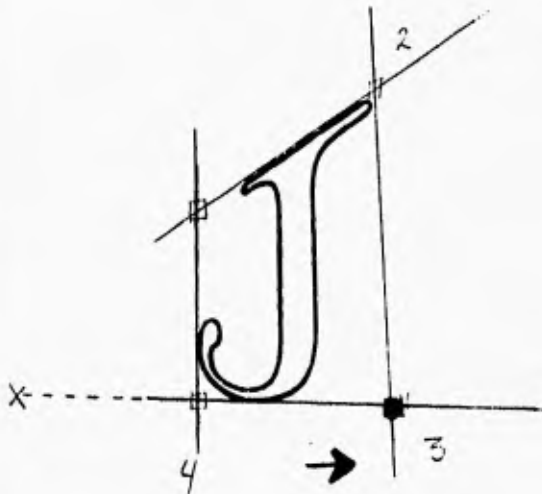
3. Alargamiento del rasgo superior izquierdo (1) a la misma altura de (2)



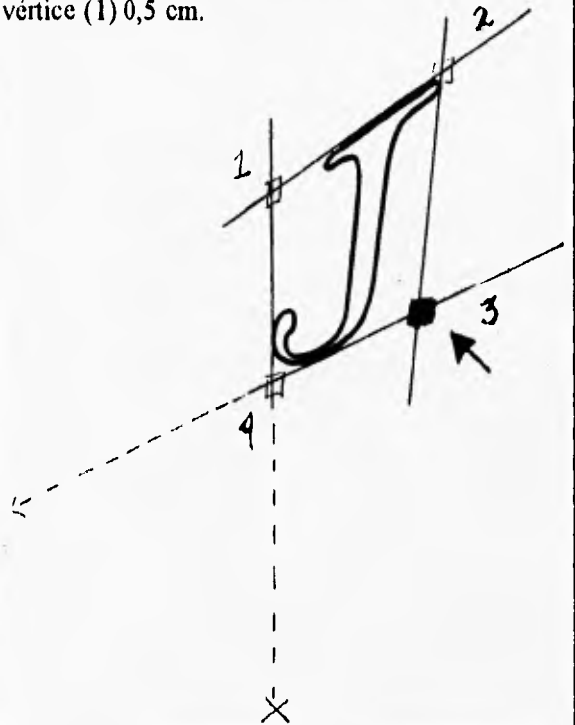
4. Alargamiento del rasgo superior derecho (2) hacia arriba a la derecha 2 cm más



5. Alargamiento del asta (3) hacia el lado derecho 1,5 cm.

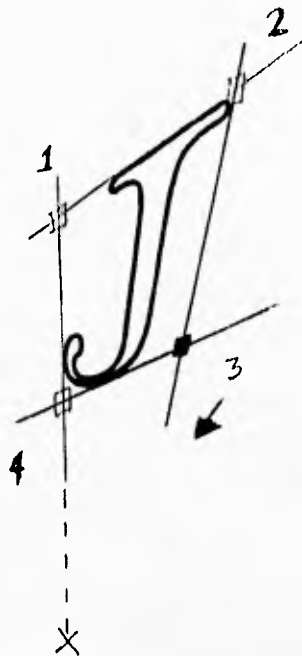


6. Estrechamiento del asta (3) hacia adentro del vértice (1) 0,5 cm.

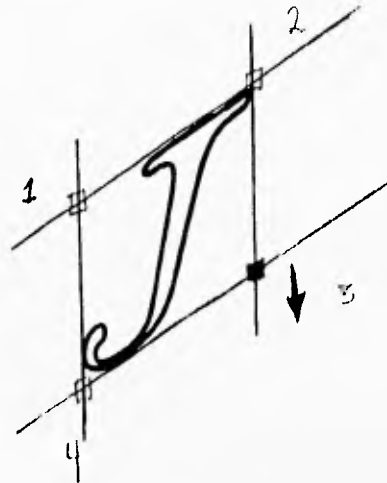


CUADRO 40-B

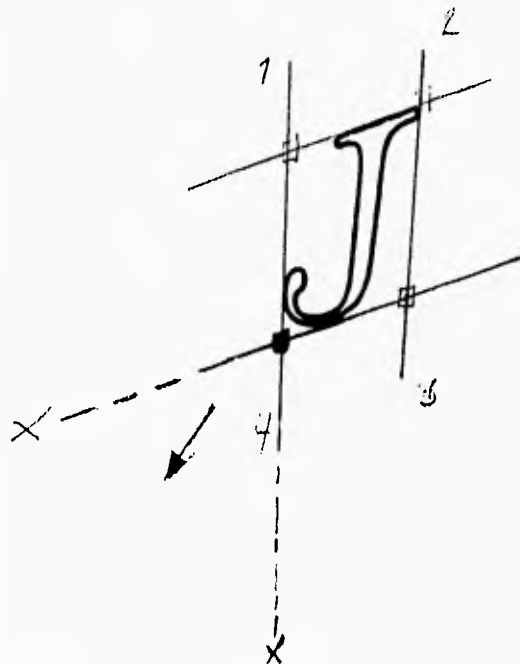
7. Alargamiento del asta(3) hacia abajo a la izquierda 0,5 cm.



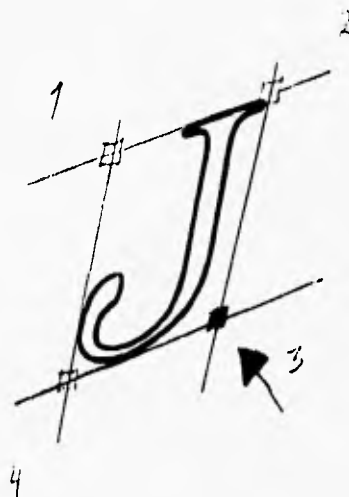
8. Alargamiento del asta (3) hacia abajo 1 cm.



9. Alargamiento del rasgo inferior (4) hacia la izquierda y abajo 0,3 cm.

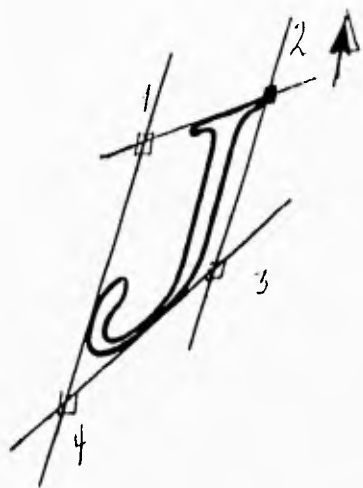


10. Estrechamiento del asta (3) hacia adentro del vértice (1) 0,3 cm.

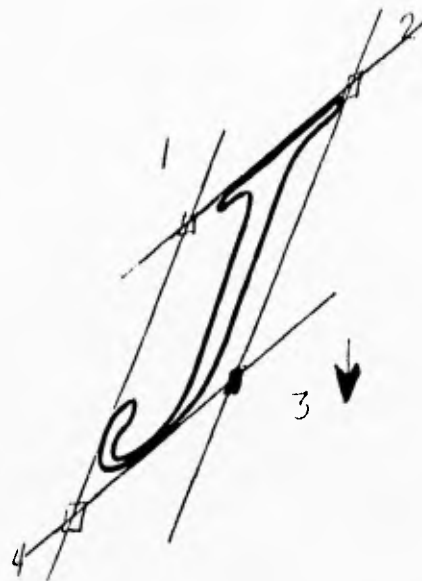


CUADRO 40-B

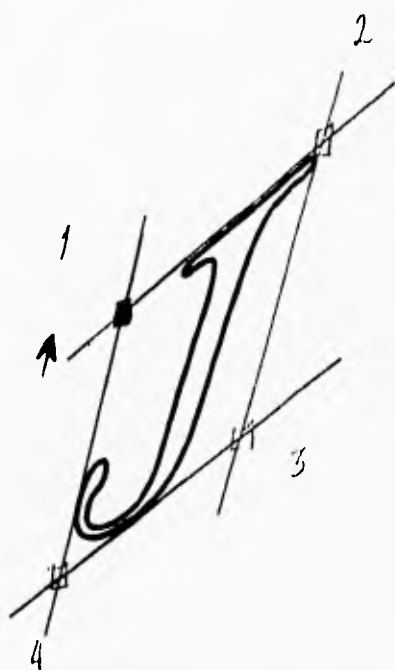
11. Alargamiento del rasgo (2) hacia arriba 1,5 cm.



