

5
00265

Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela Nacional de Artes Plásticas

Academia de San Carlos

Limitaciones formales a la manipulación tipográfica

Omar Lezama Galindo

Directora de Tesis
Mtra. Luz del Carmen Vilchis Esquivel

28675

México D.F. • Diciembre • ~~MM~~

2001



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.

*A mis Padres,
a Natalia*

*Un agradecimiento especial al
Mtro. Francisco Calles, a Claudia y Luci.*

Indice

Introducción	1
Capítulo 1	
Tipografía en texto continuo	
1.1 Trazos manuales	3
1.2 Texto continuo	7
1.3 Como ornamento	19
1.4 Como información visual	25
Capítulo 2	
Texto como unidad interpretable	
2.1 Percepción	31
2.2 Texto	39
2.3 Interpretación	51
Capítulo 3	
Estructura	
3.1 Fuentes	61
3.2 Morfología	72
3.3 Proporciones y espacio	82
3.4 Estructura editorial	92
Capítulo 4	
Estudio de caso	102
Conclusiones	124
Bibliografía	131

A decorative graphic consisting of a series of concentric circles arranged in a curve that starts at the top left, goes down to the center, and then curves back up towards the right. The circles are arranged in a way that they appear to be part of a larger, continuous shape.

Introducción

Introducción

El propósito central de este trabajo es destacar las características de legibilidad de la tipografía con relación a la falta de criterios mínimos en su uso dentro de un texto, de la extensión que fuere, como se muestra en un estudio de caso.

La distribución de la investigación inicia con la exposición del problema y conceptos básicos de la tipografía, en este apartado inicial se plantea el problema así como los principios que dan origen a las reglas de legibilidad actuales, es decir los antecedentes que hoy permiten una buena lectura; una vez que revisados los precedentes, en el segundo capítulo encontraremos la exposición de la percepción e interpretación dentro del texto continuo.

Los dos primeros capítulos dan el marco de referencia para que, conociendo cuál es el origen y personalidad de la tipografía dentro del texto, en el tercer capítulo enfrentarnos a la manera de experimentar con la tipografía sin perder, en primer lugar, sus características elementales de legibilidad. Finalmente en el último apartado figura un estudio de caso que destaca errores que quedan sustentados en la información precedente. Esta revisión parte directamente de publicaciones especializadas del diseño de tipografía y manuales para su aplicación.

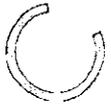
La presente investigación está sustentada en la inquietud generada a partir de la cantidad de medios impresos y virtuales, principalmente aquellos dedicados a lectores de 15 a 35 años, en donde tal parece que llenar de lo que sea al máximo el área disponible o hacerla lo más

introducción complejo de leerla, es la tarea a cumplir, y aunque así fuera, siendo el caso de los medios de divulgación, este trabajo revisa a la tipografía en dirección a los medios, es decir: que para saber cómo manipular, primero hay que conocer la naturaleza de lo que pretendemos controlar.

Un porcentaje muy elevado de cuantos mensajes escritos percibimos a diario y a todas horas, son procesados por computadoras. En muchos de ellos se cometen excesos en su presentación final (para leer) porque el operario, diseñador, publicista o entusiasta no sabe de las características de lo que están manejando, estoy refiriéndome a la computadora misma y a la tipografía.

Comparto que al estar al alcance de cualquiera tanta información podamos interpretarla de acuerdo a nuestros intereses, formación e instrucción previa, así como usar las herramientas como mejor entendamos, ello no es justificación para mal emplearlas, sería más sensato saber sus características y cómo utilizarlas para nuestros fines.

Es una realidad que no podemos controlar que se produzcan más aberraciones con la tipografía, ésta es un recurso gráfico al alcance de todos, no obstante es preciso que, fuera de la expresión plástica, la legibilidad permanezca cumpliendo su función legible.



Capítulo 1



1.1 Trazos Manuales

El antecedente formal más próximo al tipo móvil es la caligrafía, ésta habrá de darnos valores expresivos y estéticos que heredó, en un principio, a la belleza de los tipos móviles y más tarde a los mapas de puntos.

La escritura a mano es una secuencia de ritmos y tendencia de trazo, es la sucesión de una línea en un rastro distinguible en su conjunto para formar una frase. La caligrafía reconoce una emotividad diferente a la letra de molde, puesta en una hoja de papel logra una comunión de rasgos inconsistentes cuya composición en conjunto ofrece a la vista un punto dónde ejercitar el ojo y descansar, cuando los trazos son armoniosos.

Existen manuscritos de tiempos pretéritos, donde el esquema de valor, formal y de orientación era espectacular por las evoluciones de trazo y disposición de la escritura, y lo que menos se podía era leer de manera fluída, se trataba de una estética muy elevada para la escritura y que en algunos textos era sólo el ejercicio y dominio de la técnica, es decir letras intermedias muy pequeñas descifrables por contexto dentro de la misma palabra o por las que la flanqueaban, este fenómeno se originó por el poco espacio vital y la inclinación entre las letras. Los rasgos se volvían monumentales al inicio de un párrafo, determinado esto por la arquitectura de la letra; ya en el cuerpo del texto las tes, jotas, aches, cuando eran minúsculas, daban esa movilidad interna.

La parte monumental de la disciplina son ciertamente las mayúsculas, donde gracias a la variedad de plumillas inclinación del bicel o agudeza

Capítulo 1 de la misma, es que se lograba esa riqueza irrepetible de representación gráfica, al margen del tipo de documento que se tratase.

La razón de estar la caligrafía reservada en la actualidad a tareas artísticas, y para documentos conmemorativos y eventos protocolarios, es que al existir una población de escribanos creciente (lo cual quedó resuelto más tarde con la imprenta de tipos móviles), se hacía inminente la implantación de un tipo de escritura más ágil, es decir la letra de molde, que no por convencional es más rápida; al practicar la escritura manuscrita plasmamos más rápido más ideas aunque sea fragmentadas, y aunque no las entendamos rasgo a rasgo es más sencillo descifrar según contexto más tarde, así que lo que hace la diferencia de aquellos rasgos señoriales frente a la manuscrita, es justo la austeridad de ornamentación.

En el terreno digital mediante los correos electrónicos, si bien el receptor lo lee con atención, la gente escribe telegráficamente por la ansiedad de enviar el mensaje; de esta manera los hábitos de escritura se transforman así que nosotros, al recibir un mensaje, podemos pasar por alto un error de dedo o un ortográfico. Por otra parte esta inercia digital crea un defecto de comunicación creciente que, bajo pretexto de algunos teclados que no cuentan con acentos, se pasan por alto la diéresis, los acentos, la eñe en cualquiera de sus dos variantes, y los signos de admiración e interrogación, que han entrado en una preocupante fase de prescindir del signo inicial. Las características de la escritura son adaptables a cualquier época y situación sin dejar de lado las reglas de la correcta puntuación.

Por cuanto a los errores en caligrafía, algunos trazos sugieren una pauta de dirección o intención, es así como tienen lugar vuelos y remates o adiciones que bien pudieron ser el origen de las serifas o patines de las fuentes que las llevan.

Ese ritmo y estética “naïf” que genera la caligrafía, es un rasgo que puede expresarse por medios digitales, ya como forma terminal o matriz

Capítulo 1 para volver a trazar en algún programa de ilustración, o someterlo a procesos de retoque fotográfico.

El trazo manual contiene un temperamento, que puede realizarse considerando los valores de línea que produce el instrumento de escritura, puede ser también ejecutarse con un fragmento de bambú, que al ser de una consistencia y dureza particular se logran resultados de diferentes características, donde es posible recuperar la agudeza del rastro o remarcar su robustez con practicarle cortes en sesgo a inclinaciones variadas. Existen también las múltiples y caprichosas terminaciones de los modernos estuches de caligrafía, y ya algo menos exquisito lo podemos encontrar en la gama de puntas de fieltro y nylon de rotuladores de puntas redondeadas de distintos grosores. Y de cara a la línea de lo práctico, no olvidemos nuestros infalibles instrumentos de escritura de punto rodante conocidos como bolígrafos.

Las restricciones de la imprenta de tipos móviles y las impresoras láser, por cuanto a la libertad de curso de la caligrafía, ofrecen un hermetismo que confina a pequeños espacios del papel a cada uno de los signos de escritura, y aunque la caligrafía pueda circunscribirse dentro de ese universo digital geometrizado, su estructura formal sensibiliza estéticamente la composición de cualquier documento impreso, logrando así un detalle clásico que denota buen gusto, de esta manera permean analogías de la manera tradicional de trabajar en restirador, al efecto que logramos en el monitor.

“Si tuviéramos que escribir muchas horas al día, como lo hacían los antiguos monjes y escribas, nos preocuparía el confort. La espalda, el brazo, y la mano deben estar relajados, sueltos; de lo contrario, los resultados nunca son satisfactorios y los músculos se agarrotan, con lo cual pasada algo más de media hora, debe dejarse de escribir. Lo ideal es trabajar en una mesa inclinada y con una silla de buena altura que permita la posición vertical de la columna vertebral. El brazo derecho ha de estar apenas

Capítulo 1

separado del cuerpo. La muñeca descansando confortablemente sobre el tablero. Los dedos relajados; el dedo índice ligeramente curvado tocando el útil de trabajo con la punta de la yema. El papel estará escuadrado y la visión deberá dominarlo para que rija el trabajo que se está haciendo. Cuando se encuentra la posición confortable, hay que mantenerla y adquirir el hábito de mover el papel en el cual se escribe hacia la izquierda, en lugar de correr la mano hacia la derecha. La manera de respirar al escribir es muy importante. Hay que respirar exhalando los trazos; la respiración y el movimiento de la mano han de formar una unidad, lo cual da a la letra este encanto flexible, gracioso y armónico. O sea que el diseño caligráfico supone, junto con el saber y el trabajo creativo, una actitud mental, que está en la base misma del arte de la caligrafía.”¹

Al ser este un arte de sensibilidad, la caligrafía nos revela quien ha realizado un trabajo, la grafología por ejemplo estudia los rasgos de escritura e interpreta psicográficamente al ejecutante, y ya desde la antigüedad, las marcas para el ganado y en las obras de artesanía identificaban al autor o propietario. A nuestros días el fenómeno se llama marca registrada, es el logotipo o nombre con el cual identificamos al producto o autor.

1.2 Texto Continuo

En un texto, es donde por primera vez tenemos un encuentro con la tipografía. Dentro de esa mancha irregular de color negro, generalmente identificamos en primera instancia, un grupo de letras aglutinadas de determinada manera, y en un segundo acercamiento tendemos a tratar de identificar los rasgos de escritura.

Un texto es la :“unidad pertinente de comunicación (...), un bloque estructurado y coherente de signos que comprende las intenciones comunicativas de un discurso visual.”²

Identificar bien las letras es primordial para una buena lectura. Al leer un texto impecablemente impreso por computadora nos enfrentamos a la rigurosa simetría, que distribuída a intervalos regulares (interletraje y espaciado entre palabras), genera un defecto visual de identificación de formas originado por la distancia entre letras y palabras. Este tenso ritmo visual de todo escrito impreso implica el no poder enfocar a la misma velocidad lo que podemos leer, es la falta de identificación de trazos irregulares, presentes en la escritura a mano, lo cual se traduce en rasgos familiares de pronta identificación, esto es: visualmente deben sernos familiares los rasgos para lograr una captación e interpretación óptimas del mensaje.

2. Luz del Carmen, Vilchis, *Diseño Universo de conocimiento*, Claves Latinoamericanas 1ra ed. 1999, p. 41.

Capítulo 1 Cuando leemos texto continuo por periodos prolongados, tendemos a “adivinar” lo que allí dice y en ello va la poca o mucha asimilación global del documento. Cuando ponemos realmente toda nuestra atención podemos llegar a descubrir espacios de más o errores de captura.

En este punto de percepción, quizá mucho le debemos al formador editorial, que en aras de llenar cierto número de páginas, las satura de tipografía porque de transgredir una medida determinada los pliegos se dispararían sumando costos no previstos, esto obedece a órdenes del editor o al bajo presupuesto.

Existen varios tipos de texto continuo, y están en función del medio al cual habremos de enfocarnos. En términos de comunicación, según Ignacio H. de la Mota existen entre otros el:

Abierto: El compuesto con interlíneas, espaciado. Es decir el que ahora se encuentra leyendo.

Aducido: El de citas o paso. Lo que hacen los pies de página o citas al calce.

Compacto: El que en muy poco espacio tiene mucha lectura. También el carente de líneas cortas. Quedan aquí comprendidos los textos de narrativa, manuales, instructivos y columnas de los diarios y revistas.

Educativo: Aquel cuyo efecto es formativo tanto sobre el producto o servicio que ofrece como sobre su uso o aplicación. También, dícese del que se apoya en una redacción puramente docente para llamar la atención por similitud o comparación sobre el mismo objeto enunciado.

De Fruición: El que sitúa el receptor en un estado de desconsuelo por hacer vacilar sus fundamentos culturales, históricos, políticos, sociales, etc., así como sus creencias, gustos y recuerdos. Pueden

Capítulo 1 citarse textos en pro de campañas políticas, o aquellas “cadenas” que aparecían por debajo de nuestras puertas, ahora tan difundidas en internet, o bien publicidad de sectas.

De Placer: El que es confortablemente recibido por el receptor y causa contento, alegría, euforia. Estos pueden ser cuentos en general, diarios, novelas, piezas publicitarias, las que sólo contienen texto, revistas especializadas etcétera.

Publicitario: Conjunto de palabras o frases que componen el mensaje literario de un anuncio, y que puede constituir el anuncio por sí mismo o en combinación con una o más ilustraciones. Según Arthur Brisbane, cinco son las reglas de un buen texto publicitario:

- 1- Que la gente lo vea
- 2- Que la gente lo lea
- 3- Que la gente lo entienda
- 4- Que la gente lo crea
- 5- Que haga que la gente desee el producto

Este tipo es el que de manera sintética nos da un panorama más avanzado del potencial de un texto bien planeado, cada una de las reglas estima un mínimo grado de error en la obtención del éxito siguiendo fielmente el procedimiento.

Redaccional: El propio del material informativo de una publicación. Explicación a manuales ilustrados, catálogos, guías, memorias, monografías, gacetas, boletines, etcétera.

Tabular: El compuesto en columnas de palabras o cifras. Empleado en la representación de datos cronológicamente o estratificación de categorías bajo criterios específicos.

Truncado: El de composición con muchas líneas cortas. El utilizado en carteles, publicidad en revistas y diarios, publireportajes -los que así lo muestren- y volantes, es decir de mensaje concreto y fácil lectura.³

3. Mota, de la Ignacio H. *Diccionario*, tomo II, Ed. Paraninfo, 1988, p. 322.

Capítulo 1 Existen otros tipos derivados de éstos, implícitos en la lectura o bien apegados a requerimientos estéticos, por su forma de presentarlos al consumidor final.

No podemos dejar fuera el Hipertexto, que es tipografía virtual típica de internet y del correo electrónico, cuyos enlaces nos llevan a otros textos.

El saber cuántos y cuáles tipos de texto existen no significa que todo lector deba identificarlos ante una lectura cualesquiera, de hecho es lo que menos preocupa al lector, es una manera de saber que el texto se supedita a intenciones comunicativas concretas y su percepción esta de acuerdo al medio en que se presente, con ello y junto a las novedades en manipulación del texto mismo, es que se logran matices, en ocasiones de manera tan libre, que la intención primaria (la lectura, que puede ser tipolectura o tipovisión) queda tras de un cúmulo de efectos visuales que pueden o no ser complementarios para realzar el escrito o demeritarlo inclusive.

Según Ignacio H. de la Mota en el *Diccionario de la Comunicación* refiere que leer consiste en:

Pasar la vista por lo escrito o impreso haciéndose cargo del valor y significación de los caracteres empleados, pronunciándose o no las palabras representadas por estos caracteres. En música, igual proceso, haciéndose cargo del valor de las notas, o bien ejecutándolas de modo más o menos completo en un instrumento.⁴

Esta definición describe de manera genérica elemental lo que por lectura podemos entender, sin embargo deja de lado un aspecto que si bien no desmiente tampoco menciona: la interpretación.

4. idem, p. 58,59.

Capítulo 1 Líneas antes fueron indicadas las características de algunos tipos de texto, destaca el publicitario donde se registran alcances de penetración notables en el texto de los medios impresos. Bajo características propias en internet, nos exponemos a cantidades abundantes de texto que por lo regular no reparamos en leer cabalmente en nuestro afán de revisar lo más posible en el menor tiempo.

Al leer el diario, no nos detenemos artículo por artículo, hacemos un barrido visual preliminar por los encabezados para ver lo publicado, antes de llegar a la sección de nuestro interés; de esta manera al haber tanta información, hacemos una discriminación y únicamente nos detenemos en aquello que por su forma de presentación nos hace prestarle nuestra atención.

Al respecto, en el libro *La Letra* de Gérard Blanchard expone en el capítulo dedicado a la compaginación lo siguiente:

La compaginación tipográfica tiene que ver con la lógica de la percepción visual y con la lógica de la lectura, la cual depende, a su vez, del discurso o del relato verbal o literario.

La compaginación de los elementos tipográficos constituye de hecho una estrategia de comunicación que se estructura en el entramado invisible del espacio gráfico. El mensaje semántico y el mensaje estético se conjugan de manera sinérgica, esto es, eficaz, por medio de la compaginación, la cual combina rigor y creatividad.⁵

Así tanto imágenes como textos se conjugan con los diferentes hábitos de lectura, factores ópticos, que según las épocas, ponen de manifiesto la escritura propia de los diferentes géneros literarios; intervienen los factores estéticos que dependen de la moda o de las corrientes del gusto; tendencias socioculturales que influyen en nuestra aprehensión del espacio y de su representación simbólica.

5. Gérard, Blanchard, *La Letra*, Enciclopedia del diseño, Ed. Ceac, Barcelona, 1988, p. 141.

Capítulo 1 Pensemos que estos factores se encuentran presentes en todo tipo de publicaciones impresas y aun en internet con características propias, y de la misma manera unos como otros son susceptibles de llegar a públicos con un bagaje cultural similar.

Internet ha establecido su propio ambiente y modo de funcionamiento desde el principio, dando acomodo a las opciones de servicios de manera libre, es decir, sin importar que el navegante tenga una cultura determinada o no, éste aprende estos estándares “lógicos” de navegación y así es relativamente sencillo convertirse en un cibernauta gracias al lenguaje visual que hemos aprendido. El punto a favor de Internet es que cuenta con dos elementos que los medios impresos no: el movimiento y la inmediatez. La ventaja de los medios impresos es que no dependemos de la corriente eléctrica para consultar un dato, en internet estamos invariablemente sujetos a contar con una toma de corriente y una computadora, en Internet contamos con la posibilidad de las ligas o “links”, que nos pueden transportar a sitios insospechados distraiéndonos de nuestra intención inicial.

Aun así, el aspecto que nos ocupa no es en qué compiten o lo que les falta, sino lo que comparten, es decir el uso de la tipografía mediante textos y su manera de presentarlos al usuario final.

Blanchard ve en las modas el laboratorio donde se gestan las variaciones según el medio y el tratamiento de los mensajes sujetos a:

- el aspecto de la impresión, condicionada por la calidad del *soporte papel*: verjuado, vitela, cuché, etc.
- el “color tipográfico” del texto que depende del *carácter* empleado,
- los adornos, importantes intermediarios entre los caracteres y las ilustraciones de la misma época o del mismo estilo,
- los márgenes, externos a los textos, definen las proporciones indispensables para el equilibrio de los conjuntos; igual función cumplen los «blancos» internos que separan los subconjuntos.⁶

Capítulo 1

La relación que esto guarda con el tema de la tipografía, es que la tipografía da espacio y presencia al texto, que es mediante los cuales nuestras familias tipográficas logran su cometido de transmitir ideas.