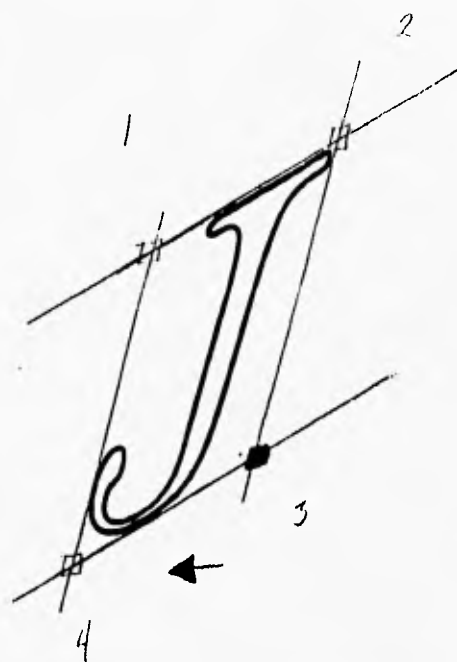
12. Alargamiento del asta (3) hacia abajo 0,3 cm.



13. Alargamiento del asta izquierda (1) hacia arriba 0,3 cm.



14. Estrechamiento del asta (3) hacia la izquierda 0,3 cm.

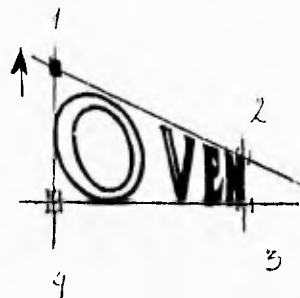

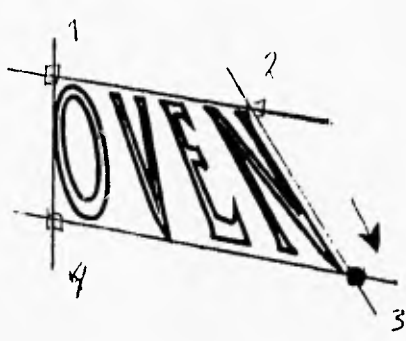
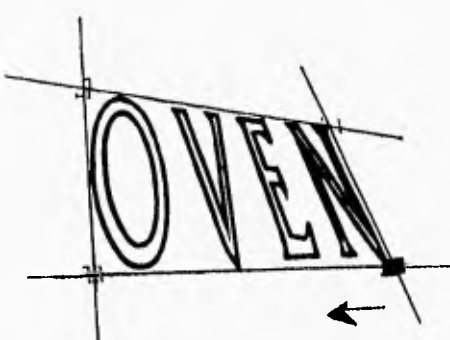



CUADRO 40-C

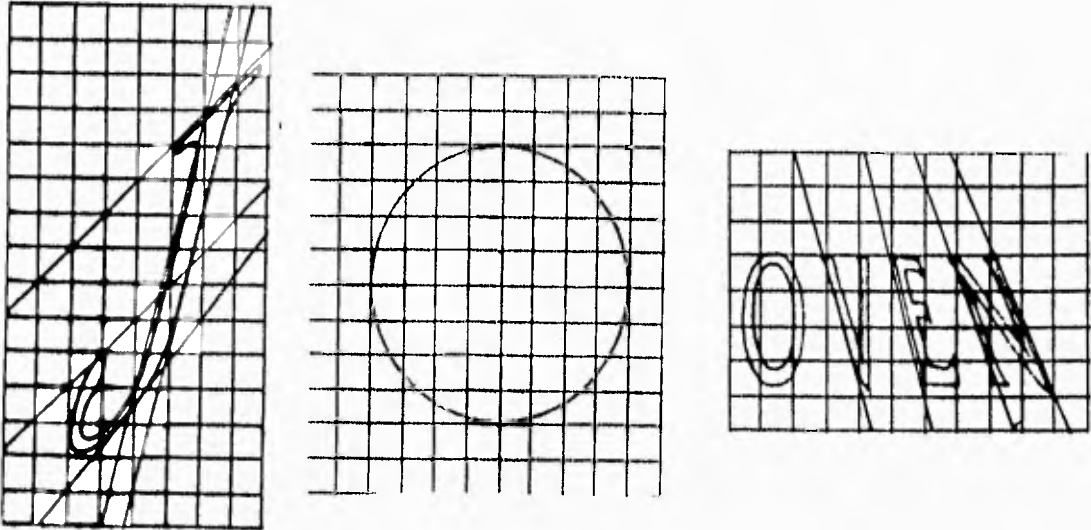
15 Forma final



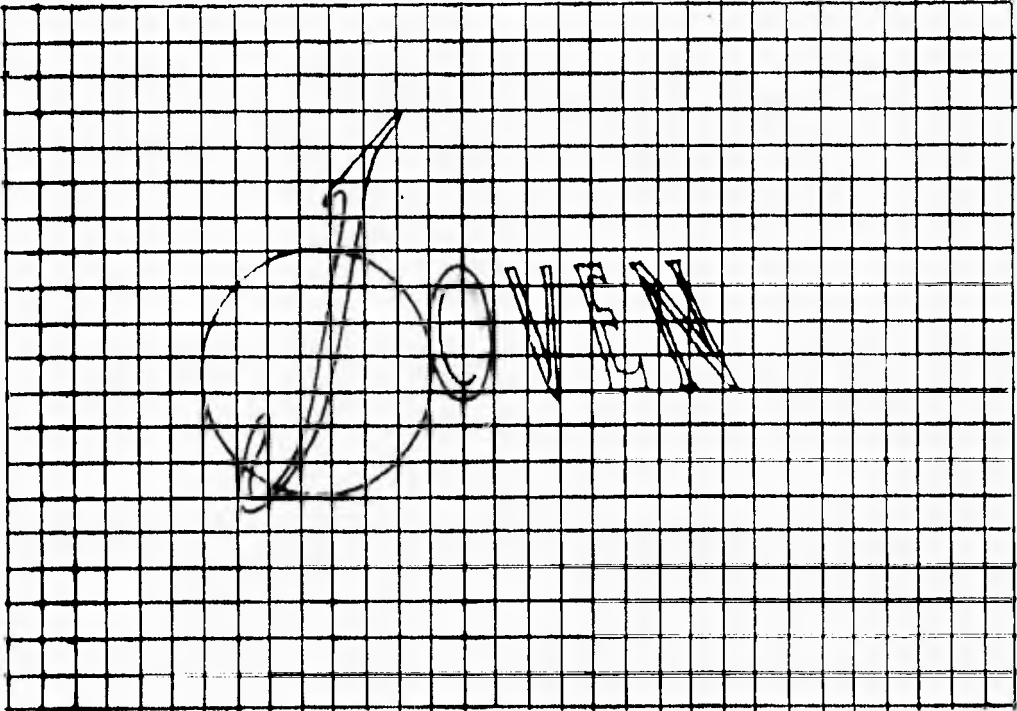
CUADRO 41-A

2º Procedimiento en la deformación de la identidad corporativa	
<p>1. Forma primaria. Tipo France de 23 pts. con un espacio entre letra y letra</p> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <h1 style="font-family: serif; font-weight: bold; letter-spacing: 0.5em;">OVEN</h1> </div>	<p>2. Alargamiento del vértice (1) hacia arriba</p> 
<p>3. Alargamiento de (2) hacia arriba con altura menor respecto a (1) 0,2 cm.</p> 	<p>4. Alargamiento de (3) hacia abajo a la derecha con 0,3 cm. de distancia respecto a (4)</p> 
<p>5. Estrechamiento de (3) a la izquierda con 0,3 cm.</p> 	<p>6. Forma final</p> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div>

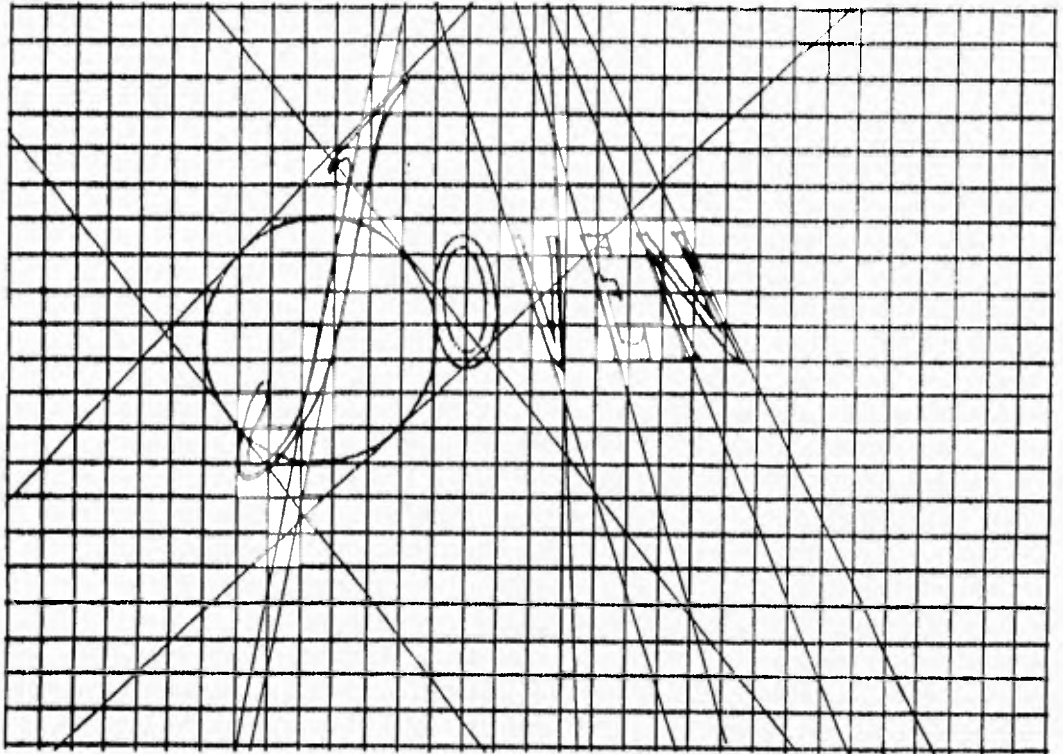
Incorporación de los elementos sobre la retícula y su Justificación.



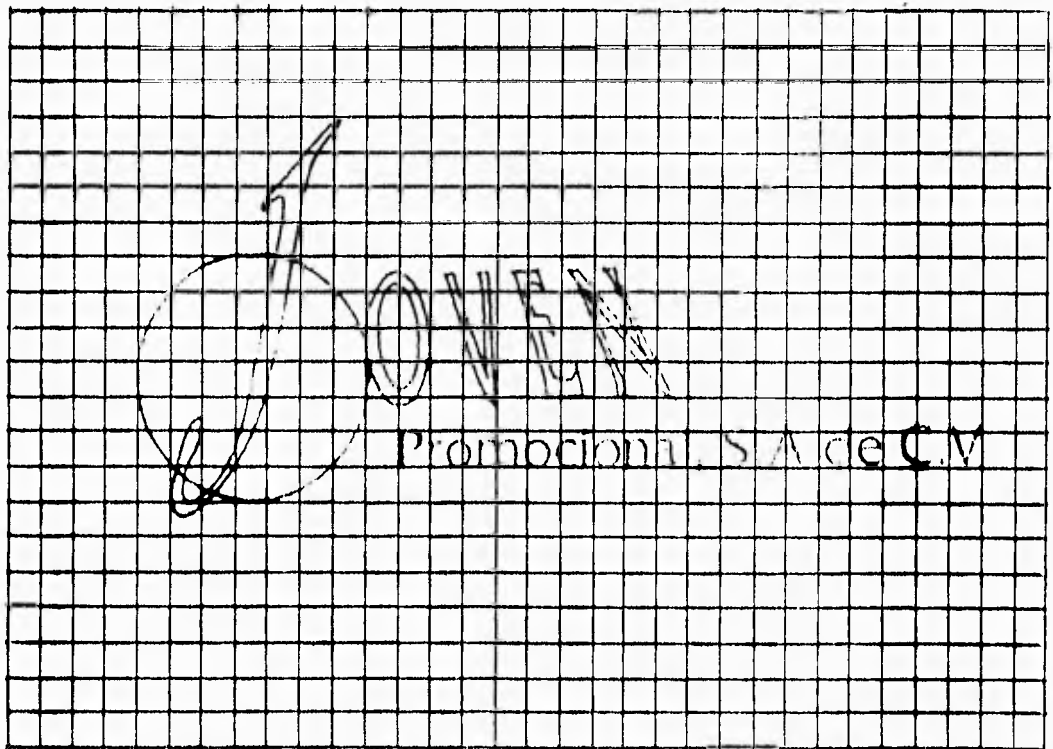
Incorporación de los elementos para formar la identidad corporativa



Justificación sobre la retícula.



Agregación de la razón social.



Producto final



*para referencia de color ver la página 150

Como parte del análisis anterior se pueden distinguir las características. Con esto se concluye la agenda de trabajo.

1. La nueva identidad mejoró notablemente en comparación con la anterior gracias a las aplicación de algunas modificaciones basadas en la tipografía creativa.

2. Por que la elección del tipo es muy importante en cualquier soporte gráfico y considerando que la tipografía creativa se vale de ellos para sobresalir mas. Los caracteres elegidos en este caso tienen mucha presencia.

3. El tratamiento para la letra fue novedoso porque se utilizaron sus astas para que de manera distinta sus líneas, y sus rasgos dieran la idea de un tipo muy actual.

4. La *J* en el enlace con el círculo demuestra que existen una tendencia e impacto visual nuevos, que son característicos de la tipografía creativa

5. El manejo del círculo como la forma más evidente de un reloj, deja entrever esta identidad como algo novedoso que esta desarrollando cosas diferentes; además, el rasgo de la *J* sobresale del círculo, pero a la vez forma parte de él por servir como manecillas del mismo.

6. El acento manejado en las manecillas fue determinante para conseguir un punto medio entre los dos colores fríos que se habían elegido. Este acento ayudo a reforzar y distinguir en la identidad su principal objetivo: la venta de relojes.

7. El cambio efectuado en la tipografía del boceto sirvió para hacer la identidad más actual. En un principio se eligió con un tratamiento diferente, al representar al reloj quedaba muy encima de la letra; se recurrió a cambiar el sitio de la letra e integrarla con el círculo que finalmente daba el aspecto de ser un elemento aislado o estar sobre puesto.

8. Es posible notar la mayor importancia a la parte de la razón social porque ésta pudiera manejarse en algunas impresiones; sin embargo, pese a que tolera una reducción ha de cuidarse para que no se pierdan sus rasgos.

9. Se originó una identidad más elegante con impacto visual y creativa mediante la aplicación de una letra con un tratamiento de deformación. Las letras restantes también sufrieron una ligera transformación para complementarlas con la otra.

10. La nueva identidad con color presenta una buena legibilidad; además, fue un rediseño como al principio se manifestó. No se cambió totalmente aunque aprovecha de manera distinta, el hecho de elegir la *o* como figura central para crear la imagen de un reloj; aquí se extrajo ese círculo y la que se integró fue la *J*.

11. Esta nueva identidad cumple con la función que se hizo notar en las necesidades requeridas: anunciar la venta de relojes, aunque también se consideró la posibilidad de anunciar señalización y publicidad en general.

12. Esta identidad se presta tanto en blanco y negro como en color para ser reproducida las veces que sean necesarias, aunque de manera especial se ha de cuidar la impresión porque de otro modo se quitarían detalles que son importantes pues forman parte del conjunto.

Este pudiera ser un detalle que ponga en contra la legibilidad de la identidad; sin embargo, la impresión del mismo así como la resolución no dependen de manera muy estricta del diseñador, pues recaería en la elección del papel, de las tintas, de la máquina de impresión; por supuesto que el diseñador puede intervenir en esto, pero la elección final quedaría en manos del cliente.

13. Por último se puede decir que la identidad contiene todas las características para funcionar en cualquier aplicación; sin embargo, en los usos posteriores, se podrá apreciar de manera más palpable lo anterior, ya que la inclusión de nuevos elementos puede resultar eficaz, como se verá en las aplicaciones.

Con respecto a la metodología, ésta fue llevada paso a paso; el límite de tiempo que se estableció fue cubierto satisfactoriamente. Del mismo modo se puede decir que el proceso se tornó laborioso, dados los constantes análisis a que fue sometida la identidad; finalmente, sirvieron para ubicar el criterio de selección empleado en la realización del proyecto.

Marión March comenta, que el seguimiento de una metodología ayuda a llevar un orden, el cual fue acertado en este trabajo. De otra manera, se hubiera caído en una selección inútil y tediosa.

El tiempo que al principio fue factor determinante para la culminación del proyecto, finalmente no fue muy importante pues, en ciertos puntos -como los bocetos y la elección a los cuales se les había asignado 2 y un día respectivamente- se concluyó en menos tiempo que el sugerido, esto puede tomarse como ejemplo, ya que la metodología aun seguida paso a paso, puede arrojar pequeños cambios que aceleren o retrasen el trabajo.