Al enfrentarnos a una composición conformada únicamente por texto, percibimos en primera instancia los espacios y su relación con la mancha tipográfica o los espacios negativos (calado en blanco), lo cual nos puede impactar gratamente o no, y si no tuviere contenido escrito eso no importaría porque en publicidad puede no haber contenido escrito y el objetivo se alcance por medio de la memoria semántica del receptor. No obstante la tipografía es un elemento determinante para el redondeo y precisión en la transmisión de ideas.

Ahora bien, debido a que todo ello está sustentado en la tipografía, una definición es:

el uso de tipos de letra para expresar y comunicar mensajes. (...) En una definición más amplia, la tipografía incluye toda la comunicación escrita, que comprende la escritura, la caligrafía y la tipografía en sentido estricto, mediante el uso de las letras de imprenta. Mientras que la escritura y la caligrafía ofrecen la mejor oportunidad de expresar una mayor individualidad, la tipografía incorpora las características de coherencia y perfección técnica.⁷

No olvidemos que existen variables como los tipos de fantasía, que se ubican en un segundo orden destinado a los publicitarios e impresos comerciales, de esta manera en cuanto a la letra, encontramos que:

Esta unidad signica irreductible de la lectura alfabética; esta partícula visual mínima de la grafía de una palabra, convierte el sonido breve de la voz humana -un sonido que se extingue y desaparece para siempre en su

misma emisión- en un trazo visible que permanecerá sobre la superficie de su soporte físico. Por eso, el mensaje que encierran esos trazos es restituible a los ojos y a la mente del lector a través del tiempo.⁸

A efecto de esta investigación, el término compaginación lo habremos de entender como la distribución del texto en la mancha tipográfica siendo ésta el área de impresión o espacio determinado para la tipografía y la posibilidad para la inclusión de imágenes.

El diálogo visual que genera el binomio tipógrafo o diseñador con el receptor, involucra un proceso de alfabetización al identificar y asociar visualmente la letra de imprenta de la un diario, de la de una escuela, esta diferencia reconoce dos variables “desde el punto de vista del lector” que Blanchard denomina **tipolectura** y **tipovisión**.

En términos muy generales, una de ellas (la tipolectura) corresponde a la lectura analítica (común) del libro; la otra (al tipovisión) más global, a la de la publicidad o la propaganda.

La tipolectura pasa en primer lugar por el estadio de la percepción global de la forma, que corresponde a la propia naturaleza del texto. En esta forma global, la forma tipográfica y la forma literaria están en completa interacción. La tipovisión corresponde a la percepción «gestáltica».⁹

8. Blanchard, Gerard, *La letra*, Ceac, Barcelona, 1988, p. 9.

9. Mota de la, Ignacio H. *Diccionario de la comunicación*, Paraninfo, Madrid, 1988, p. 143.

Como podrá verse, queda involucrada la variable de la percepción, es decir que las imágenes previas tienen un desempeño crucial en la asimilación de los mensajes, es así como mediante la conjugación con textos un mensaje es más eficaz.

Leer en el año 2000 es un tema complicado por cuanto que la herencia de la televisión a partir de 1945 y hasta este momento ha influido de

Capítulo 1

manera determinante en cómo el receptor atiende a los mensajes, y se culturiza mientras se entretiene, es decir: usted no tiene que viajar o leer porque nosotros le llevamos hasta sus pantallas solaz y esparcimiento con sólo encender el televisor y sintonizar este canal; y si usted es de los afectos a Shakespeare, Hamlet también está invitado... después nos desviamos al espectro de fantasía y opinión de los noticieros, que nos ha enquistado la sociedad de lo prefabricado bajo la ley del mínimo esfuerzo, y lo que es más, ya no tiene que pensar siquiera, y podemos doblar la apuesta de que no se acuerda qué fue lo vio hace 20 minutos en el noticiero o en el documental de ayer... pero esto no significa que usted no tenga memoria o que sea muy disperso, sino que no presta la misma atención a la televisión que a una lectura cualquiera, que esta última implica atención, y movimiento de la vista e imaginación despierta y activa.

En los últimos quince años del Siglo XX, ha tenido lugar la aparición fantástica de numerosas innovaciones en video e interactivos que, enriquecedores de los recursos visuales convencionales, han tenido un efecto enrarecedor de lo que constituye la lectura, como medio de infomación y búsqueda de sucesos pretéritos o datos de interés permanente, de esta manera con el alud de recursos visuales la tendencia general es que leamos menos.

Es justo hacer mención que los compradores de libros y revistas no necesariamente los leen íntegramente, algunos adquieren las publicaciones para hojearlas sin más, y otros porque el autor está de moda, no importando que no hayamos escuchado antes de él.

Sin incursionar en las profundidades de la psicología de la percepción, veremos este fenómeno de leer, desde el plano del productor visual de textos (diseñador editorial o fomador en su defecto) y cómo optimizar las cualidades visuales tipográficas a fin de presentar eficazmente al receptor un texto con los mismos recursos.

Reconociendo a los actores en su sitio, el receptor final de un texto escrito sobre papel o internet, está a lo que le den o a lo que le

Capítulo 1 acomode, es acaso su capacidad de elección lo que lo detenga o continúe en la búsqueda de algo “mejor”. Leer, comprende interés o esparcimiento, es enterarse, significa saber. Lo que no leemos sólo lo vemos y pasa inadvertido.

Hagamos memoria acerca de cual fue y qué fue lo que nos ahuyentó en el último texto que decidimos no leer: que estaba mal estructurado, la tipografía era muy pequeña para pasar sobrevolando el escrito sin detenernos y enterarnos de, al menos, un dato de lo que trataba; los colores eran inadecuados y no era fácil percibirlo, estaba mal impreso, era sólo una cuartilla mal presentada, no estábamos de humor o el contenido no era de mi interés, entre muchas otras posibles variables, y así en un sinnúmero de posibles pretextos o situaciones reales que influyen de manera directa en la no lectura del desplegado.

Leer es también seguir un mapa de signos que por su estructura, identificamos cuándo se trata de un cuento, cuándo de poesía, una página del diario y de qué sección, una ilustración de revista, de un volante; desde este momento nos predisponemos y únicamente revisamos por encima, es aquí donde inicia la función comunicadora de la tipografía, esto es, en su presencia.

En *La Letra* en el capítulo de compaginación, se mencionan dos tipos de lectura: continua y discontinua. El primero alude a cuerpos de texto a renglón seguido con eventuales sangrados o acotaciones y el segundo, es en el que encontramos valores diversos en puntaje y de estilo presentes en diarios y revistas con secciones y estilo definido.

La tipovisión, ya citada, es la que encontramos en los desplegados publicitarios y su finalidad es cautivar por el impacto visual apoyándose en “la teoría literaria y de las imágenes retóricas aplicadas a las imágenes figurativas y a los textos tipográficos”¹⁰

En su momento fueron descritos los textos en función de dónde los encontramos, y en cuanto a las variables de cómo se presentan, es ser sensibles al texto ya por el puntaje, o porque sea en negritas o en normal.

Este principio de distribución de la tipografía en textos, está en relación de los espacios y formato del papel, del puntaje empleado y la interlínea en pro del entendimiento del mensaje; podemos estar seguros de la intención comunicadora del mensaje porque de no ser así no habríamos visto el escrito, así, siempre que encontremos un impreso con texto legible existe una necesidad latente de informar. En cuanto a la percepción visual del conjunto:

“La compaginación tradicional corresponde a las diferentes estructuras de la historia del libro.

La compaginación moderna se sitúa con respecto a dos influencias determinantes:

-la llamada «americana» o publicitaria, que pone de relieve las leyes del efecto y da prioridad a las variables visuales contrastadas;

-la llamada «suiza», que reduce idealmente la tipografía a un único tipo (preferentemente de palo seco) y a un único cuerpo. Da prioridad a los blancos y les hace desempeñar el papel de aislantes entre los diferentes elementos del texto.¹¹

Si enfocamos este canon a internet descubrimos que el fenómeno tiene características propias, la paginación virtualmente ya no existe porque a cambio han sido habilitadas las barras de desplazamiento, para revisar todo ese plano sin necesidad de cambiar de escenario; el folio prevalece cuando el texto de consulta ha sido preparado de tal manera, mediante un procesador de palabras, o en bloques de texto en orden sucesivo cuando el documento se puede obtener o copiar de la red.

Por cuanto a la tipografía, ésta es generada de dos maneras, la que encontramos en los procesadores de palabras producida vectorialmente o con efectos fotográficos digitales y la diseñada en retizador a la

Capítulo 1

manera tradicional. En Internet gracias a las cualidades del texto debemos contar con que algunos monitores no tienen buena resolución y ello repercute de manera importante en la buena lectura, tipografía muy pequeña o de patines tiende a ser de difícil lectura de manera que un puntaje y tipografía óptima podrá superar el defecto de la resolución de nuestro monitor.

Pongamos por ejemplo una página web generada hace seis años, debido a que en ese momento no existía una comunidad tan profusa de sitios en la red, los espacios solían ser “suficientes” porque al ser una modalidad incipiente no existían propuestas ni razón de competir a los niveles que hoy conocemos, pero a medida que el fenómeno fue creciendo y al no haber reestructuración de rubros e información de manera lógica e inteligible, inicia la proliferación de necesidades y ligas en una anarquía tal, que al presentarse la instancia de reorganizar los datos resulta más sencillo volver a hacer la página entera que reorganizarla.

Esto quiere decir que si de entrada no existe un proyecto de crecimiento planeado, el flujo natural de información pronto delatará las deficiencias saturando rubros e imposibilitando la consulta de los visitantes, resultado: el visitante tendrá dificultades para leer fácilmente. Pero esta es una situación técnica fuera de nuestra esfera de acción, que no hay que menospreciar si pensamos hacer nuestra propia página de internet.

Entendamos pues que el texto esta formado de tipografía y que percibirla de manera clara debe ser la norma para lograr un conjunto armónico.

1.3 Como ornamento

La tipografía en su origen es producto de la intención básica de la escritura a mano, es expresión gráfica que por sí sola es únicamente un dibujo en el espacio.

Superada la fase de la estructuración básica a efecto de sistematizar los signos (alfabeto), se puso mayor atención al antecedente de la caligrafía que dio origen al orden de cinco vocales y veinticuatro consonantes con diez rasgos del uno al nueve contando al cero; aunque la ortografía no hace al genio, los signos de puntuación dan concierto a todos estos elementos, cuando se agrupan en vocablos, sin ellos la comunicación vital no llega a ser suficiente, lo único que provoca no aplicar las reglas en ortografía es un malestar en la manera de entender el texto que nos puede conducir a ideas erráticas, lejos de la idea original del texto.

La falta de interés de un lector ocasional frente a un anuncio pegado en la pared, no tiene su origen en que no tenga buena ortografía, obedece a factores de estado de ánimo, defectos de diseño y de tipografía; entendamos que las familias tipográficas nacieron a la luz de necesidades concretas y en su creación establecen usos preferenciales, cuando empleamos un tipo diseñado para carteles en una esquila o etiqueta de perfume, la familia entera pierde su dimensión exacta haciendo deslucir el impreso mismo. Esto quiere decir que hay familias que soportan venturosamente figurar en diferentes puntajes en el mismo documento sin perder sus propiedades visuales.

Capítulo 1 Más allá de la tipografía como elemento de escritura plano y llano, ella misma es medio de información y comunicación gráfica sobre el papel cuando estamos ante un párrafo.

Una página que sólo contenga tipografía se convierte en una imagen vital, el sólo hecho de ver la tipografía impresa en el papel, es un rastro susceptible de ser leído o no, pero si el espacio y valores de la tipografía son adecuados al menos el espectador tendrá una imagen que recordar.

La constante en que queda sustentado el éxito del buen mensaje gráfico es que sea claro, más que colorido y equilibrado; un lector o espectador, si así lo desea, es capaz de desentrañar la tipografía para entender el texto y es con base en la experimentación que aparecen formas novedosas de generar textos enfocados a cautivar, así como el conjunto de reglas cuyo pleno conocimiento crea nichos de creatividad constante, sólo bajo este criterio es que podemos confiar en resultados concretos.

La manipulación de la tipografía como ornamento o concebida como elemento decorativo, implica necesariamente una experiencia visual indiscutible, lo que puede verse en la tipografía creativa, que es la posibilidad de utilizar los tipos de manera lúdica a fin de realzar un texto o párrafo con las cualidades estéticas de la tipografía misma o bien un tipo en su individualidad así, sólo nos queda por responder que existan textos tan poco exitosos y ello es en primera instancia porque los manipuladores, entusiastas del medio, no cuentan en primer lugar, con la instrucción teórica y visual para sortear las resoluciones en cuanto a espacio del texto y la imagen.

Al carecer o no de imagen como apoyo o complemento visual, el manipulador aficionado de la tipografía cae en cada uno de los aspectos negativos para la buena lectura, esto es por no contar con bases firmes para ello. Al solo disponer del texto, queda de lado el aspecto de la estética complementada por imágenes dejando el papel protagonista a la tipografía en una pieza editorial.

Capítulo 1

La simple adición de un filete o pleca dispuesto en un plano en blanco divide sin separar necesariamente, si lo ponemos en lo alto da realce y si lo ubicamos al final, da marco a la mancha tipográfica, esto se debe a que en la cultura occidental los espacios en lo alto dan, por el tipo de escritura de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, un recorrido natural del lectura con aire por encima.

Ocurre que si la tipografía no tiene un sustento visual (disposición del espacio y puntaje adecuado) no tiene que ser un texto aislado en un espacio que le es propio, su sustento son estos elementos que integran el entorno con los que se combina, la interacción equilibrada que da vida a la composición y al espacio.

Un tipo móvil, o una letra en el monitor está concebido bajo el criterio del espacio vital, cuando empleamos una letra mayúscula o minúscula, fuera de un contexto, su comprensión gráfica está en relación con el espacio que se le haya asignado, como puede ser el caso de una capitular. Pero cuando tenemos un cúmulo de ellas dispuestas en palabras y luego en frases y así hasta obtener un texto, la situación se vuelve totalmente diferente.

Un grupo de tipos requieren de un área en torno de sí misma para ser descifrada en su conjunto, la transgresión de este precepto crea una disonancia visual (no comprensión), lo que genera lentitud en el flujo del reconocimiento de las unidades al estar agrupadas en pronombres, verbos y sustantivos por ejemplo.

Esos espacios, tanto entre letras como en palabras; horizontal y verticalmente, explican la presencia de márgenes y espacios flanqueando palabras como líneas de texto para identificar los conjuntos de letras; la tipografía normal propicia una lectura relajada, las itálicas comentarios complementarios a una lectura ordinaria y las negritas enérgicos llamados a un punto fuera de lo convencional, si empleamos en un texto sólo negritas la página, por grande que esta sea, se satura

Capítulo 1 en seguida; cuando la intención es acaparar la atención este es un modo infalible de lograrlo.

Considerar a la tipografía como ornamento gráfico único en un texto, le concede su valor de partícula estética de comunicación. Cuando tomamos una letra cualesquiera y comenzamos a manipularla hasta convertirla en el tema principal de nuestra página, el lucimiento de nuestro trabajo puede enriquecerse con el color tanto del soporte como del tipo mismo.

La tipografía suma características visuales de valor sensible a un texto de poesía por ejemplo, da énfasis particular a los carteles de las corridas de toros y qué decir de los cinematográficos y aun los mismos de la disciplina del diseño gráfico, casi por regla general todos cuentan, al menos, con un pequeño texto incluido.

Con las nuevas herramientas de transformación con que cuentan los programas de cómputo para diseño gráfico, es sencillo “hacer diseños” a nuestro gusto, es decir que un incursionista, fuera de los diseñadores, que, con el entusiasmo del momento se aventura a la deformación de los tipos y hace su propia “composición”, suele terminar en francas aberraciones que para el público convencional pueden ser “bonitos” o innovadores.

La tipografía no son sólo signos variados plasmados en papel o en el reverso del jarabe para la tos, es transmisor de ideas, en tanto forma, es resaltador de espacios al usarlas como capitulares.

Un texto en internet tiene la característica del movimiento, y su profusión da lugar a la poca concentración (atención) en el tema, tan sólo la posibilidad de que el mismo texto nos “envíe” literalmente a otros hipertextos mediante los “links” o ligas, es una tentación constante a terminar de leer la página en que nos encontramos; algunas palabras obscuras o que podrían ser de interés antes de terminar la lectura nos

Capítulo 1 llevan a sitios que jamás hubiéramos imaginado. Nuestro asombro estará a la par de los lugares que mediante un clic podamos ver.

Dentro de la semejanzas de los libros e internet, por ejemplo, un “link” es a Internet lo que las citas y pies de página a un libro, no es esto demeritar a unos frente a los otros, son uno antecedente de lo otro y resultado de la adaptabilidad de los medios físicos como digitales, así esta comunión es posible gracias que los dos ambientes operan con tipografía.

Cuando encontramos una letra como marca de agua o hecha logotipo, en seguida asociamos su parecido a la revista, cartel o folleto donde alguna ocasión hemos visto el efecto. Aquí no importa que esté bien o no, que informe o no, y a partir de ese momento podemos cambiar de escenario siempre que nos satisfaga lo que vemos con solo dar un clic. Estamos sujetos a lo que vemos, no a lo que quisiéramos.

La tipografía como sola expresión, ha registrado en su composición el paso de las tendencias artísticas con familias influenciadas de estilos, algunos más precederos que otros, esto implica necesariamente abordar rasgos tanto clásicos como contemporáneos que prevalecen y cuya vigencia está determinada por el uso que se les de.

La manipulación de las formas básicas en tipografía quizá no deje de sufrir cambios a manos de inexpertos o simples aficionados; el hecho de que el hombre ha de servirse de ella cada vez que los necesite habrá también de someter a estas formas mutables a sus necesidades o experimentación.

Es la tipografía un conjunto de elementos gráficos que cumple varias funciones, es menester de quienes hacen uso de las familias tipográficas, editores, diseñadores o iniciados en el oficio, - principalmente estos últimos-, conocer realmente los alcances que una o varias familias tipográficas pueden lograr bajo un criterio mínimo de concordancia entre los recursos y las necesidades, no deja de ser

Capítulo 1 importante el no perder de vista los recursos de que se sirve Internet con el hipertexto, sus características enriquecen el espectro de posibles lectores inspirado esto en la industria editorial tradicional de tinta y papel.

1.4 Como información visual

Ver cuesta menos que leer. En principio una representación gráfica que bien puede ser una mancha, un punto, una línea o una imagen en tercera dimensión, es muy sencillo de advertir porque no compromete, el sólo ver, que no observar, permite captar someramente la escena al margen de sernos interesante o no, así la información en este sentido, es la propuesta con base en la cual el receptor ha de captar el mensaje.

Observar siempre es después o en seguida de ver. Ver es percibir, detectar el fenómeno; observar implica mayor atención y evocación de experiencias, con lo cual identificamos o relacionamos, es prestar toda nuestra atención hasta al más pequeño detalle o variación tonal o formal, es la captación total y reconocimiento de formas, así como el ámbito.

En la captación de un grupo de objetos o formas similares en apariencia, es nuestra capacidad de abstracción mediante la cual somos capaces de identificar concretamente cada uno o diferenciarlo del resto. Al tratarse de un proceso de asociación elemental no es importante el género ni la edad del espectador.