APLICACIONES.

1. Hoja membretada.

medidas 21.5 x 27.9 cm. Tamaño carta.

Datos:

a) Identidad. b) Razón social de la empresa. c) Dirección d) número de teléfono y Fax.

La aplicación de la nueva identidad respetará el orden comúnmente utilizado, salvo otros detalles que se anexarán; éstos no alteran la legibilidad.

Consultar el anexo 1 para mayores detalles de ésta y las siguientes aplicaciones

2.- Factura.

Medidas: tamaño carta 21.5 x 27.9 cm.

El orden de los elementos no cambia; es importante llevar una secuencia para no perder coherencia, el orden de lectura. El empleo de la identidad en la parte media no impide la legibilidad de otros elementos que se agreguen.

3.- Tarjeta de presentación.

Medidas: extendida: 8 x 20 cm. Con dobleces: 8 x 6 cm.

Datos: nombre de la empresa, dirección, número de teléfono, fax, identidad y publicidad de la empresa.

Este formato lleva un par de dobleces para obtener una tarjeta pequeña, en la cual se incluye algo de publicidad de la empresa; en la parte trasera queda un espacio que puede utilizarse para calendario o texto de interés general

4. Sobre

Medidas: 10,5 x 24.1

Datos: identidad, razón social, dirección, número de teléfono y fax.

El sobre se emplea en envíos de cartas y cualquier otra información; en éste la distribución del texto y de la identidad serán muy similares a los de la hoja membretada.

CONCLUSIONES.

Desde que el hombre creó los primeros trazos, surgió una revolución que él mismo ha manipulado, de acuerdo a sus necesidades de expresión. El material impreso surgió conforme el progreso lo permitía. Al parejo de los cambios en los medios impresos o de transmisión de mensajes se multiplicaron las diferentes familias tipográficas; algunas con excelentes resultados otras no tanto, sin embargo fueron sentando precedentes para que en la actualidad se manejen infinidad de familias tipográficas.

El oficio de tipógrafo fue en la práctica todo un arte, pues cada letra se hacía a mano y para crearla surgieron diversas inquietudes, sobre todo matemático, donde los cálculos eran sumamente importantes y precisos; al mismo tiempo, antes de usar una letra era estampada en el papel y todos los detalles se realizaban en el mismo hasta lograr todo un alfabeto.

Este alfabeto posteriormente era reproducido; primero, en madera, después mediante un proceso químico y muchas pruebas en metal. Esta empresa, sin duda, marcó de manera significativa el hecho de que la modernidad comenzó a penetrar en una actividad puramente artesanal; es decir, elaborado manualmente y no era sometido a una producción en serie; por lo mismo, al penetrar el metal en este oficio, la demanda de impresos aumentó y con ella la necesidad de producir más tipografía, hicieron que se convirtiera en un objeto artesanal con una producción masiva.

El avance acelerado llevaría a pensar que la tipografía se vio generada a un ritmo desenfrenado en el cual la producción era lo más importante. Tal vez una parte fue así, pero sin duda la otra hablaría de la disposición de caracteres para un uso más acertado; además era notorio que algunas de estas producciones cuidaron mucho la creación de nuevas familias.

Algunas muestras tipográficas no dejarán mentir acerca del proceso citado, ya que, por un lado, la producción masiva de tipos también presentaba caracteres llenos de líneas elegantes, sutiles y agradables, mismas que actualmente son usadas con sumo cuidado. Con el paso de los años y con la trayectoria que tomo la tipografía, es posible percibir la estrecha relación entre los sucesos históricos y sociales con el desarrollo de la tipografía, pues esta claro que conforme la sociedad iba creciendo, la elaboración de letras también lo hacía; es decir, se mantenía un lazo de unión manifestado en las diferentes formas adquiridas y en los cambios manifestados en este arte.

La tipografía creció a un ritmo acelerado y como los avances fueron cada vez mayores, este arte fue en ocasiones retomado como instrumento de protesta o la forma más directa de promover, distinguir o resaltar algo. Se puede citar como ejemplo la letra gótica que fue usada por los nazis, gracias al fuerte impacto visual que causaba y porque recordaba caracteres usados en épocas pasadas.

Como este ejemplo pueden surgir muchos más. La tipografía era muy participativa; además, era innegable su manejo o en cierto sentidos, pues para ello fue creada; es decir, debe transmitir ideas y otros mensajes.

En ese desarrollo surgieron inquietudes protagonizadas por la tipografía: diseñadores y artistas vieron en ella un modo de expresión que no se había tomado en cuenta; así, se formaron diversos movimientos ya citados en los que finalmente la sacrificada era la tipografía.

Las propuestas estuvieron condicionadas por diversos criterios: como la falta de cultura entre la gente que permitiera realizar reformas positivas.

Estos movimientos sentaron las bases que sustentaron al diseño tipográfico, también apareció un sinnúmero de caracteres fuera de toda realidad pero controlados por los cánones ya establecidos. Esto no se quiere decir que el diseño tipográfico esté ligado de manera muy estricta a reglas, aunque es importante destacar que los cánones establecidos surgieron por un motivo, cuya importancia llegó hasta el presente. También sirvieron para crear, modificar y formar una nueva letra; por ello, estos preceptos no echan en saco roto la espontaneidad, el azar y lo novedoso e inusitado.

Se puede decir que la tipografía fue marcando caminos nuevos y alternativas finalmente retomadas y consideradas actualmente como novedosas. Al recurrir a la historia se puede notar que a partir de los ochenta no se ha sentido un gran precedente que marque la historia de la tipografía como lo hicieron los 20s, 50s y 70s.

El hecho de que el hombre manipulara la tipografía también mostró grandes fallas, por así llamarlas, más bien serían experimentaciones que no surtieron el efecto deseado, pues finalmente no contenían el más mínimo indicio de diseño; gracias a esos ensayos, hoy se puede disponer de enormes posibilidades expresivas.

Se puede distinguir a la tipografía como el elemento más participativo después de la imagen. No obstante, en este trabajo, se realizó una búsqueda primero en la historia y luego en las tendencias más jóvenes para contestar la pregunta: ¿la imagen era más importante que la tipografía?

Al hurgar en la historia social, artística y de la tipografía se pudo encontrar como la tipografía fue tomando parte de esta historia para integrarse a ella. La tipografía es sin duda muy importante, aunque la imagen es más potente pues representa un pequeño extracto de la realidad que queda plasmado mediante alguna forma de representación. Mientras la tipografía -como símbolo y como signo- muestra otra parte de la imagen, pero no puede competir abiertamente con ella, ya que la primera llega a un número ilimitado de personas; en cambio la tipografía se muestra reservada para aquellos que poseen cierta cultura o capacidad de leer esos signos.

Lo anterior a la tipografía en términos de comunicación, sin embargo, gracias a que se han desarrollado técnicas nuevas y recursos para la tipografía, ésta ha podido ganar más de terreno en cuanto al número de lectores. Surgen nuevas posibilidades expresivas y comunicativas; un ejemplo es la tipografía creativa, la cual dio lugar al presente trabajo; pues se pudo llegar a varias conclusiones: por una parte, la tipografía creativa estableció que era posible manejar un tipo, una palabra o frase para reafirmar su mensaje; ésta fue una de las premisas de este trabajo.

Las experiencias con múltiples muestras y consideraciones parecían fortalecer la idea anterior; no obstante la generación de la tipografía creativa, no surgió instantáneamente sino que fue posible gracias a un estudio muy generoso de la letra y del mensaje que se pretendía transmitir; esto se pudo comprobar con base en el rediseño de una identidad corporativa.

Las ventajas que suponía la tipografía creativa se presentaban como inagotables y muy diferentes. A pesar de dichas opciones, cuando se determinó la agenda de trabajo y el proceso llevaba un cierto avance, las ideas fueron útiles y se centraron en un principio en la tipografía, y surgían alternativas diversas pero no con tipografía, hasta que al recurrir a interrogantes que mostraran un poco más las necesidades, las ideas se encaminaron hacia la tipografía. Esto paso porque se solía trabajar con imágenes; trabajar enteramente con tipografía fue otro proceso el cual llevó a percibir y rescatar detalles para elaborar una lustración, cambiar el fondo, adherir una textura, etcétera.