La divisa de la información a finales de los noventas es la masificación, ello comprende el empleo e inmediatez de los medios electrónicos de difusión a gran escala, se suma a esto los juegos interactivos para video principalmente para niños, con lo cual tiene lugar un tipo de alfabetización visual y psicomotriz que más tarde ha de ser utilizada por los medios, esto es, en más de la mitad de las posibilidades de

Capítulo 1 informarnos encontraremos algún medio visual o audiovisual disponible, esto comprende discos láser de video, navegar por internet y revisar guías virtuales, consulta de ficheros electrónicamente en las bibliotecas, verificadores de precios en los supermercados, préstamo a domicilio mediante tarjeta magnética y así en un constante roce con estas tecnologías, establecemos sistemas de identificación de íconos, forma, colores y de ello podemos asociar hacia variaciones dentro de un contexto.

Los procesos de atención-reconocimiento, implican menor esfuerzo debido a la costumbre mediante asociación, así tiene lugar la posibilidad de realizar una segunda actividad de no mucha precisión; pero cuando aparece un agente extraño reparamos en ello o pasamos por alto al no identificar un estímulo; al cometer un error cobramos conciencia de lo que hacemos por salir de nuestro parámetro de conciencia. De la misma manera, al enfrentarnos a un dibujo de la naturaleza que fuere, activamos automáticamente un banco de imágenes que establece sistemas innumerables de posibles respuestas basadas en experiencias, tales asociaciones tratan de ubicar con precisión el nuevo impacto de manera que quede asimilado y evocarlo como experiencia más tarde.

Nuestra naturaleza humana establece una serie de patrones de comportamiento y modos de reaccionar y percibir de una manera determinada a los mismos estímulos, esto se encuentra sujeto a nuestra capacidad de concentrar la atención y manera de ver los eventos, lo que resulta en el universo de nuestra elección.

Donald A. Norman cita en *El proceso de información en el hombre* cuál es el resultado de la atención: Los efectos inmediatos de la atención consisten en hacernos: **Percibir, Concebir, Distinguir, Recordar** mejor que como lo haríamos de no mediar aquella facultad, mayor número de cosas sucesivas y también cada una con más claridad. Asimismo la atención **acorta el tiempo de reacción.**¹⁶

16. Norman, Donald A., *El procesamiento de la información*, Paidós Studio, México 1988, p. 24.

Capítulo 1 Este proceso así descrito, faculta a cualquier receptor con una modesta capacidad de leer y escribir, a reconocer formas y colores, y aun así recordemos que un niño de cualquier urbe al ingresar al kinder o educación elemental, le preceden cientos de horas de televisión que se traducen en instrucción visual, y sabe utilizar el control remoto suficientemente antes de aprender a tomar el lápiz como es debido. Quedan comprendidas aquellas minorías que no tienen acceso a este medio audiovisual y que por alguna circunstancia, aprenden por imitación, quedando patente la influencia que ejerce en sus integrantes la sociedad de consumo.

Al ingresar a los niveles básicos de enseñanza comenzamos por realizar sucesiones de líneas y evoluciones de líneas rectas y curvas, es decir ejercicios de caligrafía, es en esencia ajustar y contextualizar nuestros movimientos de desplazamiento y espacio a esa nueva tarea, de la cual dependerán nuestros procesos de aprendizaje y comunicación personal, es decir: a escribir.

La conformación de la letra "A" minúscula basada en un círculo con una línea tangente a la derecha, se transformará más tarde en un rasgo sintetizado en un trazo horizontal que evoque la forma original. En casos más particulares adivinamos que se trata de la letra en cuestión gracias al contexto, ya sólo la interpretamos y gracias a esta instrucción previa, somos capaces de reconocer el conjunto.

En términos de asimilación de información, cuando una representación gráfica propia en un trozo de papel en blanco no concuerda con lo que de ella esperábamos, desprendemos la hoja y directo al cesto de la basura, esta reacción tan común es el resultado de que ese boceto no corresponde a nuestra realidad personal, con esta experiencia, ¿quien no ha bocetado un croquis en una servilleta? es decir: nuestros referentes varían de acuerdo a nuestras vivencias previas y recreamos un ámbito en función de estas, con ello damos cuenta de nuestra capacidad de comunicación. Ello no significa que seamos poco explícitos en nuestra exposición, es nuestra capacidad de comunicación

Capítulo 1 lo que sobresale, así nuestro interlocutor con la parte auditiva y el registro escrito, puede evocar detalles que le ayuden a dar con un sitio o imaginar lo que fuere lo más fiel posible, partiendo de una misma referencia visual.

Así como la casita aquella que alguna vez dibujamos en el jardín de la infancia y no nos satisfizo, practicamos la discriminación de formas con base en lo que podemos, queremos interpretar o somos capaces de captar. Tal proceso de discriminación está sujeto a la relación de nuestra capacidad comparativa y memoria visual, binomio sin el cual la atención no podría establecer relaciones per se y quedaría reducida a un acto reflejo sin trascendencia. De esta manera

“La información contextual es de suma importancia en el procesamiento de las percepciones. El lector avezado medio, por ejemplo, puede procesar entre 300 y 600 palabras por minuto. Para ello debe ser capaz de identificar no menos de 10 palabras y presumiblemente 50 a 70 letras por segundo.”¹³

Esta velocidad desarrollada sintetiza en conjunto, nuestro potencial de asimilación y análisis reflejado en nuestros procesos mentales en la captación de ideas. Concentrándonos en la tipografía, a partir de que la hemos comprendido como partículas de expresión escrita, deja de interesarnos esa faceta básica, y al pasar a la parte creativa es descubrir en objetos del entorno la semejanza a representaciones convencionales, es poner en funcionamiento la libre asociación de la imagen que resulta después en creatividad.

Dicho lo anterior los ideogramas orientales no representan en sí un lenguaje en el sentido alfabético, son trazos de caligrafía que representan “palabras” completas cuya disposición da sentido y

13. idem p. 61,62.

Capítulo 1 congruencia a una idea abstracta. A diferencia de oriente en la cultura occidental el vocablo “automóvil” por sí solo nos remite a la representación de un vehículo automotor indeterminado, cada quien pensará en el suyo propio, pero al ser más específicos ofrecemos una referencia inequívoca. En un texto, si en una palabra se nos va una letra, un acento o una coma existe el riesgo de dar una idea errónea o totalmente opuesta, pero su interpretación aun sobre el defecto prevalece.

Una letra como dibujo, echa mano de la síntesis y rasgos estilizados fácilmente descifrables, puede ser en relación al texto o referencia que la precede, o por asociación. Su finalidad es captar la atención impugnándola de su carácter grupal (alfabético) ampliando su capacidad funcional de comunicar claramente en abstracto.

Aun basado este estudio en el estructuralismo, un buen mensaje no esta en función de una época o tendencia, es la tipografía el sustento que hace que esa corriente se difunda, perdure, deje huella o de registro de su desaparición en todo momento, de manera que este elemento de comunicación mutable a esos fenómenos, siempre vuelve a los orígenes cuando el experimento no ha sido muy afortunado.

Racionalizar en función de lo que necesitamos comunicar, nos brinda una buena pauta para hacer de una letra un aliado eficiente, ya como letra de imprenta, caligrafía al natural o asociación de formas en una composición constructivista; los recursos arquitectónicos de la tipografía clásica ofrecen propuestas de adaptabilidad e integración a todas las disciplinas por el simple hecho de que todas tienen algo que informar y compartir, basta el estímulo de la creatividad para generar propuestas, para complementar o reforzar el mensaje semántico de las palabras.

La tipografía en su individualidad, cuando carecemos de imágenes de trazo o fotogramas, se convierte en información concentrada, es decir que sólo contamos con lo que allí dice para hacernos de una idea o formarnos un panorama.

Capítulo 1 Es preciso ilustrarnos, ya sea como diseñadores, editores o incursionistas del medio acerca de las características de familias tipográficas tradicionales, sensibilizarnos de las transformaciones y tendencias nos permite hacer modificaciones importantes para su captación visual. El origen de toda tipografía consumada o por aparecer está sustentada en el dibujo y mensaje que sea capaz de transmitir ya desde su percepción en conjunto o en lo individual; recorrer todo el abecedario con los mismos rasgos -estilo- nos da matices diferentes, si a ello adicionamos sus características propias podremos confiar en el éxito de nuestro mensaje.

Capítulo 2

hamburgo

2.1 Percepción

A fin de ofrecer un panorama más sólido en cuanto a la percepción, encaminado al tema que nos ocupa, acudiremos a textos especializados para de dar consistencia en esta etapa de la exposición.

Si percibir es apreciar la realidad exterior por los sentidos, existe aquí una conexión de interpretación que está sujeta a la comunicación visual.

Antes de revisar la comunicación visual abordaremos el binomio percepción y comunicación, que al respecto Donald E. Broadbent expone:

- a) Un sistema nervioso actúa, en cierta medida, como un canal de comunicaciones simple, de modo que es importante considerarlo de capacidad limitada.
- b) En la entrada de este canal se ejecuta una operación selectiva, que asume la forma de seleccionar información propia de todos los hechos sensoriales que tienen alguna característica en común. Entre las características físicas identificadas como aptas para servir de base a esta selección se encuentran la intensidad, la altura y la localización espacial de los sonidos.
- c) La selección no se efectúa totalmente al azar y la probabilidad de que sea elegida una clase particular de hechos es aumentada por ciertas propiedades de los hechos .

h) La información entrante puede ser mantenida en almacenamiento temporario, en una etapa previa al canal de capacidad limitada, y pasará por el canal cuando la clase de hechos a la que pertenece sea la que se elija a continuación.

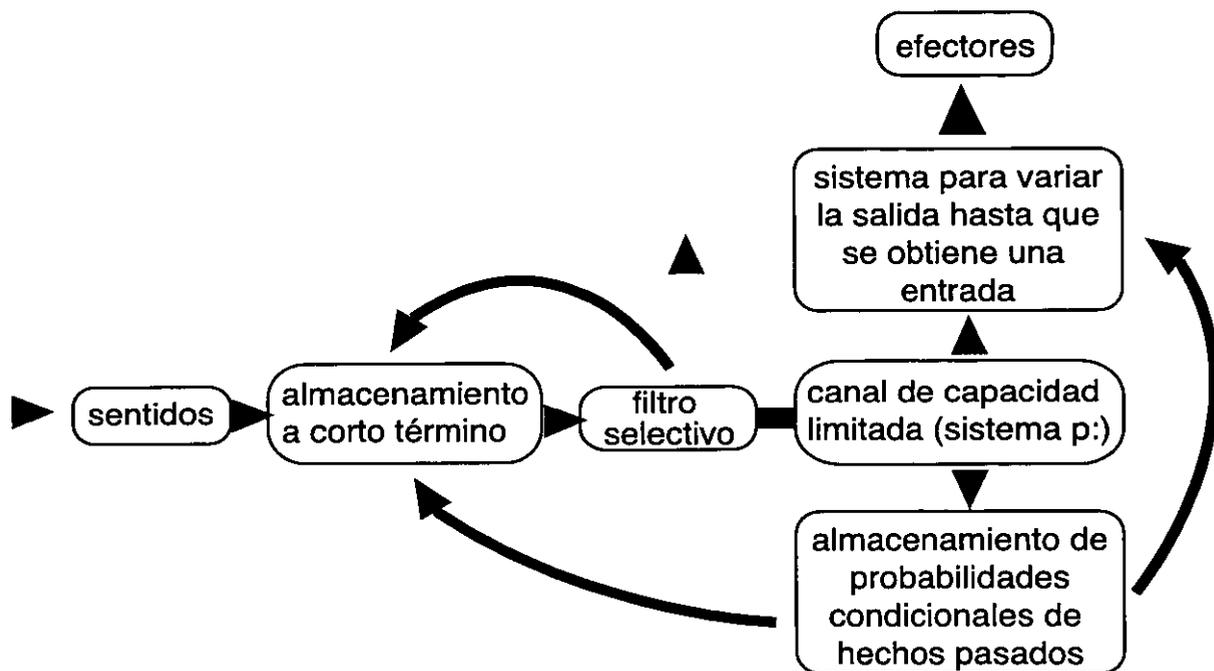


DIAGRAMA APROXIMADO DE LA CIRCULACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN EL ORGANISMO. TAL COMO SE LA CONCEBE ACTUALMENTE¹

i) (...) (El almacenamiento de largo plazo no afecta la capacidad del canal, más bien es el medio para ajustar la codificación interna de las probabilidades de hechos exteriores, de manera que la limitación del canal es de orden informativo y no responde simplemente al número de estímulos simultáneos.)¹

1. Donald E., Broadbent, *Percepción y comunicación*, citado en *El procesamiento de la información* de D. A. Norman, p. 40.

“El ser humano elige, entre varias fuentes de información que inciden sobre sus órganos sensoriales, sobre la base de las características físicas de la información. Cuando le es necesario, conmuta la atención de una a otra de las varias fuentes de entrada. Un sistema de memoria a corto término evita la pérdida de información sobre la historia pasada inmediata de los canales no elegidos”²

Nuestra atención debe pasar por un preceso de asimilación previa al procesamiento de la información sensorial mucho antes de obtener un significado, lo cual da una experiencia previa útil para hacer asociaciones.

Esto nos da la pauta para determinar que efectivamente existe una asimilación eficaz en cuanto nos exponemos a un estímulo visual; es muy probable que la falta de ejercicio en tratar de recordar lo visto haga del cerebro un decodificador de imágenes cuya selectividad esté dada en función del estado anímico del receptor. Con la abundante población de estímulos impresos, como revistas, diarios, libros, espectaculares, folletos, etcétera, el cerebro se vuelve más selectivo cuanto más expuesto se halle a cualquiera de estos medios, (o a todos), y siendo esta la más familiar forma de comunicación visual, fuera de la televisión e Internet, nuestro sistema de selección toma una muestra del mensaje (visual o texto) y lo procesa rápidamente, del resultado de este reconocimiento dependerá nuestro interés o rechazo.

De acuerdo con Luz del Carmen Vilchis en *Diseño Universo de Conocimiento*, quien menciona las nociones básicas de la comunicación visual y lo que ello implica en una época donde los mensajes visuales han ido cobrando una complejidad que ha de ser comprendida, por el diseñador y el área creativa de cada medio, antes que el receptor.

propia que permita fundamentar y explicar sus diversas manifestaciones. Destaca en la última década la trascendencia de las teorías de comunicación y significación en el campo de lo diseñado, pues además de explicar la necesidad de satisfacer exigencias de racionalidad en el diseño -según las cuales es posible pensar los signos integrando una manera de transformar las cosas, a fin de crear realidades que conducen a otras realidades-, este campo de conocimiento ha posibilitado la extrapolación de algunas teorías lingüísticas y semióticas a la teoría de la imagen.

Es así que se han expandido los términos de comprensión de la comunicación visual en tanto fenómeno de significación consciente en el entendimiento de las siguientes nociones:

Semiosis, que es la posibilidad de uso de signos, es decir, se refiere a una característica fundamental del comportamiento humano, la capacidad de tocar, representar o referirse a algo, todas ellas realciones entre el significante y el significado (o forma de expresión y forma del contenido) comprendidas en el signo.³

Lo anterior tiene a su vez dentro de la semiosis

“tres posibles dimensiones: sintáctica, semántica y pragmática(...) No es posible entender los términos de desarrollo del lenguaje visual si su conjunto de signos carece de dimensión sintáctica, es así que el signo se caracteriza mediante sus relaciones con los signos restantes, con los objetos y con los usuarios en las denominadas reglas de formación, que determinan las relaciones independientes y permisibles de los elementos de un conjunto visual, y las reglas de transformación que determinan los complejos visuales que pueden obtenerse de los conjuntos visuales básicos.⁴

3. Luz del Carmen, Vilchis, *Diseño Universal de...*, p. 38.

4. idem. p. 39, 40.

Capítulo 2

Esta relación es factible gracias a los niveles de semantización que pueden ser muy concretos o universales o bien aquellos que describen suficientemente al sujeto y que, conjugados, pueden definir un concepto claramente.

Ahora bien, si la tipografía tiene la cualidad de comunicar por la experiencia que sobre el alfabeto hemos tenido y la plena posibilidad de construir palabras y así oraciones que dan lugar a ideas y así en la conformación de un texto, existen de igual manera factores que dan coherencia al mensaje inicial; es un sistema de relaciones que logran combinaciones inimaginables en la presentación y difusión de un mensaje.

Involucra esa cadena, además de la semiosis, al “sentido, texto, contexto, campo semántico, función y discurso.”⁵ La tipografía dentro del texto como obra visual, implica un lenguaje inscrito en una gramática visual sustentada en partículas más elementales: “el punto, la línea, el contorno, el tono, color, escala, dimensión y movimiento”⁶

Si con tales recursos el discurso visual es ineficaz, es debido a que el mensaje inicial ha sido planteado fuera de los cánones elementales, sin considerar factores de comunicación visual básica.

Expuesto este fenómeno frente a la tipografía, tenemos que las mismas cinco vocales y todas las consonantes del alfabeto son en las que se haya la posibilidad de expresión de contenido de todo cuanto el hombre es, hace y piensa. Son factores como el contorno, tono, escala y dimensión las que tienen a su cargo la eficacia de que el receptor sea sujeto de interpretación del conjunto y que pueda enterarse de lo que el texto es capaz de transmitir.

5. *idem*, p.40-45.

6. Dondis, D.A. *La sintaxis de la imagen*, Gustavo Gili, p. 55-79.

“Lo que primeramente nos concierne es saber que tan mediada está nuestra experiencia del mundo, estudios de percepción visual nos ofrecen evidencia suficiente para afirmar que la imagen no nos es dada, sino que la

construimos. He mencionado ya la percepción visual, y no descarto por ello las otras formas de percepción, u otras formas de construir la información, la razón es que posteriormente me referiré al diseño gráfico (información visual) y también porque dentro de la cultura occidental en la que estamos inmersos es el sentido más confiable.(...)

Platón le dió jerarquía a la vista cuando se decidió que teníamos cinco sentidos, Aristóteles ordenó a la vista sobre el oído: "de todos los sentidos, confía sólo en la vista." Y tanto Platón como Aristóteles asociaron visión y razón.

En la actualidad vemos como el pensar está relacionado con la visión, lo leemos en metáforas visuales como: ser claro, punto de vista, revisar, reflexionar, perspectiva, contemplar, especular, prever, idea brillante. Y no solo en palabras, sino en frases que demuestran que en nuestra cultura se enfatiza lo visual.⁷

Lo anterior acusa una importancia absoluta a la imagen para desencadenar una reacción pensante y así el análisis del fenómeno, con base en nuestra experiencia nos permite dar o no un grado de certeza al estímulo.

Este roce de percepción nos lleva a tocar el punto de la fenomenología "que es el estudio de las esencias: la esencia de la percepción, la esencia de la conciencia, por ejemplo."⁸

7. Carmen, Castañeda *Desarrollo de habilidades cognitivas para el diseño*, ponencia, Universidad Intercontinental, p. 58.

8. Merleau-Ponty, *Fenomenología de la percepción*, ediciones Península, Barcelona 1994, p. 7.

Las relaciones aquí establecidas, se encuentran patentes en todo cuanto está impreso; todo aquello que contiene información sujeta a interpretación de género, no como los conocidos dentro del periodismo sino como la formas de presentarlo para su difusión.

"La idea de género permite concebir las diversas manifestaciones discursivas del diseño de la comunicación gráfica en una taxonomía de

medios organizados por sus características físicas y sus condiciones de configuración, producción y reproducción. Es pertinente aclarar que los objetos mencionados pueden pertenecer a otra categoría, aquí han sido ubicados en la que tienen mayor identidad.

Este punto de vista permite una diferenciación de la diversidad de objetos que comprenden lo diseñado de la comunicación gráfica, agrupándolos en los siguientes géneros:

Género editorial, paraeditorial, extraeditorial, informativo e indicativo, arquigrafía .⁹

Cada una de estas variantes comprende medios impresos cuya intención final esta en relación a un tipo de público, es decir: el género editorial se identifica por contener texto continuo en temas generales someramente o a profundidad, y están próximos al consumidor como son libros, diarios o catálogos. En el caso de lo paraeditorial cuyo texto suficiente (mínimo) podemos encontrar en productos de consumo, la imagen se jerarquiza sobre el mensaje escrito, como son los embalajes, paquetes, calendarios o timbres postales.

De aquí pasamos al extraeditorial, que aunque texto e imagen, su rasgo de monumentalidad no permite hacerlo portable o de consumo doméstico, hablamos de anuncios espectaculares, escenografías o carteles por ejemplo, cargados todos ellos con fuertes dosis de discurso plástico. Contamos también el género informativo e indicativo basado en ícono e imágenes, pueden o no ir acompañados de texto y su razón de ser es más perdurable; hablamos de sistemas museográficos, identidad corporativa y señalización, como ejemplos.

Existen además el: "Género ornamental, Género narrativo lineal, Género narrativo no lineal" ¹⁰, y comprenden imágenes estáticas o en movimiento acompañadas eventualmente de texto, es decir : "Papeles

9. Vilchis, Luz del Carmen, *Diseño Universo de Conocimiento, Claves latinoamericanas*, 1999, p. 54,55.

10. idem p.55,56.

Capítulo 2 decorativos, objetos decorativos, papeles de envoltura, objetos promocionales, objetos para fiestas, ilustración, historieta, dibujo animado, multivisión, viñeta, fotonovela, diaporama, desarrollos gráficos multimedia, presentaciones multimedia, presentaciones, páginas electrónicas, publicaciones electrónicas” ¹¹

2.2 Texto

Texto, es un término familiar para periodistas, columnistas, articulistas y escritores por igual; para un diseñador gráfico o editorial puede ser una unidad gráfica en conjunto.

Ambos grupos, incluyendo los empíricos de cada medio, tienen idea clara de la razón de ser del texto y tanto en uno como en otro ámbito cada vez más existe gente que no conoce las reglas mínimas para la edición de un texto. Según estadísticas, la gente lee pocos libros al año en México, habría que averiguar en primera instancia si no existe una campaña permanente eficaz de lectura; otra posibilidad sería que los autores de cualquier texto ya no escribieran nada de interés que invite a la lectura en general; y la última posición funda en el hecho que, fuera del color y las imágenes, los impresos con texto son presentados -tipográficamente- de manera tal que no existe armonía entre espacio en el papel, interlíneas e interletraje y aun más: la legibilidad, que con más frecuencia encontramos sacrificada una vez integradas las computadoras al diseño gráfico.

Cada medio tiene características editoriales diferentes, en consecuencia no se puede dar el mismo tratamiento, sin embargo, existen lineamientos básicos que son aplicables a imágenes y textos, y aun ambos en el mismo plano.

“Por otro lado mientras que el autor se ocupa del contenido, de la gramática y de la retórica, el diseñador gráfico trabaja sobre el aspecto

visual del Texto; cuidando la mancha tipográfica, la fuente y la fuerza de cuerpo e interlínea. Tal disparidad de criterios es el resultado de una falta de concordancia intelectual del autor y del diseñador. La dicotomía entre escritor y escriba, entre autor y diseñador de textos tiene una larga tradición occidental. Si se observa con atención se verá que esta división está estrechamente emparentada con muchas otras tales como: cuerpo y alma, forma y contenido, apariencia y realidad, etcétera. El común denominador de tales dicotomías consiste en separar conceptualmente lo que está unido. Y aunque es pertinente para su estudio no lo es para la praxis.

Si bien es cierto que existen diversos estudios relacionados con el Texto, éstos han sido aislados y desde una perspectiva particular de cada área del conocimiento, como el de la lingüística o el diseño por lo que todavía resulta interesante y refrescante reflexionar sobre el texto y sobre la puesta en página del mismo, pero a partir de una noción más cotidiana e intuitiva de nuestro quehacer o mejor dicho de nuestro saber, el diseño.¹²

“Texto. Entendido como unidad pertinente de comunicación, por el cual no se comprende al signo aislado ni siquiera un conjunto de signos (la letra y la palabra en la teoría lingüística) sino un bloque estructurado y coherente de signos que comprende las intenciones comunicativas de un diseño visual cuyos elementos articulatorios son indiscernibles en virtud de que constituye una estrategia de comunicación y tiene intenciones pragmáticas específicas; desarticularlo equivaldría a la tergiversación del mensaje.

12. Francisco, Calles
Texto vs. Texto,
Congreso UIC,
memoria congreso
UIC, p.127.

13. Luz del Carmen,
Vilchis, *Diseño*,
universo de
Conocimiento,
p. 41,42.

La imagen bajo las determinantes de las estrategias de comunicación deviene en texto visual, es el mensaje gráfico fijado en un soporte impreso que produce la expresión visual.¹³

De este modo el texto tiene un papel vital apegado a la realidad y contexto para el cual ha sido dispuesto. Esta instancia esta dada en

Capítulo 2

términos del discurso visual como gramatical, así como sintáctico, pero la verdadera sucesión de una fase a otra debe tener una coherencia y unidad en cuanto a relaciones sintácticas, su vinculación con la realidad y la equivalencia de imágenes en un espacio específico, mecanismo el cual, de estar ausente, nos reportará defectos de percepción en la comprensión del mensaje.

El texto como sistema de signos estructurado, debe contar con características mínimas reconocibles al momento de iniciar una lectura, para el receptor (lector) promedio, ello no quiere decir que cualquiera que se encuentre frente a un texto deba saber estas tres instancias, sino que el ejercicio mismo de la lectura sea un mensaje integral con solo seguir la lectura.

“La constitución y organización del texto no es fortuita, es el resultado de la secuencia lógica de las unidades textuales que lo integran y de la relación contextual apropiada.” El texto como un todo ha de poner de manifiesto las propiedades de cohesión, coherencia y adecuación.¹⁴

Ya en la práctica, estos tres agentes son los que articulan la comprensión de las unidades textuales, es decir que la cohesión instrumenta el mecanismo de conexión como puntuación, conjunciones, énfasis y así en una red que da lugar a la coherencia, ésta da jerarquía a ideas relevantes de las que no lo son y establece el inicio, climax y desenlace del texto. Finalmente, la adecuación es la fase de presentación, de consumo directo, y dispone de términos dialécticos, expresiones, registros locales y todo ello en relación directa al interlocutor.

“El texto, es una manifestación del lenguaje y un acto comunicativo, que puede presentar distintas configuraciones materiales y canales de expresión: el oral y el escrito. Existen por lo menos posturas diferentes de la relación que existe, entre el código oral y el código escrito. La primera la llamaremos dependiente y la segunda equipolente.¹⁵

Nuestra capacidad de leer un texto pone en movimiento la experiencia, poca o mucha, que tengamos al respecto; como aprendemos a hablar antes que a escribir, nuestras apreciaciones se confrontan con nuestra experiencia continua y logramos un dominio de expresión tal que damos autonomía y matiz a lo oral como a lo escrito.

El vínculo que permite esta relación lo da la fonética, es decir que lo que expresamos como sonido lo podemos interpretar al papel logrando registrar inflexiones e intenciones específicas, este proceso empírico, el cual experimentamos todos de manera natural una vez que aprendemos a escribir, es uno de los productos no terminados que el diseñador promedio (universitario), debe conocer y saber desarrollar, en la obtención de la síntesis ideal para su diseño terminal.

Ahora bien, si la labor del diseñador hace del texto una unidad interpretativa, susceptible de figurativismo y lingüística, ¿por qué no es exitosa siempre? Interviene invariablemente, la instrucción visual e intelectual del destinatario, pero si nuestro factor de estímulo (texto), ofrece un reto natural, los efectos son la desatención o la desviación, sin lugar a dudas.

15. Francisco, Calles,
Texto vs texto,
Congreso UIC,
memoria, p.130.

“El diseño tipográfico le confiere al texto su aspecto físico, sin embargo es también el soporte de un número indefinido de interpretaciones. El valor semántico del texto puede adquirir otras connotaciones cuando, en la puesta en página del Texto, el diseñador gráfico no hace evidente las relaciones lógicas de sentido. Para que el discurso lingüístico y el discurso gráfico interactúen correctamente deben existir las mismas propiedades textuales de cohesión, coherencia y adecuación en el plano de la expresión.¹⁶

De esta manera una tipografía clara y plenamente legible es más fácil de percibir, así: “la lectura silenciosa es mucho más rápida que el habla porque los lectores comprenden el significado directamente a partir del texto escrito.”¹⁷

Einstein dijo en cierta ocasión a su asistente que no memorizaba lo que podía consultar es decir, porque estaba escrito. Ya sea por sentido práctico o por la profusión de detalles en la información; esta necesidad de recuperar y almacenar información sobre papel es un proceso natural para la formulación de planteamientos y generar conocimiento. Un texto claro significa ideas claras.

Partiendo de la definición elemental de lingüística podremos iniciar desde un mismo punto en relación al texto y la tipografía.

16. idem p.131.

17. Emilia, Gómez, Ferreiro, Margarita (compiladoras), *Nuevas Perspectivas sobre los procesos de lectura y escritura*, 8va edición, p.17.

“Lingüística. f. Ciencia del lenguaje. || aplicada. Rama de los estudios lingüísticos que se ocupa de los problemas que el lenguaje plantea como medio de relación social, especialmente de los que se refieren a la

enseñanza de los idiomas. || comparada. || evolutiva. lingüística diacrónica. || general. Estudio teórico del lenguaje que se ocupa de métodos de investigación y de cuestiones comunes a diversas lenguas.¹⁸

18. *Diccionario de la Lengua Española*, Real Academia Española, vigésima primera edición, 1994, p. 892.

19. * (Del lat. dialectus, y este del gr. dialejtos.) m. Ling. cualquier lengua en cuanto se la considera con relación al grupo de las varias derivadas de un tronco común. El español es uno de los DIALECTOS, nacidos del latín. || 2. Ling. Sistema lingüístico derivado de otro; normalmente con una concreta limitación geográfica, pero sin diferenciación suficiente frente a otros de origen común. || 3. Ling. Estructura lingüística, simultánea a otra, que no alcanza la categoría de lengua.

• *Diccionario de la Lengua Española*, Real Academia Española, vigésima primera edición, 1994, p. 524.

20. Bolaño, Sara, *Introducción a la teoría*

Significa esto que para poder comunicarnos debemos funcionar bajo la misma lengua; este dialecto¹⁹ crea una nueva comunidad que genera sus propios parámetros sobre los cuales habrán de referirse todos los mensajes e información disponible o posible.

“De acuerdo con el método formal, la lengua se estudia primordialmente desde el punto de vista de su función referencial; mientras que el comportamiento lingüístico con el contexto social, se estudia dentro de un universo definido: la comunidad lingüística, entendida ésta como cualquier grupo humano caracterizado por la regular y frecuente interacción a través de un corpus de signos verbales que ha surgido de grupos similares dadas ciertas diferencias significativas en el caso de la lengua.

El comportamiento de cualquier grupo social se caracteriza entre otros aspectos, por el uso de un sistema de peculiaridades lingüísticas específicas.”²⁰

En cuanto a lenguaje, la definición de la Real Academia de la Lengua Española apunta:

“(Del prov. *lenguatge*, y este del lat. *linguaticum* de *lingua*.) m. Conjunto de sonidos articulados con que el hombre manifiesta lo que piensa o siente. || 2. lengua, sistema de comunicación y expresión verbal propio de un pueblo o nación, o común a varios. || 3. Manera de expresarse. LENGUAJE

culto, grosero, sencillo, técnico, forense, vulgar. || 4. Estilo y modo de hablar y escribir de cada uno en particular. || 5. Uso del habla o facultad de hablar. || 6. fig. Conjunto de señales que dan a entender una cosa. El LENGUAJE de los ojos, el de las flores. || vulgar. El usual, a diferencia del técnico y del literario.²¹

Esta definición y sus variantes nos ilustra de la polisemia de término, tanto como de las diversas maneras y sentidos posibles de emplearlo, y su uso está en torno a la lengua involucrando el lenguaje y sus significados, son usos heredados del grupo social al que se pertenece con la particularidad expresiva del usuario, así lo que cada uno de nosotros pueda entender o deducir conforme a lo hablado está en función de lo que percibimos, de aquí se desprende que las variantes en cuanto a la expresión del mismo término son entendibles no por definición, sino por contexto.

Esto significa que dentro de lo difuso o claro de los mensajes que recibimos, existe un lenguaje no cifrado o críptico quizá, que hace posible una tolerancia a lo que no entendemos o no percibimos con claridad, dicho esto en el sentido de lo escrito, así esta relación de adecuación e interpretación de un mismo estímulo se encuentra dada en los parámetros locales en que el individuo aprendió a leer y escribir, y aun aquellos analfabetas cuentan ya con un bagaje de imágenes y referentes visuales que los facultan para poder dar su versión de un hecho común, “pero en general el conocimiento lingüístico de un individuo cualquiera suele ser superior al que utiliza en la interacción social.”²²

De esta manera cuando percibimos un texto determinado, hacemos asociaciones formales en las palabras o por la fuerza tipográfica o espacio en que se encuentran, esto da lugar a barrer el texto y en el momento en que nuestro cerebro no encuentra un referente es que hacemos un alto para averiguar que hay un error ortotipográfico o se trata de un término desconocido para nosotros.

y práctica de la sociolingüística, Trillas, 1982, p.5.

21. *Diccionario de la Lengua Española*, vigésima edición, tomo II, 1984, p. 823.

22. Sara, Bolaño, *Introducción a la teoría y práctica de la sociolingüística*, Trillas, 1982, p. 5.

“Tradicionalmente las lenguas se han clasificado de acuerdo con cuatro criterios fundamentales

- a) de acuerdo con las características que las relacionan con un ancestro común (clasificación genética)
- b) características definidas en un área común (clasificación geográfica)
- c) características que manifiestan una estructura o conjunto de estructuras comunes, - independientemente de su origen y localización geográfica- (clasificación tipológica)
- d) características de uso común o rol social (clasificación funcional)”²³

Así entre individuos como entre grupos raciales existe una manera eficaz de estar informados ya por el colorido, las formas o los medios disponibles de que el emisor haya de valerse para hacernos llegar sus ideas, esto esta sujeto a interpretación cuando de imágenes se trata, pero al estar acompañado por un texto, nuestra interpretación visual se sujeta invariablemente a los términos que el texto nos indique.

De esta manera, existe una idea, que por difundida no es la correcta, en cuanto al concepto de dialecto. Se tiene al término como la manera inferior de expresión verbal... nada más erróneo. De acuerdo con los especialistas el dialecto es la manera común de hablar de un grupo ubicado en una zona geográfica determinada, este incluye términos precisos, locuciones, jerga, modismos y hasta folclor verbal intraducible (palabras altisonantes) y tales características propias conforman un dialecto.

Pese a ello existe una posibilidad de entendimiento mínima cuando el grupo social tiene al menos, el alfabeto con el mismo origen en común, por ejemplo las lenguas romances, cuyo mismo origen da un mínimo de inteligibilidad entre individuos de zonas geográficas apartadas con sólo

Capítulo 2 el alfabeto en común, podemos valerlos de cognaciones si es escrito, o por contexto, ahora que si el intento falla, la expresión gestual es un dialecto universal y su éxito reside en el acento, pronunciación, ritmo y gesticulación, así sabemos si nuestra pregunta es bien contestada o estamos importunando a nuestro interlocutor.

“La lengua es una designación superordenada, mientras que el dialecto es una designación subordinada.

La característica fundamental que define cada una de las variedades es la relación relevante con la sociedad es decir, quien usa y cuando los componentes individuales, y con qué objeto. Todas las variedades de todas las lenguas son igualmente expandibles y cambiables; todas pueden ser reducidas e interpretadas por influencias de moldes extranjeros. Sus funciones dependen de las normas de las comunidades hablantes que las emplean. Estas comunidades y sus variedades de lengua, no son sólo sistemas interrelacionados; son sistemas completamente interdependientes.”²⁴

Si verbalmente podemos llegar a una comunicación tan exitosa, entendiendo por éxito número de usuarios, sin importar que sea precaria (por defectuosa), entonces el texto enfrenta una situación en apariencia más ventajosa, como lo es la interpretación.

47

Tanto en la lectura como en el habla, existe un elemento que pone en marcha el proceso de reconocimiento de códigos e inflexión de la voz, y ello es la atención. En la percepción de un estímulo cualesquiera, existen niveles de atención según el interés o estado de ánimo del receptor; cuando nos encontramos con un interlocutor cuyo tema de conversación nos resulta de poco a nulo interés, tratamos de sobrellevar penosamente la situación y no nos resulta simple dar por terminada la

Capítulo 2

conversación, en tanto que en la lectura basta con hacer un barrido o ubicar los títulos o subtítulos discriminando así información no deseada; un tema de poca afinidad para nosotros en el habla es a una conversación, lo que el diseño inadecuado es a un impreso.

La información da lugar a la atención; cuanto más familiar o no nos resulte un objeto o fenómeno es que podemos concentrarnos mayor o menormente en éste. Así la información es:

“Acción y efecto tanto de informar como de informarse, tendiente a reducir o anular la incertidumbre. Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada y, muy concretamente, sobre los hechos (...) cuyo conocimiento y asimilación es cuando surge la comunicación.”²⁵

En cuanto a la atención:

“Todos saben que es la atención. Es la toma de posesión por la mente en forma clara y vívida, de un sólo objeto de entre los en apariencia numerosos objetos o cursos de pensamientos simultáneamente posibles. A su esencia pertenecen la localización y la concentración de la conciencia. Implica retirarse respecto de algunas cosas para manejar eficazmente otras.”²⁶

“La oscilación de la atención puede darse de uno y hasta tres procesos habituales de información.

Dentro de cada uno de los sistemas las partes pueden ser innumerables, pero les prestamos atención colectivamente cuando concebimos el conjunto que forman.

25. Ignacio, Mota de la
*Diccionario de la
Comunicación*, tomo 2
Paraninfo, Madrid
1988, p. 31.

26. William James: *The
Principles of Psychology*,
citado en Norman,
Donald A., *El
procesamiento de la
información*, Paidós
studio 1988, p. 20.

Al parecer, la cantidad de cosas que podemos hacer depende de la dificultad de cada tarea. Una tarea bien conocida, como caminar, exige un pequeño esfuerzo y no nos impide ejecutar otra. Una tarea más difícil como caminar por una cornisa exige más concentración y puede frustrar completamente nuestros esfuerzos por mantener una conversación”²⁷

“Bartlett sostiene que recordamos organizando cosas dentro del marco de referencia de nuestras experiencias. Considera el acto de recordar esencialmente como un proceso de reconstrucción. De acuerdo con ello, nuestro plan organizativo depende en gran medida de la integración de la experiencia presente con la del pasado. A veces nos resulta difícil conciliar ambas y, como consecuencia, a menudo recordamos lo que esperábamos percibir en vez de lo que realmente percibimos”²⁸

En textos continuos, quizá como el que ahora tiene en sus manos, tendemos a imaginar o adivinar debido al contexto o porque el texto sugiere que “podría” venir a continuación, aquí la semántica y la identificación están enteramente sujetas a la atención y capacidad de identificar palabras y letras, estas unidades cuando están debidamente conformadas ofrecen una percepción óptima y una velocidad notable en la captación de la idea central, a diferencia de las palabras o letras aisladas.