Con la tipografía se encontró que si bien se puede echar mano de esos recursos; no se pueden ubicar muy a la ligera. Asimismo con la imagen el mensaje se presta a más interpretaciones; con la tipografía se necesita más detalle y mucha más práctica, la cual sin duda se da por la experiencia y una definitiva observación.

También sería necesaria la creatividad, aunque no se pretende usar este término en sus exactas dimensiones, dado que se prestaría a innumerables comparaciones y conjeturas ajenas al objetivo principal en este trabajo. Ese término abarca muchos más campos. Se decidió recurrir a él para comprender que la tipografía creativa se vale de muchos recursos dependientes del diseñador y su experiencia para llegar a un buen final. La creatividad quedaría en representación de la aplicación de cualidades diferentes que aportaran un resultado distinto a lo obtenido habitualmente.

Para señalar un éxito en cuanto a que la tipografía marca e impresiona más que la imagen, es posible por las características que la tipografía presenta. La modificación de uno u otro carácter obliga a tomar en cuenta factores exteriores, como el cliente y sus necesidades más inmediatas y un análisis más completo para ubicar exactamente lo que se requiere. Seguramente la imagen también necesita este estudio, pero es sin duda es más patente la condición anterior en la tipografía.

Por lo anterior, la tipografía si puede llegar a igualarse con la imagen, aunque, siempre habrá detalles de la segunda que superen a la primera. Por ejemplo, la imagen extrae de la realidad sus potenciales, inclusive las ilustraciones icónicas muestran un fragmento de esa realidad; inversamente, la tipografía expresa ideas mediante signos, lo que en un momento dado puede convertirse en una imagen es la misma letra y sus capacidades se centrarían en potenciar de manera especial el contenido mediante la aplicación de un sinnúmero de técnicas para arreglar la letra y buscar una representación más adecuada del concepto.

Finalmente la tipografía creativa ayuda a mejorar aplicaciones gráficas. En este caso, se mejoró notablemente el aspecto de una identidad corporativa.

Mediante algunas líneas y la alteración estructural del tipo hicieron posible generar una alternativa más agradable; por lo tanto, la tipografía creativa permite hacer casi cualquier modificación para cambiar una aplicación.

La tipografía creativa y la imagen no están en contienda y puede funcionar individual o conjuntamente. Asimismo, la tipografía creativa es capaz de generar imágenes a partir de la estructura de la letra y funcionar como la imagen.

Algunos inconvenientes que se pudieron definir se refieren al conocimiento para leer lo que dice la tipografía en carteles informativos donde se necesita una rápida lectura. Si las personas no supieron leer o escribir carecerían de esta información; sin embargo, cabe la posibilidad de modificar el tipo y generar una imagen que ayudará a ilustrar el sentido o la idea que se pretenda transmitir.

La tipografía creativa tiene algunos límites, pese a ello puede resolver exitosamente una mayoría de aplicaciones. Los soportes gráficos son más accesibles e interesantes si se les aplica un tratamiento con tipografía creativa.

Se puede considerar a la tipografía creativa como una herramienta que posee el diseñador para originar aplicaciones más accesibles y novedosas.

La tipografía creativa proporciona más soluciones para trabajos en donde se requiera resaltar o llamar la atención y se presenta como una alternativa en la cual se utiliza para cambiar o mejorar el aspecto de una determinada idea

La tipografía creativa se involucra de una manera determinante con la idea que se está manejando a fin de resolver y cambiar notablemente el aspecto de cualquier aplicación y las diversas soluciones que ofrece siempre representarán una idea original y nueva porque el tratamiento es único

La tipografía en diseño gráfico toma un papel muy importante, puesto que se involucra totalmente con el trabajo a realizar; sin lugar a dudas, la tipografía desempeñará siempre un papel fundamental en todos los soportes gráficos; no sólo por el uso de la misma, sino porque de ella depende el éxito de cualquier tipo de mensaje.

Las necesidades creativas para diseño involucran cada vez más a todos los elementos que lo conforman, y ya no son aislados, ahora se involucran tipografía dibujo, ilustración, etcétera, para formar un todo y establecer un diseño muy creativo y con mucha presencia e impacto visual.

Este trabajo estableció primeramente una base teórica fundamental para después llevar a cabo lo que finalmente sería la tendencia más reciente: la tipografía creativa. Sin embargo, la tipografía seguramente no se limitará hasta este momento, porque sus posibilidades son muchas y muy diversas y finalmente con su uso se pudo comprobar que si se explota adecuadamente, no sólo mejorará la idea del soporte gráfico, sino que optimizará la comunicación y ayudará a realizar trabajos con más calidad expresiva.

ANEXO 1

Hoja membretada



JOVEN PROMOCIONAL S.A DE C.V.

Fabricantes de **relojes**
de pared
decorativos y promocionales.
Distribuidores de mecanismo
de cuarzo
para relojes de pared.

Turín 41 #13 Col Juárez.
c.p. 06600 México, D.F.
Tel 535-9884.
Fax/Phone 535-9741
Planta Fax / Phone 812-1206

Factura


Joven Promocional, S.A de C.V.

Turin 41 # 13 Col Juarez. c.p 06600 México, D.F.

Tel 535-9884. Fax/Phone 5359741

Planta: Fax/Phone: 812-1206.

Nombre de la Compañía		Contrato de Compra No	
Nombre Ejecutivo del Cliente		Cargo	
Dirección		C.P.	
Población	Telefono	Fecha	Fecha de Entrega
Consignarse a:		Por concepto de:	
Transporte	Empaque	I.A.B	

Parte	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Importe
				
			Subtotal	
			I.V.A.	
			Total	
			Anticipo	
			Saldo	
			Total	

..... Autorización Ejecutivo Joven Promocional, S.A de C.V. Joven Promocional Ventas Nombre Ejecutivo del Cliente
----------------------------------------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------

Condiciones de Venta

- *Nuestros agentes están autorizados a recibir el 50% de anticipo de este contrato por ser pedido especial con cheque o giro a nombre de Joven Promocional S.A de C. V.
 - *Ningún artículo o servicio o contrato especial podrá ser reducido ni cancelado sin autorización de Joven Promocional, S.A. de C.V.
 - *Todo pedido queda sujeto a la aprobación de la gerencia a la rectificación de errores de cálculo.
 - *No reconocemos ninguna oferta verbal de nuestros agentes que no aparezca en el contrato.
 - *Las cantidades entregadas podrán fluctuar en un 5% por arriba o por abajo de la cantidad contratada y el cliente acepta expresamente esta cláusula.
 - *Los precios son contados libre a bordo en nuestras instalaciones. Los gastos de embarque y empaque especial serán cuenta del comprador.
- La fecha de entrega es un compromiso por parte nuestra y se hará todo lo posible por cumplirla, sin embargo por causas no previstas ésta puede variar y daremos aviso oportuno para evitar perjuicios.

Tarjeta de presentación.
(extendida)

¿Usted ya hizo su pedido?
Joven Promocional, S.A de C.V.



FABRICANTES DE RELOJES DE PARED DECORATIVOS Y PROMOCIONALES.

DISTRIBUIDORES DE MECANISMO DE CÍARZO PARA RELOJES DE PARED.
ADEMÁS TODO LO QUE USTED NECESITE EN SERIGRAFÍA:

CALENDARIOS.
AGENDAS
RELOJES DE PULSO
BOLIGRAFOS
LLAVEROS
ENCENDEDORES.
RELOJES DE MESA

TENEMOS ADEMÁS
UN DEPARTAMENTO DE ARTE PARA DESARROLLAR SUS IDEAS,
RECEPCIÓN POR FAX DE SUS TEXTOS,
TAMBIEN SE PONE A SUS ÓRDENES OFRECIENDOLE LOS SERVICIOS DE:
ORIGINALES MECÁNICOS
TIPOGRAFÍA
DUMIES
FOLLETOS, ETC

Martín García V.
Gerente Gral.

Turin 41 # 13 Col Juárez.
c.p 06600 México, D.F.
Tel 535-9884. Fax/Phone 5359741
Planta: Fax/Phone: 812-1206.



FABRICANTES DE RELOJES DE PARED DECORATIVOS Y PROMOCIONALES.

Turin 41 # 13 Col Juárez.
c.p 06600 México, D.F.
Tel 535-9884. Fax/Phone 5359741
Planta: Fax/Phone: 812-1206.

Tarjeta de presentación.
(extendida)

¿Y usted ya hizo su pedido?
Joven Promocional, S.A de C.V.



FABRICANTES DE RELOJES DE PARED DECORATIVOS Y PROMOCIONALES.

DISTRIBUIDORES DE MECANISMO DE CUARZO PARA RELOJES DE PARED.
ADEMÁS TODO LO QUE USTED NECESITE EN SERIGRAFÍA:

CALENDARIOS.
AGENDAS
RELOJES DE PULSO
BOLÍGRAFOS
LLAVEROS
ENCENDEDORES.
RELOJES DE MESA

TENEMOS ADEMÁS
UN DEPARTAMENTO DE ARTE PARA DESARROLLAR SUS IDEAS,
RECEPCIÓN POR FAX DE SUS TEXTOS,
TAMBIÉN SE PONE A SUS ÓRDENES OFRECIÉNDOLE LOS SERVICIOS DE:
ORIGINALES MECÁNICOS
TIPOGRAFÍA

DISTRIBUIDORES DE MECANISMO DE CUARZO PARA RELOJES DE PARED.
ADEMÁS TODO LO QUE USTED NECESITE EN SERIGRAFÍA:

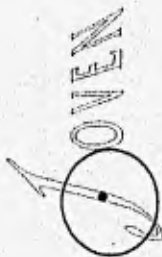
CALENDARIOS.
AGENDAS
RELOJES DE PULSO
BOLÍGRAFOS
LLAVEROS
ENCENDEDORES.
RELOJES DE MESA

TENEMOS ADEMÁS
UN DEPARTAMENTO DE ARTE PARA DESARROLLAR SUS IDEAS,
RECEPCIÓN POR FAX DE SUS TEXTOS,
TAMBIÉN SE PONE A SUS ÓRDENES OFRECIÉNDOLE LOS SERVICIOS DE:
ORIGINALES MECÁNICOS
TIPOGRAFÍA
DUMILS
FOLLETOS, ETC

Martín García V.
Gerente Gral.

Turin 41 # 13 Col Juárez.
c.p 06600 México, D.F.
Tel 535-9984. Fax/Phone 5359741
Planta: Fax/Phone: 812-1206.

Sobre



JOVEN PROMOCIONAL S.A DE C.V.

Turín 41 #13 Col Juárez.
c.p. 06600 México, D.F.
Tel 535-9884.
Fax/Phone 535-9741
Planta Fax / Phone 812-1206

Fabricantes de relojes de pared decorativos y promocionales.
Distribuidores de mecanismo de cuarzo para relojes de pared.

APÉNDICE 1

Consideraciones técnicas de los Procesos de Reproducción tipográfica.

Desde los primeros tipos móviles utilizados en Japón, hasta los modernos procesos por computadora, las máquinas de impresión han sufrido muchos y diversos cambios; las técnicas para imprimir también mejoraron a grandes pasos. Actualmente este desarrollo ha significado innumerables progresos para el diseño gráfico y, por supuesto, para la tipografía.

En esta parte se seleccionaron sólo los procesos de reproducción tipográfica, pues la tipografía es el motivo de este trabajo inicialmente, se presenta un cuadro descriptivo de las máquinas, las planchas y su forma de producirlas; en seguida se presenta una explicación muy general del procedimiento, porque es imposible en unas cuantas páginas describir minuciosamente cada proceso.

De los anteriores métodos, algunos han caído en desuso, otros gozan todavía de usuarios. Esto nos significa que deban ser ignorados pues sin duda forman parte de una historia y de un procedimiento de trabajo. También siguen sirviendo para producir interesantes formas artísticas que poseen una belleza incalculable, imposibles de igualar.

Algunas de estas máquinas son utilizadas para pequeños tirajes, otras soportan tirajes muy grandes; se les han incorporado nuevas funciones como la computadora, que también ayudan a realizar tareas que antes tomaban mucho tiempo.

No se incluye la computadora como una máquina para producir específicamente tipografía porque ésta sólo es una herramienta para manipularla, editarla y otras tareas afines; por otro lado, en la impresión es auxiliada por otras máquinas para imprimir como el offset, de modo que no es necesario detallarla en esta sección; en cambio, las máquinas que se enumeran y su proceso están ligadas directamente a la impresión tipográfica; además de que forman parte de la historia de la letra.

No se pueden omitir los anteriores, porque se perdería la secuencia de la historia de la tipografía. Del mismo modo este conocimiento sirve al diseñador gráfico para elegir la máquina que pueda utilizar para un trabajo específico. Por supuesto, esta sección no pretende ser una guía, pues se mencionan tan generalmente que es imposible hablar detenidamente de cada una.

La impresión tipográfica se realiza en relieve, al cual, se le aplica tinta, la forma en donde se va a imprimir queda sobre el anterior, el tipo se entinta manual o mecánicamente, posteriormente mediante una presión uniforme se realiza la impresión.

IMPRESIÓN TIPOGRÁFICA.

Máquinas para impresión tipográfica¹⁰²
1. Minervas (prensa plana)
2. Máquinas Planas. (máquinas de offset)
3. Rotativas.
Planchas de impresión tipográfica
Fotograbado
1 De línea.
2. Medias tintas (tono continuo)
3. Magnesio
Reproducción de planchas tipográficas
a) Electrotipia
b) Estereotipia

Máquinas para la impresión tipográfica.

1. MINERVAS.

La minerva es una prensa de pequeñas dimensiones, sirve principalmente para imprimir etiquetas, hojas de propaganda, facturas e impresos comerciales, entre otros. Las dimensiones varían desde los 8.25 centímetros hasta los 127.00 centímetros según el modelo.

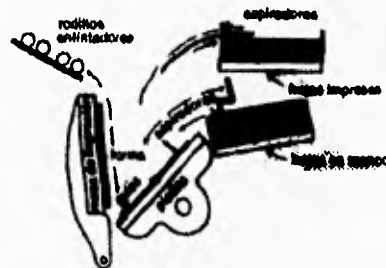


FIG 146

Características: imprime la forma de una sola vez, lo cual facilita la rapidez del trabajo. Existen minervas automáticas y manuales, algunas de ellas son automáticas y se utilizan para imprimir y para cortar, cajas de cartón y otros trabajos similares. Estas máquinas son muy prácticas para imprentas pequeñas; su calidad es buena, aunque su tiraje es limitado por la corta duración de la matriz, ya que con cada impresión va sufriendo un desgaste; sin embargo, el resultado es de buena calidad.

En la minerva, el procedimiento de impresión es el siguiente: se pone cierta cantidad de papel mientras la forma o molde va fijado a una placa plana llamada platina; sobre ella corren rodillos entintadores antes de cada impresión. Las hojas se colocan en una segunda placa llamada platina oscilante que presiona contra la

¹⁰² Karch. *Op.cit.* p.236-285.

forma o molde, de esta manera se realiza la impresión. La figura 146 muestra el proceso esquemáticamente.

2. MÁQUINAS PLANAS.

Las dimensiones de esta máquina aumentan en relación al trabajo que realizan. Estos aparatos son mucho mayores que las minervas. Su producción también tiene mucha más calidad. Reciben su nombre porque no imprime de una sola vez toda la forma; la plasma por partes de acuerdo al giro del cilindro impresor, mientras la forma avanza. Después de realizada la impresión, el cilindro sigue girando, y es levantado mecánicamente para regresar la forma a su posición original. Esta es removida para su limpieza. Generalmente, las máquinas planas imprimen una hoja a cada segunda revolución del cilindro de impresión. La figura 147 muestra el proceso.

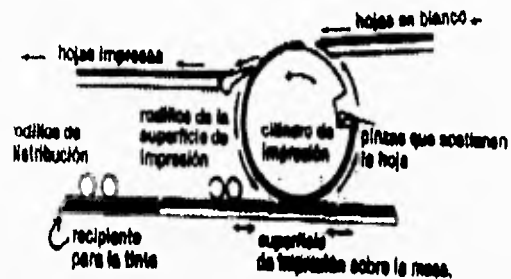


FIG 147

Después de realizada la impresión, el cilindro sigue girando, y es levantado mecánicamente para regresar la forma a su posición original. Esta es removida para su limpieza. Generalmente, las máquinas planas imprimen una hoja a cada segunda revolución del cilindro de impresión. La figura 147 muestra el proceso.