Respecto a las dos últimas ideas expuestas en el párrafo anterior, sólo pueden derivar dos instancias de manera natural, una consecuencia de la otra: si las letras (tipografía), son demasiado pequeñas o poco claras, el lector no avanza en la lectura y, segunda, le produce desaliento o ansiedad el doble esfuerzo por tratar de descifrar lo que pretende ser un texto cuyo interés queda en tercer término o sin relevancia, de esta manera no es posible normar un criterio sólido en un texto defectuoso.

27. idem p. 22.

28. idem p. 175.

Capítulo 2 Podríase decir que el lector genera varios patrones que engloban posibilidades o configuraciones que le permitan entender bloques de letras, y esto a su vez descansa en un mecanismo de

“memoria visual de Corto Plazo. Ni la atención ni el reconocimiento de pauta funcionan en forma aislada. Ambos necesitan que los mensajes sensoriales entrantes sean interpretados con ayuda del contexto de los mensajes y su historia anterior. Tanto el contexto como la historia pueden tener pertinencia sólo por acción de la memoria. Para determinar el contexto inmediato de hechos necesitamos, por lo menos, un sistema de almacenamiento temporario que conserve una memoria del pasado reciente. Examinar toda la historia pasada de un hecho exige un sistema de almacenamiento permanente.”²⁹

Existe un descuido y subestima de las capacidades comunicativas de la tipografía, una letra aislada tiene en sí una intención, los volúmenes, el espacio para ella dispuesto, su tamaño, su color, todo ello le da una adaptabilidad y capacidad expresiva contenida en un signo, un dibujo.

La tipografía da matiz y concierto a ideas llevándonos a la dimensión de la interpretación, de lo no verbal, del significado de la palabra obligándonos a construir referencias visuales a partir de un mapa de signos conformados de una manera determinada, es decir el texto.

2.3 Interpretación

El primer capítulo expone un acercamiento hacia la función de la tipografía como elemento estético o literario y sus aplicaciones desde un punto de vista no especializado. Parte de ventilar nuestras primeras incursiones con la caligrafía y la tipografía como una experiencia de conocimiento cotidiano o asociación de eventos y formas bajo circunstancias específicas.

Con estos antecedentes tenemos a la vista las características que debe contener un texto de manera regular por cuanto a la forma, ya en este acercamiento veremos las cualidades de orden interpretativo para una ubicación del término en su definición más elemental:

(Del lat. *interpretari*.) tr. Explicar o declarar el sentido de una cosa, y principalmente el de textos faltos de claridad. || 2. Traducir de una lengua a otra, sobre todo cuando se hace oralmente. || 3. Explicar, acertadamente o no, acciones, dichos o sucesos que pueden ser entendidos de diferentes modos. || 4. Representar una obra teatral, cinematográfica, etc. || 5. ejecutar una pieza musical mediante canto o instrumentos. || 6. Ejecutar un baile con propósito coreográfico. || 7. Concebir, ordenar o expresar de un modo personal la realidad.³⁰

30. *Diccionario de la lengua española*, Real Academia Española, vigésima edición, p. 834.

Interpretar es producto de la información por medio de un gráfico o de un texto, gran parte de nuestros juicios de valor son a partir de un estímulo

Capítulo 2 que en este caso versa sobre el efecto que produce el leer y que al respecto encontramos:

“¿Cuanto puede verse en una sola exposición breve? Se trata de un problema importante, porque nuestra manera normal de ver se parece mucho a una secuencia de exposiciones breves. Erdman y Dodge (1898) demostraron que al leer, por ejemplo, el ojo asimila información sólo durante las breves pausas que hay entre sus rápidos movimientos sacádicos. Pero el problema de lo que puede verse en una sola exposición breve sigue sin resolverse. La dificultad estriba en que el simple expediente de instruir al observador de una sola exposición breve en el sentido de que diga lo que ha visto resulta inadecuado. Cuando se presentan taquistoscópicamente estímulos complejos consistentes en cierto número de letras, los observadores, circunstancia extraña, insisten en que han visto más de lo que después recuerdan, es decir más de lo que informan después. La pregunta, aparentemente sencilla de; “¿Qué vio usted?” exige al observador informar tanto sobre lo que recuerda como sobre lo que ha olvidado.”³¹

No es importante que un lector tenga una instrucción menor o mayor sino lo que pueda interpretar a partir de lo que ve. Tratar de alfabetizar íntegramente a una población puede ser una tarea absurda, por su superioridad numérica; es en todo caso, más práctico educar diseñadores que a una población de posibles lectores o bien derivar una especialidad de diseñadores editoriales.

31. Geroge, Sperling, “La información en presentaciones breves”, en *Procesamiento de la Información en el Hombre* Paidós studio, p. 86.

Es fácil detectar que en términos de interpretación se debe ser muy puntual en la exposición de ideas y forma de abordarlas, un enfoque erróneo puede, al igual que la interpretación misma, hacernos caer en sofismas involuntarios.

Pierce define a la semiótica como la disciplina que: "se ocupa de la semiósis, la cual es << una acción o influencia que es o implica una cooperación entre tres sujetos, como por ejemplo, un signo, su objeto y su interpretante; no pudiendo resolverse de ninguna manera tal influencia tri-relativa en una influencia entre parejas>>"³²

"... no excluyo, o mejor dicho, creo que hay semiósis, luego interpretación, en los procesos perceptivos. En este sentido la interpretación -fundada sobre la conjetura o sobre la abducción (cf., por ejemplo, el ensayo 4.2)- es el mecanismo semiósico que explica no sólo nuestra relación con mensajes elaborados intencionalmente por otros seres humanos, sino también cualquier forma de interacción del hombre (y quizá de los animales) con el mundo circunstante. Precisamente a través de procesos de interpretación nosotros construimos cognitivamente mundos, actuales y posibles."³³

"Si, por lo tanto, el problema filosófico de la interpretación consiste en establecer las condiciones de interacción entre nosotros y algo que nos es dado y cuya construcción obedece a determinadas constricciones (es el problema de Pierce, de Merleau-Ponty, de Piaget, de las ciencias cognitivas, pero, al fin y al cabo, era también el problema de Kant; así como es el problema de la epistemología de Popper a Kuhn), no veo por qué no deba mantenerse la misma actitud ante los textos producidos por nuestros semejantes y que, en algún sentido, (...) están ya allí, antes incluso de ser leídos, aunque sea bajo formas de huellas gramatológicas insignificantes para quien no conjeture su origen."³⁴

"Hace treinta años, partiendo también de la teoría de la interpretación de Luigi Pareyson, me preocupaba de definir una especie de oscilación, o de inestable equilibrio, entre iniciativa del intérprete y fidelidad de la obra. En el curso de estos treinta años, alguien se ha decantado en exceso en pro de la vertiente de la iniciativa del intérprete. El problema ahora no es decantarse en sentido opuesto, sino subrayar, una vez más, la ineliminabilidad de la oscilación.

32. Pierce, C.P. , citado en *Los límites de la interpretación*, Eco, Umberto, Editorial lumen, México 1992, p. 17.

33, 34. idem, p. 18.

Esto quiere decir que un texto carece potencialmente de fin no significa que cada acto de interpretación pueda tener un final feliz. Incluso el deconstruccionista más radical acepta la idea de que hay interpretaciones que son clamorosamente inaceptables.³⁵

Es una realidad que el texto ha ido transfigurando su carácter desde la época de los tipos móviles de Gutenberg a nuestros días. Sabemos que la presentación más formal del texto proviene de los libros, es decir como tipografía que forma palabras dentro de un texto extenso transmisor de información escrita. Una vez descubierta la versatilidad de un texto como unidad extensible o mutable de registro de expresión, las adaptaciones a diversas actividades fueron integrando a la palabra escrita la responsabilidad de difusión de sus propósitos e intenciones.

“Si con el estructuralismo se privilegiaba el análisis del texto como objeto dotado de caracteres estructurales propios, descriptibles mediante un formalismo más o menos riguroso, posteriormente la discusión se orientó hacia una pragmática de la lectura. Desde principios de los años sesenta en adelante se multiplicaron las teorías sobre la pareja Lector-Autor, y hoy tenemos, además del narrador y del narratario, narradores semióticos, narradores extraficticios, sujetos de la enunciación enunciada, focalizadores, voces, metanarradores, y siguen, lectores virtuales, lectores ideales, lectores modelo, superlectores, lectores proyectados, lectores informados, archilectores, lectores implícitos, metalectores y otros. (...)”

En cualquier caso, especulaciones diferentes, como la estética de la recepción, la hermenéutica, las teorías semióticas del lector ideal o modelo, el llamado <<reader oriented criticism>> y la deconstrucción ha elegido como objeto de investigación no tanto los acontecimientos empíricos de la lectura (objeto de una sociología de la recepción) cuanto la función de construcción del texto -o de deconstrucción- que desempeña el acto de la

lectura, visto como condición eficiente y necesaria de la misma actuación del texto como tal.”³⁶

Aun dentro de todo este aparente complejo panorama de relaciones, existe un sustento basado en la gramática visual, bajo este lineamiento:

“La articulación designa toda actividad o forma de organización semiótica que un diseñador realiza para configurar nuevas unidades de sentido, se entiende en principio como el despliegue de las posibilidades sintácticas de la forma implicando obligadamente sus interrelaciones semánticas y pragmáticas. Determina o propone aquellos procedimientos de relación de los códigos de la comunicación gráfica, integra:

Articulación

>bases de articulación

Principios de diagramación, que parte de la determinación espacial del diseño, las condiciones de fragmentación geométrica del formato, es el apoyo principal donde descansa la organización de los elementos formales

principios de clasificación, que parte de la jerarquización espacial del diseño dependiente de las condiciones del formato

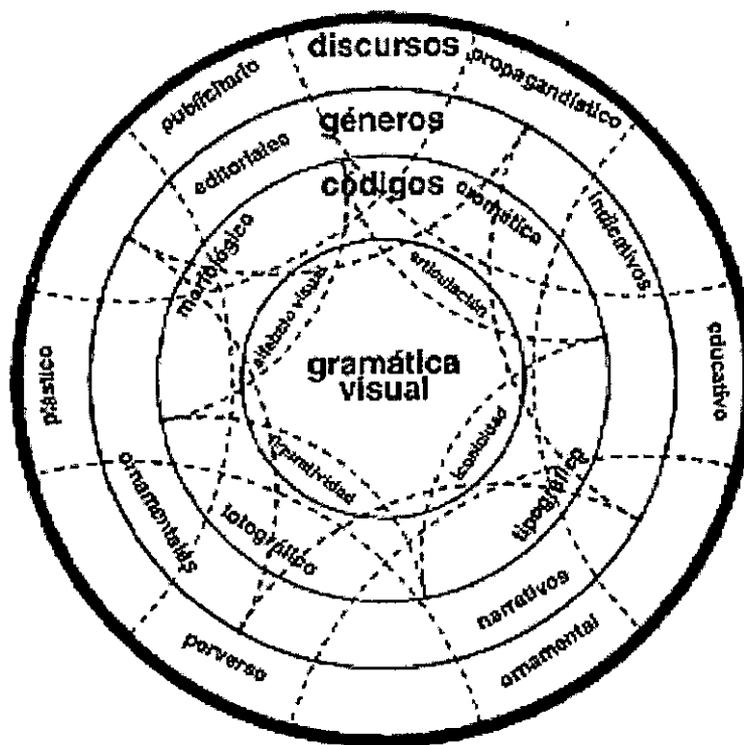
>articulación formal

alfabeto visual: incluye todos aquellos elementos morfológicos o componentes de una configuración: forma (punto, línea, contorno, plano, volumen), textura, color (tono, saturación, brillantez)

elementos dimensionales: se refiere a aquéllas características del tamaño, escala y proporción y las determinaciones para proponer primera, segunda y tercera dimensiones

elementos estucturales: refiere a las posibles relaciones de los elementos morfológicos y dimensionales: perspectiva, dirección, simetría, regularidad, yuxtaposición, interposición, secuencialidad, agrupamiento.

TEXTO VISUAL



El texto visual es la unidad pertinente de comunicación gráfica, integra la gramática visual, los géneros, los códigos y discursos en una estructura coherente (y variable) de signos que comprende las intenciones comunicativas de un diseño visual cuyos elementos y formas de articulación son múltiples en virtud de que constituye una estrategia dinámica de comunicación y tiene intenciones pragmáticas específicas, desarticularlo equivaldría a la tergiversación del lenguaje.³⁷

37. Luz del Carmen, Vilchis, *Diseño, universo...* p. 60.

>*articulación conceptual*

leyes de composición: normas que condicionan las relaciones existentes entre los elementos estructurales, nacidas de sus cualidades y condiciones, prescriben lo que se ha de hacer o lo que se ha de omitir en una configuración: ley de continuidad o del destino común, ley de la experiencia, ley de pregnancia, ley de figura-fondo, leyes de perspectiva, leyes de gravedad, leyes de contraste, leyes cromáticas

valores de la estructura: cualidades que deben satisfacer las estructuras formales: armonía, ritmo, equilibrio, movimiento, profundidad, tensión, contraste, unidad, síntesis, orden y sus posibles variaciones o alteraciones, esto se denomina anamorfosis e incluye distorsión, desestructuración, fragmentación, etc.

características semánticas: significados que resultan de una configuración: sutileza, integridad, audacia, actividad, pasividad, atracción, transición, etc. y sus posibles contrarios

Iconicidad

grado de iconicidad, es el nivel de realismo de una imagen en comparación con el objeto que ella representa, expone en sus variantes la relación entre un estímulo visual y el mismo estímulo en el campo cerebral, es decir, la relación entre la realidad y nuestra experiencia, se manifiesta en grados de **pregnancia** o similitud que da como resultado una organización visual estable.

Los grados de iconicidad pueden ser:

isomorfismo -calidad más alta de iconicidad y pregnancia-,
mesomorfismo -valor medio de iconicidad y pregnancia-,
amorfismo - grado más bajo de iconicidad y pregnancia.

El **grado figurativo** se refiere a los nombres con que se designan los valores de representación de la forma de los objetos o seres del mundo conocidos a través de la percepción visual, comprendiendo desde el más alto valor figurativo hasta la condición no figurativa se distinguen: **hiperrealismo, realismo, mesorealismo, subrealismo, abstraccionismo - y posibles intermedios-**.

No se deben confundir los grados figurativos con corrientes o estilos que tienen el mismo nombre, los primeros describen una condición de la forma y los segundos tienen implicaciones teóricas, históricas y culturales por las que trascienden como formas de pensar y analizar el arte.³⁸

Todo este acervo tiene como parámetros de acción, los diferentes grados de interpretación que el receptor sea capaz de lograr con base en la asimilación de los fenómenos, el grado de utilización de los principios de percepción e interpretación están dados dentro de la posibilidad de discriminación de la información, y de cómo la obra podía y debía prever su propio lector.

38. Luz del Carmen, Vilchis, *Diseño Universo de Conocimiento*, Claves latinoamericanas, 1999, p. 59.

39. Umberto Eco, *Los límites de la interpretación*, p. 26.

44. idem p27.

"... la transmisión de una secuencia de señales de escasa redundancia, de alta dosis de improbabilidad [así definía entonces en términos informacionales el texto artístico], requiere que entre el análisis la consideración de las actitudes y las estructuras mentales con las que el receptor selecciona el mensaje e introduce en él una probabilidad que en realidad está contenida en él, lo mismo que muchas otras, a título de libertad de elección"³⁹

(...) La atención deberá desplazarse del mensaje en cuanto sistema objetivo de informaciones posibles, a la relación comunicativa entre

mensaje y receptor: relación en la que la decisión interpretativa del receptor pasa a constituir el valor efectivo de la información posible ... Si se quiere examinar las posibilidades de significación de una estructura comunicativa, no se puede prescindir del polo <<receptor>>. En este sentido ocuparse del polo psicológico significa reconocer la posibilidad formal (indispensable para explicar la estructura y el efecto del mensaje) de una significatividad del mensaje sólo en cuanto está interpretado por una situación dada (la situación psicológica y a través de ella, histórica, social, antropológica en sentido lato).⁴⁰

Todo aquí debe contar con la constante de una buena comunicación, que su mismo uso defina al hablante con el oyente, la concordancia de uno con el otro aleja la posibilidad de la ficción en la compartición de una idea simple, así el significante, de servir para designar a un objeto, pasa al nivel de materia para la producción de significado.

En el caso de un lector que interpreta mal un texto, podemos aducir que este no era perfectamente visible o alegar que no expone claro, o que las ideas no son lo que éste expresa, aunque el lector haya querido comunicar una idea diferente; finalmente nos estamos entendiendo físicamente con el texto, no con el autor, de manera que acudir a la fiel expresión semántica, da un margen de error controlado o una idea inesperada.

El sentido de un texto declara su personalidad al crear un lazo de comunicación claro, propone un tronco común cuyas derivaciones son responsabilidad del lector y del escucha en su caso, es función del autor explicar sus intenciones pero la interpretación hermenéutica del lector, no la puede definir ni el diseñador, ni el autor mismo.

Todo este gran descubrimiento nace a la sombra de la Edad Media, momento en el que vistas las virtudes del mensaje impreso y el alcance de difusión dejaron al descubierto la amplia posibilidad de informar a públicos inimaginados.

Capítulo 2

El binomio objetividad-subjetividad, propone interpretaciones insospechadas en una época que hace a la Edad Media una divisa absolutista, en el sentido de que lo que esta escrito no puede autocontradecirse y a razón de lo cual el Renacimiento aparece como contraposición dando lugar a la más amplia gama de significados al mismo estímulo, incluyendo interpretaciones, de las más descabelladas.

En esta frontera se sostiene hoy la batalla teórica para una nueva definición del papel de la interpretación. Pero la oposición Edad Media-Renacimiento genera a su vez un polo de contradicción secundario dentro del modelo renacentista. Porque la lectura hermético-simbólica del texto puede producir dos tendencias: que el autor, buscando la infinitud de los sentidos, ha impuesto una intención en el texto o bien que el autor sencillamente instilaba tal efecto de manera que desconocía su efectos.

Capítulo 3

3.1 Fuentes

La tipografía actual es la partícula más avanzada en términos de comunicación gráfica, el más adaptable por la variedad de estilos y maneras de emplearlo, dispuesto como texto.

Actor imprescindible de comunicación con personalidad propia, ha desarrollado su existencia al grado de ser también poesía y arte a la vez, súmese a esto la capacidad de manipulación en los medios electrónicos y procesos digitales que dan a la lectura una dimensión antes no conocida, como el hipertexto en las páginas de Internet. Para ello es necesario, como ya fue advertido en la introducción, saber las características tanto de la tipografía como de las computadoras.

Quizá la referencia más difundida de un medio impreso sea invariablemente la producida por Gutenberg y su imprenta de tipos móviles, el resultado estaba sustentado en la tipografía como medio de hacer llegar a más posibles lectores la misma lectura.

Es importante anotar que a más de que fuera real la difusión de un texto por este medio de reproducción, no existía un número equiparable de lectores que pudiese enterarse de lo allí escrito; a nuestros días, siglos más tarde, la referencia se repite bajo condiciones diferentes, gracias a la posibilidad de imágenes en movimiento la tendencia es ver en vez de leer, así la lectura tal parece volver al punto en que esta práctica era privilegio de algunos pero ahora por la inercia de los medios de información y entretenimiento compiten potencialmente con la, creciente y por voluntad propia, costumbre de leer.

La revolución de las tipografías reconoce un periodo de incubación, que por varios siglos permaneció sin variaciones de importancia hasta que los avances tecnológicos empezaron a dejar de lado el antecedente de la imprenta tradicional. De esta manera se desarrollaron y diversificaron técnicas más rápidas y eficaces de reproducción, que hoy conocemos.

Las innovaciones, de donde probablemente iniciaron los desarrollos y propuestas tipográficas que hoy heredamos en nuestros impresos, fueron aportaciones de artistas plásticos, arquitectos y artesanos que, dieron al medio impreso su influencia y puntos de vista otorgándole a los impresos el valor de difusor de ideas. A diferencia de entonces, en nuestros días poseemos más recursos tecnológicos y literatura que podrían hacer de la tipografía un agente potencial de comunicación a gran escala, es decir que en la optimización del uso adecuado de la tipografía se despertaría un interés real de atención.

Podría iniciar aquí una campaña de lectura a nivel nacional con base en la buena percepción del mensaje mediante la tipografía, sin embargo es una tarea que requiere de una infraestructura muy compleja de difusión que no es objeto de este trabajo, pero sí es su objetivo el que los diseñadores, editores, formadores, hacedores de páginas electrónicas y entusiastas, que juntos no superan numeralmente a sus posibles lectores, hagan del medio visual escrito, además del fin para el cual fue ideado, un estímulo visual grato a la vista..

Recordemos que un mensaje puede ser apasionante pero al verlo presentado en un texto copioso y mal entramado, pierde toda posibilidad de ser leído, en contraste tenemos las revistas de modas o de la vida del quehacer artístico que contienen textos muy llamativos, espaciados, a todo color y con fotografías, cuyo contenido en este estudio queda fuera de discusión. Fuera del aspecto de los fotogramas y la calidad indiscutible de la impresión, estas publicaciones tienen un público más fiel que, no habrá de leer la revista en su totalidad, el hilo conductor son las imágenes que inducen a la lectura, pero si el texto es una representación gráfica por qué entonces no comunica en su justa dimensión.

3 En ocasiones necesitamos producir una publicación de bajo presupuesto o con recursos limitados, ello tiene dos vertientes: obtener el mejor provecho de la tinta y el papel o únicamente imprimir y distribuir; en esta segunda instancia es donde queda el impreso en la categoría de un papel con letras, es decir un texto sin eficacia; previo a las grandes guerras, los medios impresos se habían quedado en las imprentas y universidades, cuando los conflictos se tornaron inminentes éstos dieron un soporte de difusión sin igual debido a que no dependía de condiciones electrográficas para difundir el mensaje de que era portador.

La tipografía es la síntesis de signos y formas o combinación de ellos, da como resultado una notación amplia y matizada de cuanto queramos o podamos expresar, es con sólo esos veintitantos caracteres que se ha escrito la historia, es gracias a la evolución de la estética y la escritura que hoy podemos estar al tanto de cuanto ocurre a nuestro alrededor y enterarnos de lo que nos interesa con solo descifrar un conjunto de letras.

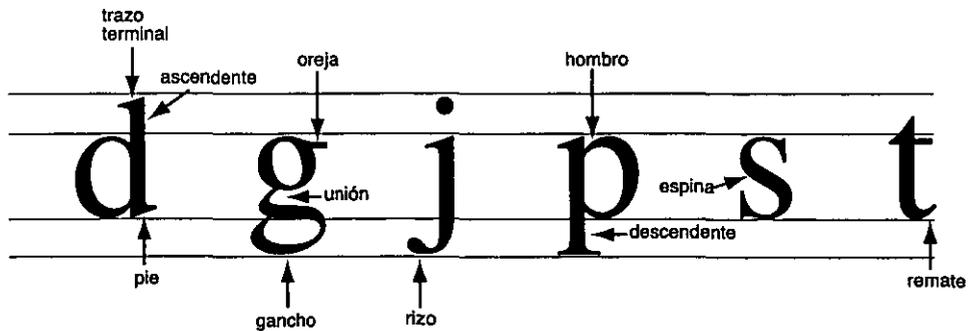
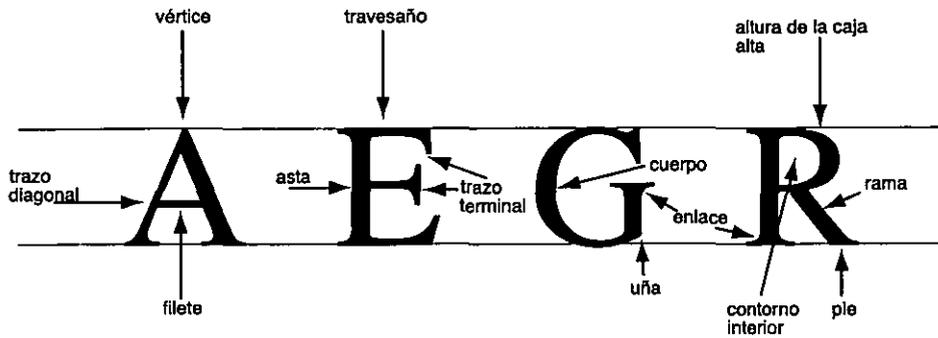
Una fuente es un conjunto de caracteres que comprende variables altas, bajas, vesalitas, mineros, fracciones, signos y signos de puntuación.

A los valores de peso, cursivas y aquellos adornos para un tipo de letra se le conoce como familia tipográfica; teniendo claro este principio y sabiendo la arquitectura de las letras podemos saber cómo manipular la tipografía sin perder valores estéticos ni de legibilidad.

Muchos términos tipográficos tienen su origen en los tiempos que el tipo era una pieza tridimensional de metal con una altura uniforme de 0,981 pulgadas (2,442 cm). La letra se tallaba en relieve en la parte superior del cuerpo de metal, el cual se entintaba e imprimía sobre una hoja de papel por medio de una platina o un cilindro de impresión. Hoy en día, los tipos se producen fotográfica o electrónicamente.

El lenguaje tipográfico es particularmente pintoresco. Ápice, gancho, cuerpo, ascendente, descendente, ojo, filete, pico, altura-x, altura de la caja alta, trazo y asta son algunos de los nombres de las partes de la

3 letra. Todos estos términos, junto con las partes de un tipo (el nombre dado al tamaño de un estilo de tipo que incluye un conjunto de letras de caja alta, versalitas, letras de caja baja, cifras, fracciones y signos de puntuación) y las diferentes variaciones en peso, ancho y cursiva del mismo estilo de tipo.



Es importante entender desde el principio que el tamaño del tipo no puede determinarse midiendo la altura de la letra impresa. Por necesidad, la altura de cada letra es menor que el tamaño del tipo especificado, de tal manera que las descendentes de una línea no tocan a las ascendentes de la línea inferior. El único método para determinar el tamaño de tipo correcto es midiendo la distancia en puntos, entre la línea base de una línea de tipo (esta es la línea horizontal sobre la cual se asienta la base de las letras de caja alta y caja baja) y la de la siguiente línea de tipo, usando una escala de profundidad. Suponiendo que no se ha añadido espacio vertical (llamado interlineado) entre las líneas, esta medida confirmará el tamaño del tipo.

Los tipos se encuentran disponibles en incrementos de 11/2 puntos. Como regla general, los tamaños de tipo menores a 12 puntos son adecuados para la composición de textos (aunque para texto continuo, donde la legibilidad es esencial, debe escoger tamaños entre 8 y 11 puntos); es aconsejable utilizar 12 puntos o más para los encabezamientos y otros propósitos de rotulación.

Los sistemas de composición de textos pueden generar tipos normalmente de hasta 96 puntos, e incluso llegan ocasiones hasta los 300 puntos o más. Los tamaños mayores pueden componerse en una "máquina de titulares". Algunos sistemas especifican la altura del tipo en términos de la altura en milímetros de las letras de caja alta. La medida por "altura de la caja alta" es más utilizada en la composición de titulares o rótulos. Otro sistema para especificar el tamaño de tipo, empleado raramente, es por unidades clave, las cuales (son unidades mayores que los puntos) también están relacionadas con la altura de las letras de caja alta.

Los caracteres tipográficos de nuestro siglo

El "Times New Roman" considerado como uno de los mejores caracteres tipográficos creados en el siglo XX, fue diseñado para el diario inglés The Times por un grupo de expertos bajo la dirección de de Stanley Morison.

Adoptado con ocasión de una renovación gráfica del periódico en 1931, fue utilizado en exclusiva durante un año y después cedido a varias fundiciones de tipos. Su gran difusión se debió principalmente a su moderna interpretación del diseño de los caracteres más importantes de los siglos XVI y XVII.

Además del "Times New Roman" unos cuantos caracteres más se utilizan actualmente en el campo editorial: no más de veinte. Todos ellos se basan en un diseño esencial semejante, con elementos diferenciadores como son las bases y los claroscuros, y están muy cuidadas las proporciones entre llenos y vacíos, así como el espaciado constante entre letra y letra. Estas repiten, en la mayoría de los casos, el diseño de los caracteres de épocas precedentes. Sin embargo es en la proyección de caracteres destinados a la comunicación publicitaria donde se encuentran las mayores novedades. En este campo, caracteres generalmente desprovistos de bases y de diseño sobrio y sintético, construido generalmente sobre el cuadrado, son los estudiados para obtener la máxima y más inmediata perceptibilidad visual. Entre estos últimos es muy utilizado la "Helvética" producido en la fundición Hass en 1957; se trata de un tipo extremadamente legible, tanto por la regularidad de su diseño como por las relaciones constantes de espaciado. La "Helvética" cuenta, además, con un gran número de variantes y ha sido realizada en versiones extrafina, fina, seminegra, negra y supernegra, tanto en redonda como en cursiva.

Los más importantes caracteres sin bases, aptos para textos de comunicación publicitaria, producidos en nuestro siglo:

Akzidenz-Grotesk

Producido por la fundición Berthold en 1898 y sucesivamente reproducido con otros nombres. En Italia tiene su cuerpo correspondiente en el Cairoli, de la fundición Nebiolo.

Futura

Diseñado por Paul Renner en 1927, para la fundición Bauer, es, después del Helvética el carácter sin bases más utilizado.

Gill

Diseñado por Eric Gill, uno de los más importantes diseñadores ingleses de caracteres para la Monotype, en 1928.

Helvética

Diseñado por Max Miedinger para la fundición Hass de Basilea, en 1957. Se le llama también, impropriamente, Hass grotesco.

Univers

Es la versión francesa del Helvética. Producido por la fundición Deberny & Peignot, según diseño de Adrian Frutiger, en 1957.

De aquí le siguen otros caracteres derivados de estos.

Baskerville

Procedente de los diseños de John Baskerville, está considerado como uno de los caracteres ingleses de transición más legible.

Bembo

Producido por diversas fábricas de tipos a finales de los años veinte, según diseño de Francesco Griffo (utilizado por vez primera por Aldo Manuzio en 1495)

Bodoni

Obtenido a partir de los diseños del Manuale tipográfico de 1788 y de 1818, este tipo ha sido reproducido en diversas variantes.

Century

Producido en Estados Unidos, en 1894, para el Century Magazine; en este diseño se encuentran elementos propios del carácter egipcio

Excelsior

Diseñado en 1913 por C.M. Griffith. Por la dimensión de la minúscula respecto a la mayúscula, es particularmente adecuado para los diarios.

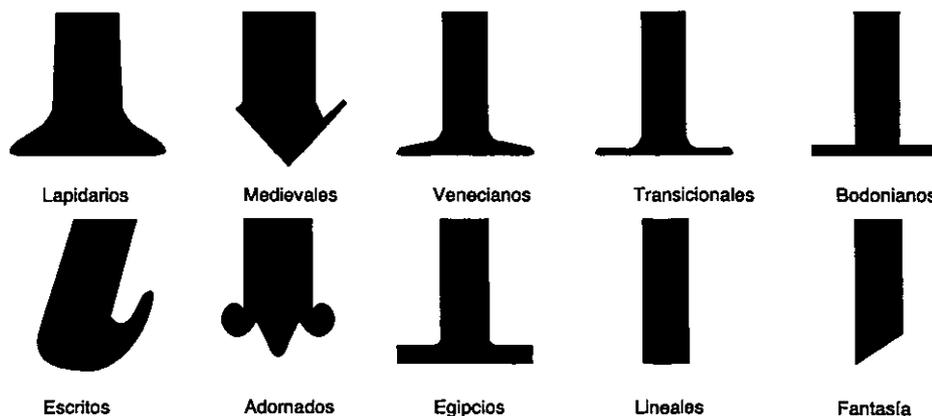
Producido en gran número de versiones, todas ellas inspiradas en el original de Claude Garamond, de 1532.

Times

Grabado para el Times de Londres en 1931. Existe también en versión para el mercado alemán, con las mayúsculas ligeramente más pequeñas para agilizar la lectura de unos textos que contienen gran número de letras mayúsculas.

Los caracteres

Se han intentado numerosas clasificaciones de los caracteres tipográficos desde un punto de vista estético. Varios expertos han dedicado a este tema tratados enteros, pero cada país se orienta según su propia clasificación, lo que genera no pocas confusiones dado que las diversas fundiciones dan a los mismos caracteres o por lo menos a caracteres similares nombres diferentes, clasificándolos también en “familias” diversas. No todas las series de caracteres están disponibles en todas sus variantes. La dimensión del cuerpo viene expresada en “puntos tipográficos” y corresponde a la altura del carácter, considerándose las partes “ascendentes” y las partes “descendentes”, mismas que pueden tener alguna de las siguientes terminaciones:



Capítulo **3** La clasificación de los caracteres

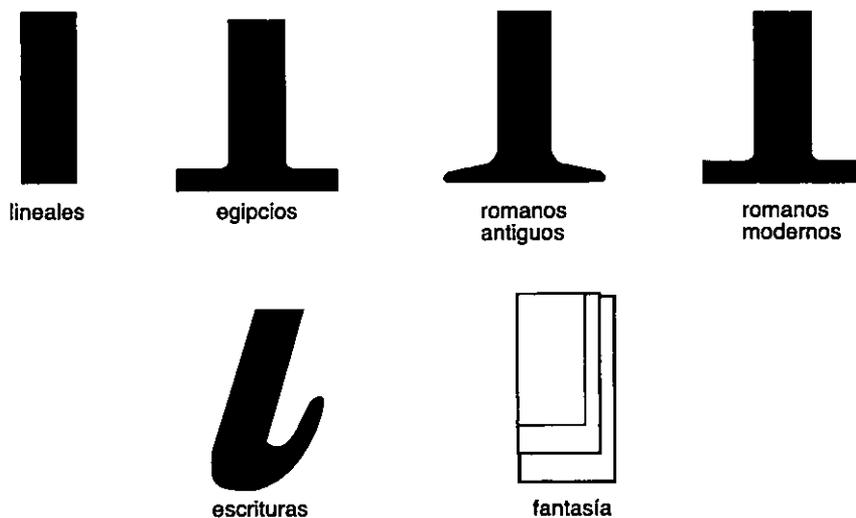
La infinita variedad existente de formas de los caracteres torna particularmente complicada la tentativa de una exhaustiva clasificación de las mismas. Numerosos dibujantes y tipólogos, y hasta comisiones a propósito de estudiosos, han propuesto en los últimos decenios diversas sistematizaciones. Varios son los parámetros adoptados para la clasificación de los múltiples estilos del carácter, en algunos casos se refieren al diseño y a la técnica de realización de la letras (Maximilian Vox, 1954), en otros a la particular forma de los trazos terminales (Aldo Novarese, 1956; Giuseppe Pellitteri).

La clasificación estilística de François Thibadeau (1924) tiene en cuenta este último aspecto; la misma, por claridad de implementación y simplicidad de términos, es habitualmente adoptada por fundiciones y talleres de tipografía para la subdivisión de los caracteres en el interior de los muestrarios.

La clasificación que sigue retoma las cuatro principales familias de caracteres descriptivos por el mismo Thibadeau, haciendo referencia además de la forma de las gracias también a la de los rasgos. Se individualizan:

- la familia de los Antiguos o bastones o Lineal
- la familia de los Egipcios
- la familia de los Romanos antiguos o Elzeviro
- la familia de los Romanos modernos o Didots.

Además las dos subfamilias de las Escrituras y de los caracteres Fantasía a los cuales se adjuntan porque se encuentran con frecuencia presentes en los muestrarios de caracteres, los dos grupos secundarios de las letras Cancillerescas y las del tipo Gótico.



■ Deliberadamente, se expone la versión de dos autores frente a las principales familias y caracteres derivados de éstas, con la finalidad de establecer un criterio para el lector especializado como para el aficionado.

■ De manera más esquematizada, tenemos una tabla de estilos de las principales familias tipográficas.

Familias	Rasgos	Gracias	Ejemplos
lineales	de grosor uniforme	no existen	A A A A A A A A
egipcios	uniformes o modulados	cortadas en ángulo recto, de igual grosor o mayor al de los rasgos	A A A A A A A A
romanos antiguos	modulados con ligero contraste	triangulares y unidos a los rasgos	A A A A A A A A
romanos modernos	con fuerte contraste clarooscuro	filiformes	A A A A A A A A
cancillerescos	a imitación de la caligrafía del hombre		A A A A A A A A
fantasía	elaboradas y decoradas en diversas maneras		A A A A A A A A
mecanográficas	para máquinas de escribir		A B O D E F G H K I J L M N O P Q R S T U V X a b c d e f g h k i j l a n o p q r e t u v x
góticos	que se inspiran en los caracteres medievales (siglos XII-XIV)		Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa

3.2 Morfología

Las correcciones ópticas

Las letras son figuras percibidas por el ojo cuyo diseño se somete a leyes físicas bien precisas como la geometría y la óptica. La sola construcción geométrica, si bien rigurosa, no le garantiza al carácter una forma armoniosa y proporcionada; para obtener esto es necesario retocar las letras en sus contornos, aplicando leves modificaciones llamadas correcciones ópticas.

Seguidamente se detallan las más utilizadas:

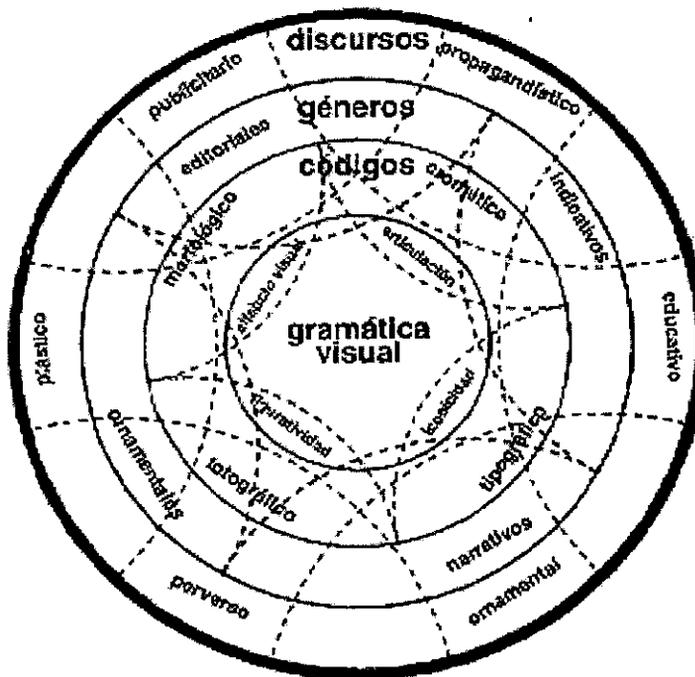
- Letras de esquema circular y triangular (C,G,O,Q,S,U,A,M,N,V) son ligeramente más altas que aquellas cuadradas (E,F,I,L,T,Z). Si todas tuvieran la misma altura, las primeras aparecerían como más pequeñas y se mostrarían como no respetado los lineamientos superior e inferior. [fig.3]
- En un plano dividido geoméricamente en dos mitades exactas la parte superior es percibida por el ojo como más grande respecto de la inferior. A fin de que las dos superficies resulten equivalentes los brazos medianos de la letras E,H,S,B,P y R deben alinearse sobre el centro óptico, colocado sobre la línea mediana sobre la cual se sustenta el centro óptico [fig. 1a,1b]
- A igualdad de grosor, el ojo lee los trazos horizontales más largos que aquellos verticales; a fin de que los rasgos de la letras puedan percibirse como uniformes, sus calibres deben ser de diferente medida. Las mismas reglas se aplican también para los trazos curvos [figs.1, 2]

• En una figura el ojo lee en primer lugar la parte alta que resulta así ópticamente preponderante respecto de la inferior; por este motivo algunas letras (B,C,E,G,K,S,X,Z) presentan una restricción en la zona superior. [fig.1,2]

TEXTO VISUAL

- 1.a. Construcción geométrica uniforme de la letra "E".
- b. Construcción modulada ópticamente corregida.