3. ROTATIVAS.

Estas máquinas tienen sus planchas impresoras cilíndricas, giran con movimiento circular continuo a gran velocidad. Las hay tipográfica, de offset, de hueco grabado, entre otras. Utilizan procesos más complicados y sus dimensiones son mucho mayores, su uso es común en periódicos y revistas, pues soportan tirajes muy grandes. Las tipográficas (fig. 148)

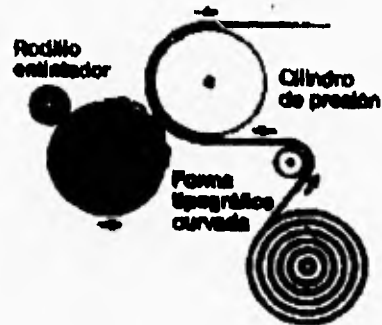


FIG 148

constan de dos cilindros, uno portador del molde y otro que presiona el papel sobre el anterior. Una vez impreso, el material puede ser doblado y cortado en la misma máquina, así como formar cuadernos y coserlos o engomarlos.

Las rotativas de offset (Fig. 149) imprimen ambas caras de la hoja y poseen dos cilindros impresores a varias tintas; las grandes rotativas modernas llevan el papel en la parte inferior; en una segunda planta están los elementos impresores y en la parte superior se encuentran los dobladores, si se trata de rotativas para imprimir periódicos. Este proceso quizá ya no sea tipográfico pero se menciona porque forma parte de la familia de las prensas.

En las prensas de huecograbado, (Fig. 149) las imágenes son transferidas al papel mediante un rodillo que tiene en su superficie las deformaciones de texto o imagen, las cuales son impregnadas de tinta. Los avances han permitido que a este proceso se le haya agregado la fotografía y la prensa sea alimentada por un rollo de papel. Este

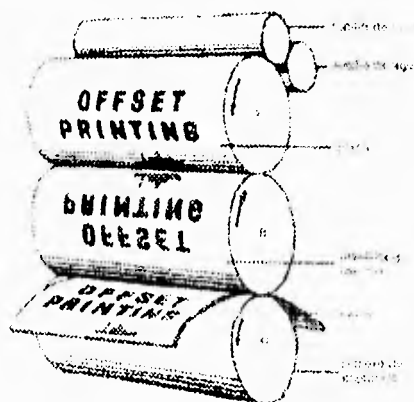


FIG 149

proceso recibe el nombre de rotograbado. Sus etapas son: el cilindro se trata con ácido, luego pasa a través de un baño de tinta en su superficie, la cual es limpiada para quitar el exceso; el papel se encuentra en un rodillo que gira y va haciendo presión. Así se realiza la impresión.

La impresión tipográfica

...a demostrado su capacidad para producir un trabajo de calidad excelente tanto en blanco y negro como en color, en prensa de cama plana que pueden ajustarse y alistarse para satisfacer las demandas de calidad del más exigente usuario de la imprenta.¹⁰³

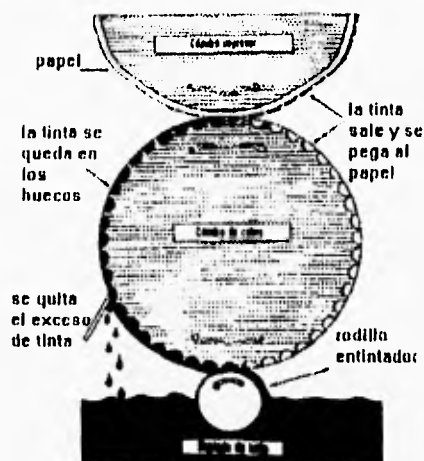


FIG 150

PLANCHAS PARA LA IMPRESIÓN TIPOGRÁFICA.

1. FOTOGRAFADO.

Es un proceso que se emplea en impresión tipográfica para realizar las ilustraciones, principalmente se producen previo original. Existen 3 tipos de fotografiado: de línea, medias tintas o tonos continuos y magnesio. El fotografiado reproduce mediante la fotografía un dibujo, foto, etcétera sobre planchas de cinc o cobre para que pueda ser impreso.

¹⁰³Tumbull, Op.cit., p 59.

Mediante una cámara fotográfica especial se obtiene un negativo que se copia por contacto sobre la placa, la cual se trata con ácido a fin de dar relieve a los trazos que constituyen el dibujo. Al fotograbado son también aplicables los principios de fotocromia¹⁰⁴ para reproducir tricromías; así se obtienen los clichés separados de los colores fundamentales; al superponerlos con sus tintas correspondientes en la impresión tipográfica se logra toda la gama de colores.

A). FOTOGABADO DE LÍNEA.

Algunas ilustraciones en impresión tipográfica son de tonos sólidos, es decir en blanco y negro; éstos son denominados dibujos de línea. Se utilizan principalmente para dibujos a tinta, rotulados hechos a mano y fotografías o copias fotostáticas. Su proceso es el siguiente: primero se toma una fotografía del original y se obtiene un negativo para la reproducción. Se acostumbra siempre ampliar o reducir para minimizar las manchas que pudieran estar en el original, también para observar si tiene una buena calidad y no se empasta al reducirla porque sus líneas pueden ser muy anchas o delgadas y requeriría de rectificar el original

El negativo que se obtiene será oscuro en el área de no impresión y claro en el área de impresión. Esta imagen será transferida a una placa metálica sensible a la luz; de esta manera la placa será corroída donde llevará tinta y dejará sin sensibilizar el área que no interesa. Es conveniente entregar el original lo más limpio posible, pues la cámara tiene una alta definición y cualquier polvo o mancha afectaría la calidad del impreso entregado.

B) FOTOGABADO EN TONOS CONTINUOS

Esta reproducción consiste en reproducir mediante tramas o rejillas¹⁰⁵ los tonos que aparecen en las ilustraciones. Éstas vienen dispuestas con un número determinado de puntos, mediante ellas se da la ilusión óptica de una gama de tonos.

El proceso es el mismo para el fotograbado de línea, sólo que el negativo se descompone en miles de puntos por la rejilla que se antepone. Según sea la medida de la trama, será la calidad del impreso; además también influye en la profundidad del mordido de la lámina; Este llega a tener un mínimo de 0.050 a 0.076 mm. El original puede requerir una trama diferente según el efecto y la calidad que se desee, además de conseguir diferentes efectos para las fotografías. Las tramas van de 55 a 175 líneas por pulgada.

C) FOTOGABADO DE MAGNESIO

Estos grabados son de una creación reciente; se ha descubierto que el magnesio es más durable, más económico y menos caro que el cobre. Se pueden sacar más matrices, pues el metal tiene mayor dureza; el procedimiento es el mismo que el de los tonos continuos, aunque requiere menos tiempo para procesarlo, por lo cual se emplea mucho más que el cobre o zinc.

¹⁰⁴ Procedimiento fotográfico que proporciona imágenes que pueden contener los colores necesarios para realizar la impresión

¹⁰⁵ Se utilizan en las cámaras fotomecánicas para transformar un original de tono continuo en puntos desde el blanco al negro pasando por la escala de grises.

REPRODUCCIÓN DE PLANCHAS PARA LA IMPRESIÓN TIPOGRÁFICA

1. ELECTROTIPIA (GALVANOPLASTIA)

Esta es una técnica que consiste en sobreponer una capa de metal sólido disuelto en un líquido valiéndose de corrientes eléctricas. Se emplea generalmente el cobre, y una pila galvánica o una cuba electrolítica como la que se muestra en la Fig. 151.

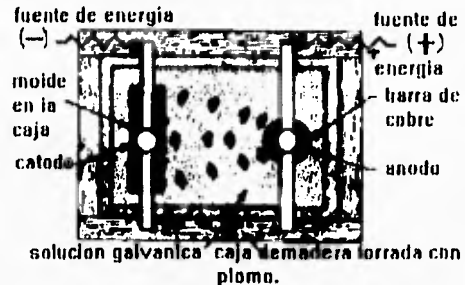


FIG 151

El objeto a revestir de metal se coloca en el polo negativo, mientras en el polo positivo se coloca la lámina del material destinado a recubrir; ambos permanecen sumergidos en una solución de sulfato de cobre. La placa se disuelve en esta solución y se va depositando en el polo negativo. También, se utiliza el níquel para realizar este proceso, el cual proporciona más durabilidad a la plancha y resiste más tiradas¹⁰⁶.

Después que el metal se ha depositado en el molde se desprende vertiendo agua hirviendo, con lo que se desprende una capa de cera que se pone en un principio. Se coloca boca abajo y se le incorporan unas tiras de estaño, se vierte plomo el cual se impregna y se seca; una vez seco se procede a la afinación; para retocar y darle la altura deseada, se monta en una base de madera o en acero; también se le puede dar forma curva para utilizarse en rotativas.