- 2.a. Construcción geométrica uniforme de la letra "C".
- b. Construcción modulada ópticamente corregida.



3. El ejemplo evidencia, con proporciones exageradas, que las letras redondas y triangulares deben tener una altura mayor que las cuadradas para aparecer iguales entre ellas.

Capítulo 3 La estructura del caracter: las superficies fundamentales

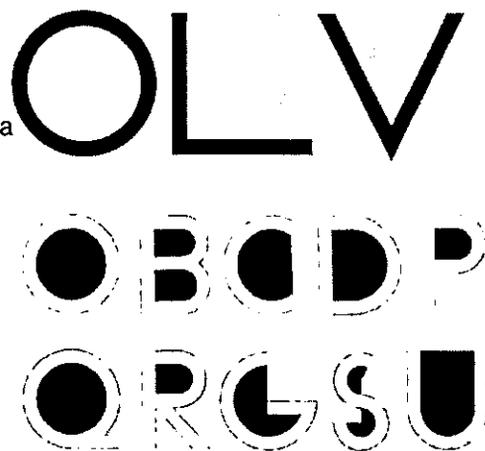
Los caracteres delimitan con sus perfiles una superficie bien precisa; la imagen de las letras nace en efecto de la equilibrada relación entre “blancos” y “negros”, esto es, de la exacta definición tanto de la forma cuanto de la contraforma o superficie de fondo.

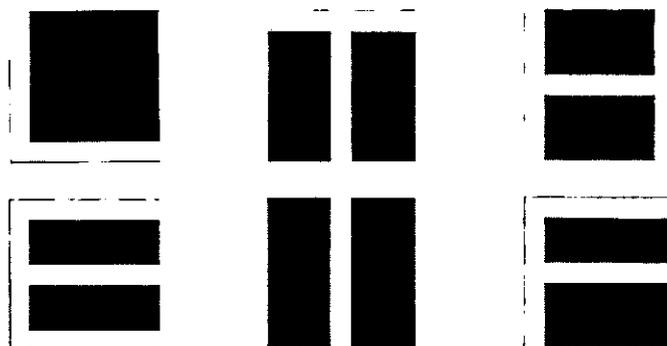
En cada alfabeto, la O, la L y la V son letras determinantes: su contorno encierra por cierto los tres espacios fundamentales sobre los cuales se estructuran todos los signos. Las tres superficies son respectivamente, las del círculo, del cuadrado y del triángulo (fig. 4) Nerdinger en su obra “Zeichen-Schrift+Ornament” (“Signo-Escritura+Ornamento”), aplicando este tipo de análisis a las letras de cualquier caracter subdivide en general los signos alfabéticos en tres clases:

1. Signos que limitan el espacio con forma de ángulo de giro abierto o cerrado (fig. 5).
 2. Signos que limitan el espacio con forma de ángulo agudo (fig. 7).
 3. Signos que limitan el espacio con forma de ángulo recto (fig.6).
- Para los casos particulares de la P, de la R y de la U, que encierran espacios mixtos, se considera relevante y más característica por la definición formal de la letra la superficie circular.

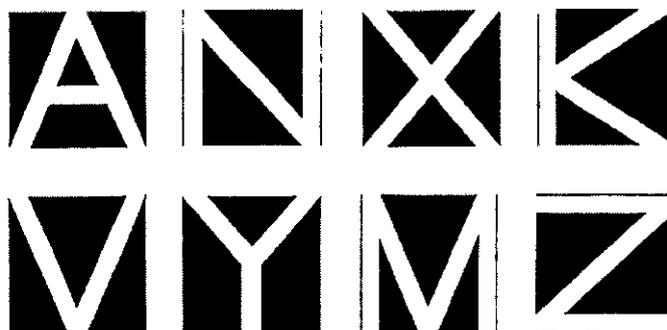
4. O, L, V, representan generalmente para cada caracter las letras que encierran las tres superficies fundamentales: el círculo, el cuadrado y el triángulo.

5. Ejemplificación esquemática de las letras que limitan el espacio con formas en ángulos de giro.





6. Ejemplificación esquemática de las letras que limitan el espacio con formas en ángulo recto.



7. Ejemplificación esquemática de las letras que limitan el espacio con formas en ángulo agudo.

Los componentes fundamentales de las letras

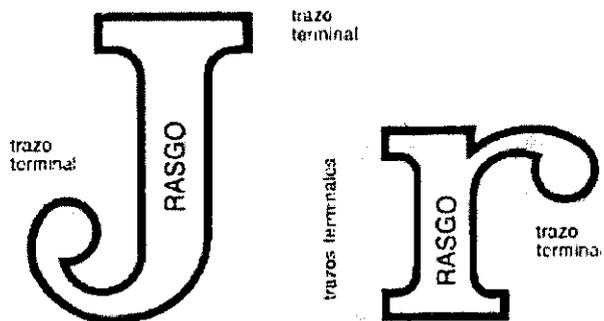
El análisis pormenorizado de las partes aisladas que componen las letras constituyen la aproximación inicial a la conciencia y a la memorización de sus formas a los fines de un correcto diseño y de una buena proyectación de nuevos caracteres.

La estructura de cada letra, sea ésta mayúscula o minúscula, se compone de rasgos en la extremidad de los cuales se encuentran los trazos terminales (fig. 8)

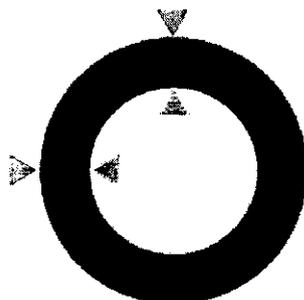
Los rasgos pueden ser uniformes o modulados (fig. 9); se llaman uniformes los rasgos que mantienen constante su grosor; se dicen modulados aquéllos que lo varían. Los trazos terminales, con las colas y las puntas de las letras pueden en cambio asumir cuatro tipos de conformaciones: en “gota”, en “botón”, en “bandera”, y en “pico” o “gancho” (figs. 10,11,12,13) . Los trazos terminales no tienen función estructural sino decorativa.

El grado de modulación de los rasgos y la forma de los trazos terminales representan los signos distintivos de las letras, los mismos determinan el estilo a efectos de ser clasificadas.

8. Individualización de los componentes fundamentales de una letra mayúscula y de una minúscula.



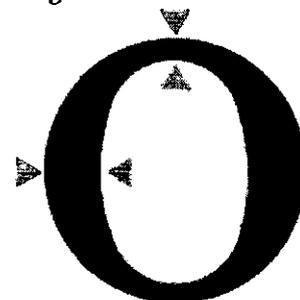
a



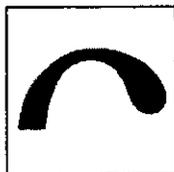
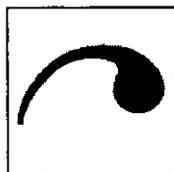
9 a. Letra con rasgos uniformes

b. Letra con rasgos modulares

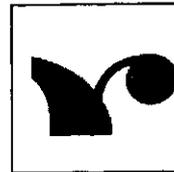
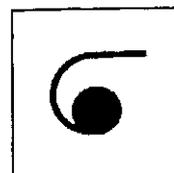
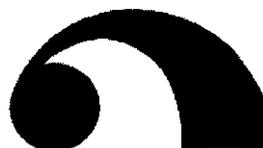
b



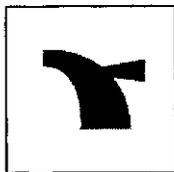
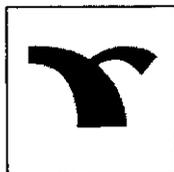
10. Ejemplo de terminación en gota.



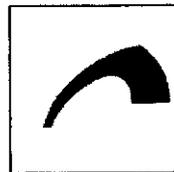
11. Ejemplo de terminación en botón.



12. Ejemplo de terminación en bandera.



13. Ejemplo de terminación en pico o gancho.



La estructura del caracter: la líneas fundamentales

Desde el punto de vista geométrico los elementos constitutivos de las letras pueden caracterizarse en cuatro tipos de líneas: rectas, fragmentadas, curvas y mixtas (fig.14)

A partir del análisis de estos elementos, es posible reconocer en cada alfabeto cuatro grupos distintos de letras.

La clasificación por líneas, aplicable a cualquier tipo de caracter, resulta más comprensible si está referida a alfabetos lineales, siendo las gracias elementos decorativos no estructurales para la forma de las letras. A los efectos de claridad y simplicidad, el ejemplo mostrado en la figura 15 pone en evidencia las líneas fundamentales de un caracter de letra mayúscula, pero la clasificación puede generalizarse tanto para la forma minúscula de las letras cuanto para los números.



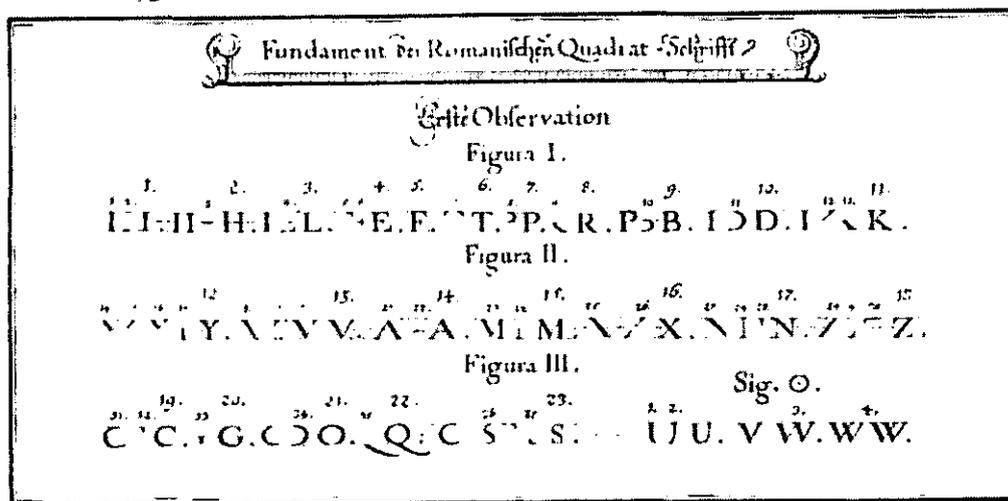
14. Los cuatro tipos de líneas fundamentales sobre las cuales se basa la construcción de las letras de cualquier alfabeto.

15. Clasificación por líneas fundamentales de las letras mayúsculas de un alfabeto lineal. Se ponen en evidencia los cuatro grupos de letras con el mismo dibujo de las correspondientes líneas fundamentales.

Capítulo 3 Derivación progresiva de las letras partiendo de los trazos fundamentales

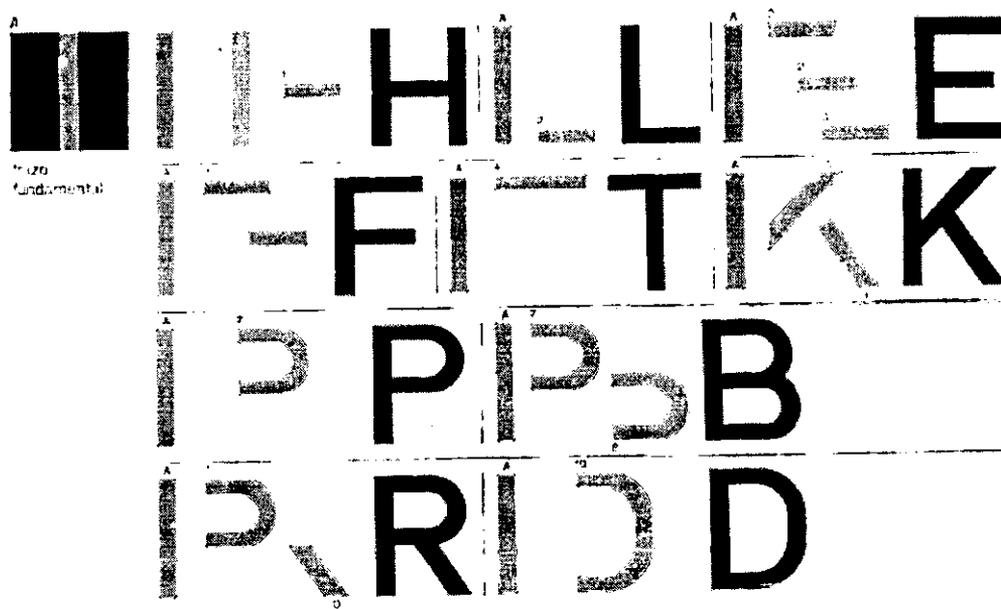
Cristoph Weigel, diseñador de letras de Nuremberg, en 1716 publica un tratado titulado El arte de la escritura. Algunas observaciones, muy interesantes desde el punto de vista del análisis de los caracteres, están contenidas en la primera parte de la obra; aquí, Weigel enfrenta el estudio morfológico de las letras capitales romanas; en principio las descompone en trazos fundamentales, después, partiendo de éstos con el agregado de algunos trazos secundarios, estudia el sistema del pasaje necesario para la reconstrucción de los signos alfabéticos (fig. 16).

El mismo en su primera "observación" explica así la importancia de un análisis realizado con fines cognoscitivos.

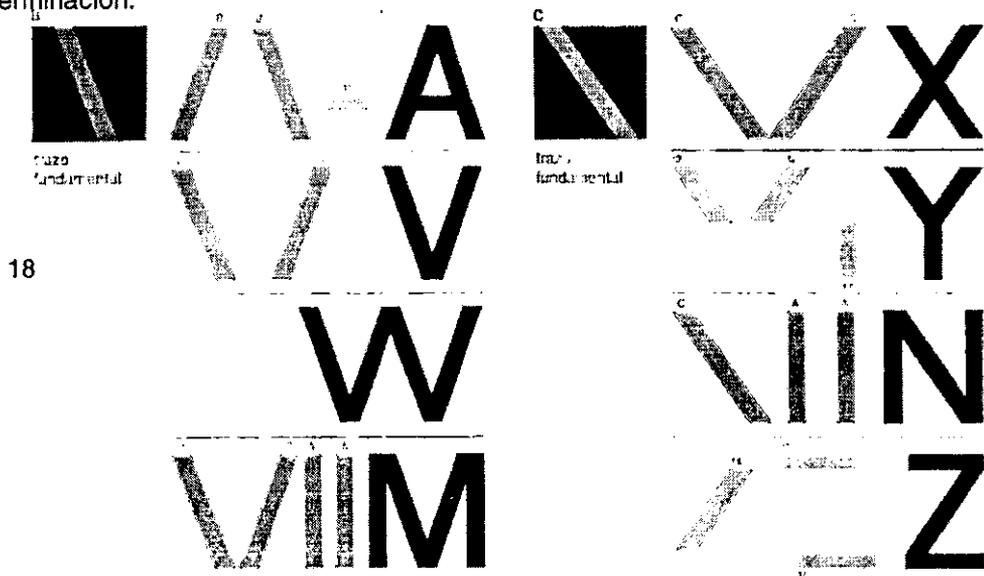


16. Tabla didáctica de C. Weigel. El método de análisis de Weigel ha sido retomado y aplicado para el estudio de un moderno carácter lineal.

ESTA TABLA FUE
DE LA BIBLIOTECA



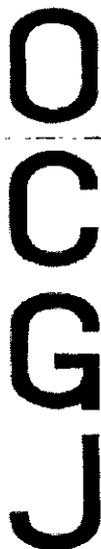
17.18.19. Están evidenciados los cuatro trazos fundamentales (uno vertical, dos oblicuos, con diferente inclinación y uno redondo) que se repiten siempre iguales en otros tantos grupos de letras; después se recompone la forma de todos los signos alfabéticos individualizando otros veinte trazos suplementarios, necesarios para la terminación.



D



Tr. LCB
Luz de pantalla



3.3 Proporciones y espacio

Los caracteres están clasificados por familias en relación con su estilo. Para una de estas clases es posible individualizar ulteriores grupos de letras haciendo referencia a la llamada gama serial que en el caracter define la amplitud, la intensidad, la ortografía, la inclinación, el cuerpo y la decoración.

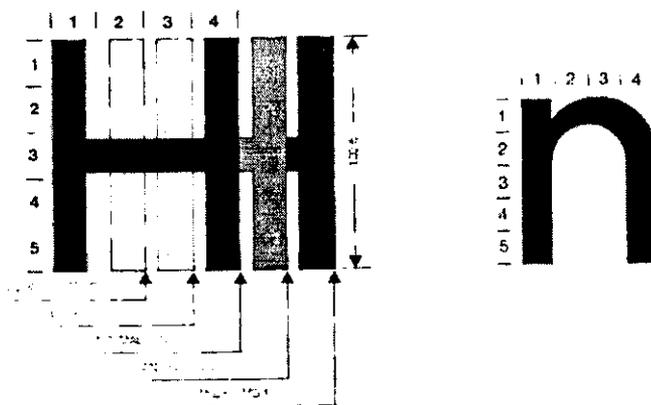
La amplitud

Adrián Frutiger en su libro *De signos y de hombres* individualiza en la letra H mayúscula de cualquier caracter el modelo que fija las proporciones a partir de las cuales se construyen todos los otros signos; en la minúscula es la letra "n" que posee las mismas relaciones. La versión normal de estas dos letras nos dice que si la altura es x , la amplitud debe ser el 80% de x . Los caracteres pueden modificar su forma normal estrechándose y alargándose; la serie completa de estas transformaciones está compuesta por los siguientes términos: estrechísimo, estrecho, normal, ancho, anchísimo (fig. 20).

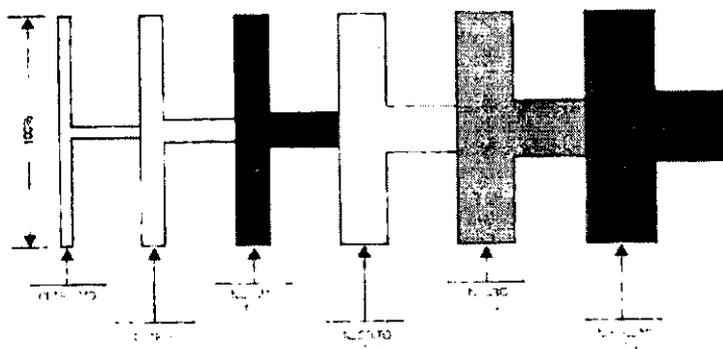
La intensidad

Una letra normal tiene el grosor de los rasgos principales igual al 15% de la medida de su altura. Las letras pueden cambiar su valor de intensidad afinando su espesor, volviéndose con ello más claras, o espesándolo, para aumentar el negro pleno y "hacer más mancha". Se reconocen seis variantes de intensidad: clarísimo, claro, normal, negrito, negro y negrísimo (fig 21).

20. Proporciones normales y variables de ancho de un caracter.



21. Variantes del valor de intensidad de un caracter.



En esta página han sido reagrupadas todas las posibles variantes de amplitud y de intensidad; apartándose del punto central, que se refiere al valor normal, la letra puede asumir diversas formas pero no puede soportar todas las combinaciones previstas por el esquema. En los casos extremos de aproximaciones de clarismo/anchismo o de estrechísimo/negrísimo la estructura de la letra resulta tan alterada y desproporcionada que se torna irreconocible y por lo tanto, ilegible.