2. ESTEREOTIPIA.




Este es otro procedimiento para producir planchas tipográficas; consiste en estampar en un cartón húmedo el motivo a reproducir, llamado Matriz, una vez tratada se deja secar. Una vez que perdió la humedad se le vierte una aleación de estaño, antimonio, plomo; se deja secar también; una vez concluido este proceso se obtiene la plancha.

Su principal uso es la producción de diarios, ya que posteriormente se les puede dar una forma curvada para montarse en el cilindro de la rotativa. Son muy prácticas y se pueden manejar inmediatamente. También se les puede sujetar a una base de madera o de metal para producir más estereotipos o imprimir.

¹⁰⁶ Es el total de ejemplares impresos para una edición de cualquier material a imprimir.

GUÍA DE COLOR.

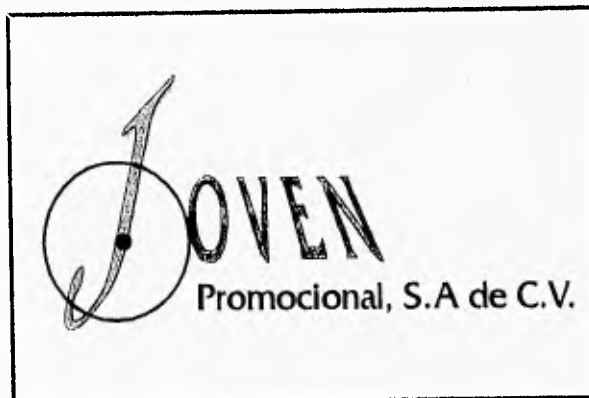
Pruebas a color. Cuadro 37.

JGVEN	JOVEN	JOVEN
		
J J J J J J O O O O V V V V V V E E E E E E Z Z Z Z Z Z	J J J J J J O O O O V V V V V V E E E E E E Z Z Z Z Z Z	J J J J J J O O O O V V V V V V E E E E E E Z Z Z Z Z Z

Cuadro 38.

JGVEN		J J J J J O O O O V V V V V V E E E E E E Z Z Z Z Z Z
-------	-------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Producto final



REFERENCIA DE ILUSTRACIONES

- Fig. 1, 4, 7, 10, 33, 55-57. Fioravanti, Giorgio, *Diseño y reproducción* p.13, 66, 177, 185, 173, 175.
- Fig. 2, 76, 85,-87 Blanchard Gerard, *Enciclopedia: la Letra* p.246, 57, 77-79.
- Fig. 3. Turnbull T Arthur, *Comunicación gráfica* p.27.
- Fig. 5, 41, 74-80. Scarfe, Laurence (Comp) *Alphabets*. p.85, 48, 65, 49, 92, 93, 54, 98.
- Fig. 6, 61, 98, 101, 107, 109, 111, 113, 115, 116-121 Blackwell Lewis, *La Tipografía del siglo XX* p.41, 242, 246, 132, 152, 245, 191, 203, 202.
- Fig. 8. *Enciclopedia del arte* Salvat tomo 23 p.2268.
- Fig. 9. *Visual Magazine de diseño*. p.18.
- Fig. 11. Mtez Leal .L, *Treinta siglos de tipos y letras*. p.19.
- Fig. 12-22, 47-53, 35-40 Rüeg Ruedi, *Basic typography* p.12,13
- Fig. 23-28, 43, 54, 60, 81-83, 86, 88, 90, 94, 97, 99, 100, 103-106,110,112,114. *Catálogo Letraset*.
- Fig. 29. Mc Lean Ruari, *Manual of typography* p. 75.
- Fig. 30-32, 34, 44-46, 58-59, 63-73, 91-93, 95, 96. Frasinelli C, *Tratado de arquitectura tipográfica* p.177, 193, 176, 180, 193, 183, 184, 187, 188, 191, 192, 194.
- Fig. 42, 62, 89. Solomon Martin, *El arte de la tipografía* p.71, 68, 119.
- Fig. 84 Karch R, *Manual de artes gráficas* p.58.
- Fig. 102 Fuente *True Type* de Catálogo por Computadora.

Ilustraciones del Apéndice

- Fig. 145, 150, 151. Karch R, *Manual de artes gráficas*. p. 16, 281, 252
- Fig. 146,147,149 Turnbull, Arthur, *Comunicación gráfica* p. 58, 48.
- Fig. 148, 152. Fioravanti. G *Diseño y reproducción* p. 137, 131.

BIBLIOHEMEROGRAFÍA.

- BEAUMONT Michael. *Tipo y Color*, Madrid, Hermann Blume, 1988.
- BELTRÁN Felix. *Letrografía*, La Habana, Pueblo, Cuadernos de Periodismo. 1938.
- BLACKWELL Lewis. *La tipografía del siglo XX*. Barcelona, Gustavo Gilli, 1993.
- BLANCHARD Gerard. *Enciclopedia de diseño: la letra*, España, CEAC, 1990.
- COSÍO Villegas, Daniel.(Comp) *Historia General de México*, México, Colegio de México. Tomo 2, 1981.
- DE LA TORRE Villar Ernesto y Gómez Arturo. *El Libro en México*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, 1970.
- DODD Eugenie y Maggie Gordon, *Tipografía Decorativa*, Barcelona, Gustavo Gilli. 1994.
- DONDIS Andrea, *La sintaxis de la imagen*. Barcelona, Gustavo Gilli, 1973, Col. comunicación visual.
- ESCUELA PROFESIONAL SALESIANA. *Tecnología Tipográfica*. Tomo 1. Madrid, EPS. 1976.
- FERNÁNDEZ Ledezma Enrique, *Historia crítica de la tipografía en la Ciudad de México*, México, Palacio de Bellas Artes, 1934-35.
- FIORAVANTI Giorgio. *Diseño y reproducción. Notas históricas e información técnica para el impresor y su cliente*, Barcelona, Gustavo Gilli, 1988.
- FRASSINELLI Carlo, *Tratado de arquitectura tipográfica*, Madrid, Aguilar, 1951.
- GERSTNER Karl, *Cómo diseñar Programas*, Barcelona, Gustavo Gilli, 1979.
- GONZÁLEZ Blackaller Ciro E. *Síntesis de Historia Universal*, México, Herrero, 1969.
- KARCH R. Randolph, *Manual de artes gráficas*, México. Trillas, 1990.
- LEWIS John, *Principios básicos de la tipografía*, México. Trillas, 1974.
- MARCH Marión, *Tipografía creativa*. Barcelona, Gustavo Gilli, 1991.
- MARTINEZ De Souza José, *Diccionario de tipografía y del libro*, Madrid, Paraninfo, 1981.
- MARTINEZ Leal Luisa, *Treinta Siglos de Tipos y Letras*. México, UAM, Azcapotzalco, Tilde,1990.
- MC. LEAN Ruari, *Manual of Typography*. Londres, Thames and The Hudson. 1988.
- MORISON Stanley, *Principios fundamentales de la tipografía*, Madrid, Aguilar,1957.

MÜLLER- Brockman, Josef, *Sistemas de Reticulas. un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona, Gustavo Gilli, 1982.

PARRAMON José, *Cómo dibujar letras y logotipos*, Madrid, Parramón, 1991.

PIJOAN y Soteras, José, *Enciclopedia diccionario Salvat*, México, Salvat Editores, 1977. Tomos 1,2,5,6,7,8,11,12.

PIJOAN y Soteras, José, *Enciclopedia de historia del arte*, México, Salvat Mexicana, 1976. Tomos 6, 11,12, 21, 22.

PIJOAN y Soteras, José, *Enciclopedia de historia universal*, Barcelona, Salvat Editores, 1980. Tomos 2,5,4.

EDITORIAL HERDER, *Enciclopedia diccionario herder*, Barcelona, Herder, 1965.

RUDE Emil, *Manual de diseño tipográfico*, Barcelona, Gustavo Gilli, 1983.

RÜEGG Ruedi, *Basic typography design with letters*, Barcelona, Gustavo Gilli, 1989.

SOLOMON Martin, *El arte de la tipografía. Introducción a la tipografía*, Madrid, Tellus, 1988.

SCARFE Laurence (comp), *Alphabets*, Inglaterra, Batsford, 1954.

SWAN, Alan, *Cómo diseñar retículas*, Barcelona, Gustavo Gilli, 1990.

TURNBULL.T. Arturh, y Russell T BAIRD, *Comunicación gráfica, tipografía, diagramación, diseño, producción*, México, Trillas, 1982.

VISUAL Magazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación, año III N° 14, . Madrid MADIVI, S.L. 1989.