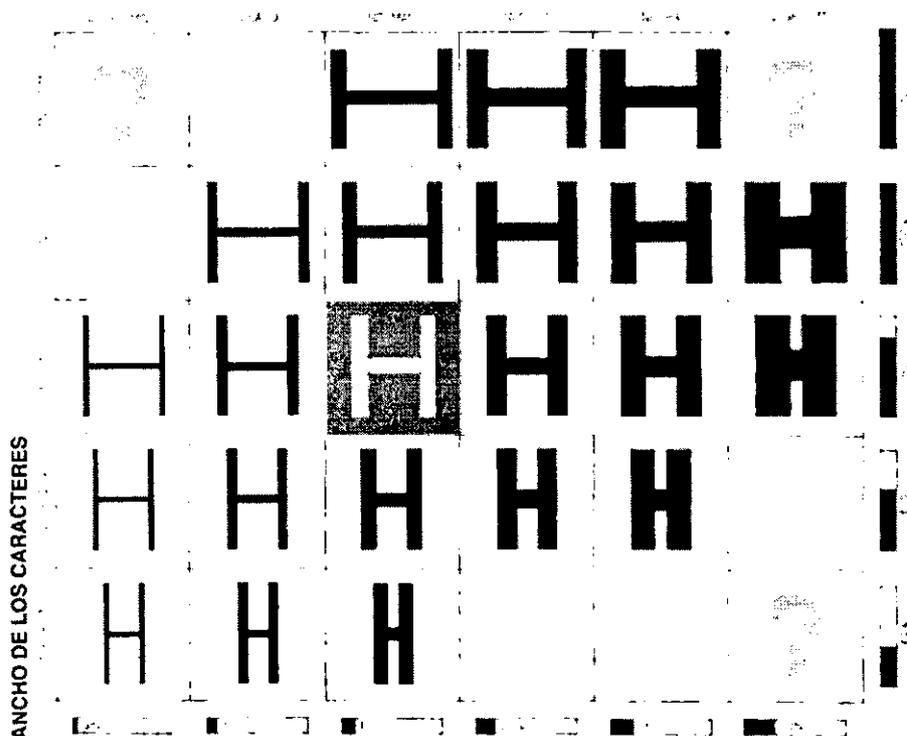
Capítulo 3 La ortografía

Cada alfabeto presenta dos versiones ortográficas: la mayúscula y la minúscula. Las relaciones proporcionales entre estas dos formas son fijas pero cambian notablemente en relación con el estilo del carácter. Todos los caracteres así llamados transparentes, es decir aquéllos adecuados a la composición de los textos poseen la minúscula y, a veces, la versalita, una forma ortográfica especial, usada en editoras para poner en evidencia algunas palabras del texto; se trata de una mayúscula igual al ojo medio de la mayúscula.

Existen en cambio alfabetos particulares que no cuentan con la minúscula; en general son aquellos decorativos, diseñados expresamente para usos publicitarios o para logotipos.

22

VALOR DE INTENSIDAD



22. Tabla de las posibles combinaciones entre variaciones de intensidad y del ancho de un carácter.

Capítulo 3 La inclinación

Las letras pueden ser derechas o inclinadas, en tipografía los términos exactos para indicar estos dos aspectos son redonda o cursiva; la última nace como simulación de la escritura manual.

La inclinación de 12° es la más correcta de expresar la forma cursiva de un carácter; las inclinaciones menores no son percibidas por el ojo, mientras que las inclinaciones más acentuadas alteran el equilibrio de la letra. La versión cursiva no conlleva una simple inclinación de la letra sino implica para numerosos caracteres una alteración de la forma misma. La cursiva tiene un “negro” diferente del de la redonda por esta razón puede ser utilizada en los textos para poner en evidencia algunas palabras o párrafos enteros.

El renglón gráfico y la distancia entre letras

El renglón gráfico es el conjunto de líneas horizontales esenciales para la determinación de las proporciones en altura de las letras. Cada caracter posee un renglón propio peculiar que fija las relaciones entre mayúsculas, minúsculas y números, entre el ojo medio de las letras, ascendentes y descendentes (fig. 23).

23



23. Esquema del renglón gráfico y posicionamiento de los caracteres sobre éste.

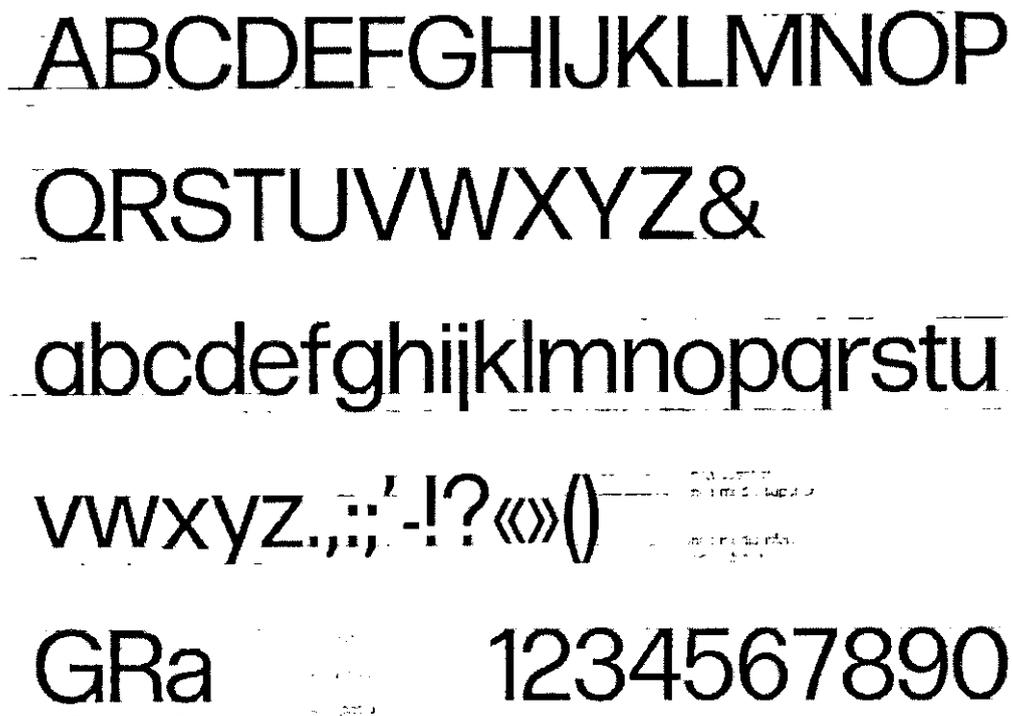
En el caso de las Lineales, las Egipcias y de las Romanas Modernas, el renglón se compone, generalmente, de cuatro espacios, y está formado por cinco en el caso de las Romanas Antiguas, las ascendentes de las cuales superan a menudo la altura de la mayúscula.

El renglón de la figura 23 constituye una esquematización útil a los fines del esbozo de las letras. Este presenta tres espacios: uno superior y uno inferior, entre ambos con una altura igual a la mitad del espacio central. La mayúscula y los números se reemplazan en el interior de los dos primeros espacios haciendo referencia a un sistema bilinear; las letras minúsculas en cambio utilizan un renglón gráfico completo (sistema tetralinear), ocupando los tres espacios principales.

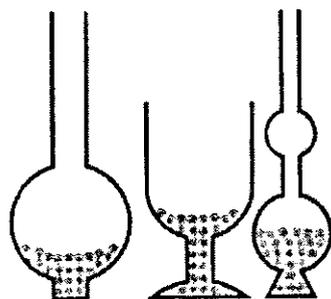
Cercanas sobre el renglón una seguida por la otra, las letras componen las palabras. Una palabra está bien espaciada si el ojo reconoce armonía y equilibrio entre la forma de las letras y la superficie que se encuentra en su entorno, es decir, entre plenos (negros) o vacíos (blancos).

El resultado de este equilibrio es un "gris uniforme", esto es una secuencia sin interrupciones a lo largo de la cual el ojo discurre sin molestias. La determinación del espacio entre los caracteres no sigue reglas fijas: por lo tanto no es posible establecer una distancia precisa y distante que separe cada letra en el contexto de la palabra.

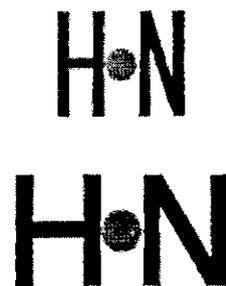
La distancia entre las letras debe ser evaluada cada vez, considerando las diferentes superficies que se crean después del acercamiento de los variados perfiles de los caracteres; en general, las letras estrechas exigen espaciados estrechos, las letras amplias espaciados más anchos (fig. 26). La distancia entre dos trazos verticales que se enfrentan en el interior de una palabra es la mayor posible.



24. Renglón gráfico del caracter lineal "Forma"

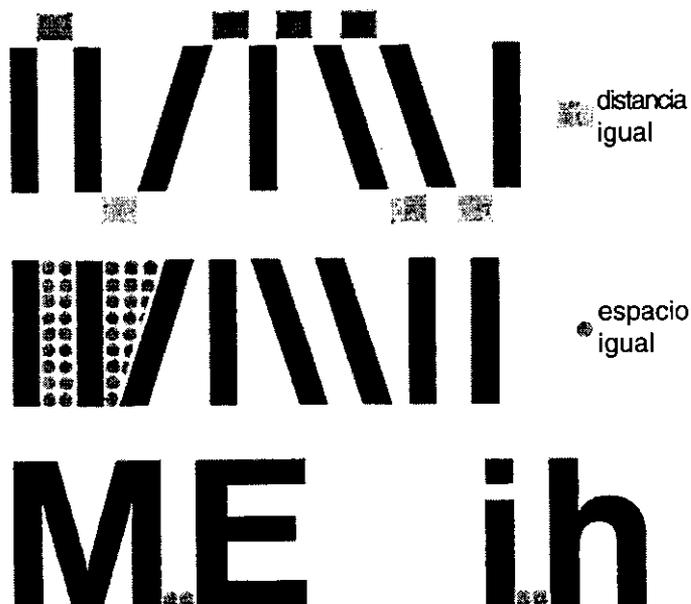


25. En la composición de las palabras la distancia correcta entre las letras se obtiene cuando los espacios delimitados por los diversos rasgos son homogéneos, es como si la misma cantidad de líquido (espacio blanco) fuese trasvasada a recipientes de diferente forma (superficies entre los rasgos de la letras)



26. El espaciado de las letras depende de la amplitud y de la intensidad del caracter.

- 27 a. Una secuencia de rasgos con diferentes inclinaciones y colocados a la misma distancia crea un conjunto no homogéneo.
- b. Una secuencia de rasgos con inclinaciones diferentes y distanciados con espacios equivalentes forman un conjunto homogéneo.
- c. En la aproximación de más letras que componen una palabra la distancia entre dos rasgos verticales que se enfrentan es la mayor posible



Las interrupciones ópticas

Un ulterior análisis del diseño de las letras es necesario para evaluar mejor los espacios blancos que se crean en el contexto de una palabra. La forma de las letras determina figuras abiertas (F,L,T) cuya superficie interna se funde directamente con la externa, y figuras cerradas (C,D,G,O,Q), que circundan vacíos muy amplios; para distanciar letras “abiertas” es entonces suficiente un intervalo menor que aquél necesario para separar las letras “cerradas”.

Existen además algunos caracteres que, encontrándose próximos en una palabra, delimitan blancos de notables dimensiones y no reducibles a posteriori (figs. 29, 30); estos casos límites pueden alterar el equilibrio compositivo de la palabra creando interrupciones ópticas entre las letras; para evitar ésto la composición de las palabras debe ser calibrada sobre la superficie determinada por el espaciado entre los rasgos que se enfrentan en la aproximación crítica (fig. 28).

28

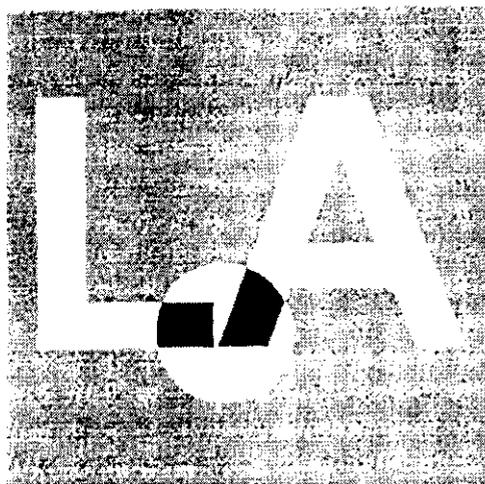
interrupción óptica

a

ELASTICO

b

ELASTICO



29

LP CT VT

CA OO LT

TT VW AT

30

28.a Espaciado errado: el espacio blanco entre las letras "L" y "A", no reducible ulteriormente, quiebra la continuidad de lectura de la palabra.

b. Espaciado correcto de la misma palabra: las superficies entre las letras ha sido calibradas sobre la base del espacio más amplio que se crea entre las letras "L" y "A". La lectura se efectúa sin interrupciones.

29. 30 Ejemplificación de algunas aproximaciones críticas entre letras; si están presentes en una palabra, las mismas pueden considerarse como referencias para determinar el espaciado de los caracteres.

La legibilidad es una de las funciones primarias que se persigue en el diseño de caracteres. No todos están, sin embargo, proyectados con la finalidad de ser simplemente leídos, en algunos casos, a efectos de una comunicación visual de mayor impacto, es más importante que el alfabeto tenga particulares características decorativas, aun en desmedro de su legibilidad.

Los caracteres estudiados expresamente para la composición de textos se definen transparentes, los mismos son por cierto solamente un medio entre el lector y la comunicación escrita y pasan a ser vistos. En el interior de esta numerosa familia de caracteres es de todos modos posible distinguir los más o menos legibles haciendo referencia a algunos criterios precisos.

- La zona fisonómica de la letra es su mitad superior, por lo tanto resultan mayoritariamente legibles los alfabetos con los trazos acentuados y con formas más articuladas (figs. 31, 32).
- El ojo reconoce más fácilmente las formas más habituales: resultan por lo tanto más legibles los caracteres que presentan gracias tales que no disturben la forma canónica de la letras (fig. 33) y las ascendentes y descendentes bien definidas respecto del ojo medio de la misma (fig.36).
- Figuras demasiado contrastadas con trazos de unión muy sutiles tienen un bajo índice de legibilidad; en los caracteres Bodoni, Didot o Normanni el ojo selecciona sólo los trazos verticales (fig. 34).
- En un caracter el perfil de algunas letras solas puede ser determinante a los fines de su legibilidad; las letras más articuladas se reconocen mejor que aquéllas con perfiles simples (fig. 35).
- El ojo percibe el contorno de las palabras y lo memoriza más fácilmente si tiene una forma sinuosa; por esta razón la minúscula se adecua mejor que la mayúscula para la composición de textos (fig. 37).

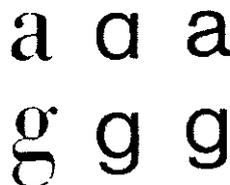
31



31.32 La parte superior de la letra es su zona fisonómica. El ojo puede reconocer una palabra leyéndola solamente en la mitad superior; los caracteres con gracias tienen una zona fisonómica caracterizada particularmente y son por lo tanto más funcionales para la lectura.



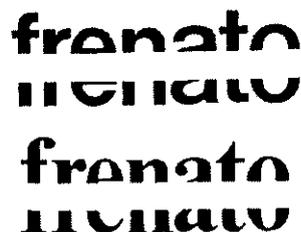
33. Trazos terminales desproporcionados respecto de la escritura de la letra tornan difícilmente reconocible la forma.



Bodoni Forma Helvética

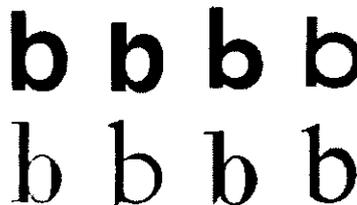
35. La letras más articuladas son más fácilmente reconocibles que aquellas con un perfil simple.

32



34. En las letras poco contrastadas el ojo selecciona sólo los trazos verticales.

Helvetica Antiqua Olive Futura Avant-Garde



Bodoni Garamond Modern Times

36. Ascendentes y descendentes bien proporcionadas respecto del ojo medio facilitan la lectura y el reconocimiento de la letra.



37. La composición en minúscula tiene un contorno más articulado que aquélla en mayúscula favoreciendo así al ojo en el proceso de lectura.

3.4 Estructura Editorial

Una invitación a leer

A lo largo de la historia de la tipografía ha ido consolidándose paulatinamente la idea de que existen unas formas correctas de las letras. Partiendo desde la inscripción de la columna Trajana, la minúscula carolingia y la cursiva humanística había sido establecido un modelo de tipografía de texto al que era obligado adherirse. Incluso para otros estilos tipográficos inaplicables a la composición de textos corridos, existen unos modelos teóricos que nos permiten establecer la calidad formal de un tipo. * Tal como escribió Edward Jhonston, padre de la caligrafía británica moderna, “el desarrollo de las letras fue un proceso puramente natural en cuyo transcurso evolucionaron tipos distintos y característicos, y cierto conocimiento de cómo se produjo nos ayudará a entender su anatomía y a distinguir las formas buenas de las malas.”

Conocidos son los ejemplos que presentara Gill acerca de la posibilidad de que una A deje de ser una A cuando pierda demasiadas de sus características estructurales. La rotulación es un arte preciso estrictamente sujeto a la tradición” escribió el prolífico diseñador británico. “La noción del ‘Nuevo Arte’ de que se pueden hacer letras con cualquier forma que se desee es tan loca como la noción, si es que alguien tiene esa opinión, de que se pueden hacer casas con cualquier forma. No se puede, a no ser que viva en una isla desierta.

Stanley Morison, otro famoso tipógrafo británico del mismo periodo, escribió en sus Principios fundamentales de tipografía que “en la impresión de libros destinados a ser leídos hay poco hueco para la

tipografía brillante y que para que un tipo nuevo tenga éxito, tiene que ser tan bueno que muy pocos se den cuenta de su novedad.

Este estado de opinión, referido como se ve a la composición de los libros, fue aceptándose hasta el extremo de que determinada concepción de la legibilidad se ha considerado durante décadas válida para todas las situaciones e inmutable.

Legibilidad

La legibilidad es, en contra de esta creencia un factor cambiante. El mismo Morison criticó a los teutones -en clara referencia a Jan Tschichold y su Nueva Tipografía- que defendían la composición asimétrica y el uso exclusivo de los caracteres de palo seco por considerar que estaban dinamitando la legibilidad tradicionalmente establecida. Sus detractores, en cambio le han acusado desde entonces de anquilosamiento, de estar petrificando unos criterios que habían sido mudables desde la invención de la imprenta. La vuelta de Tschichold a la composición centrada en los últimos años de su vida, que fue criticada abiertamente por quienes habían sido sus seguidores, parecía alimentar la tesis de que era Morison quien estaba en lo cierto. Pero no es exactamente así. Uno y otro tenían su parte de razón. Baskerville, otro gran impresor, editor y diseñador de tipos inglés del siglo XVIII, fue acusado en su época de querer dejar ciegos a los lectores (debido a los trazos finos y estrechos de sus letras).

Se lee mejor lo que se lee más

“La legibilidad es la neutralidad - explica Zuzana Licko -. Se leen mejor las tipografías más populares. Su popularidad las ha hecho desaparecer del reconocimiento consciente.

Poco después es difícil afirmar si son tan fáciles de leer porque se usan tanto o si se usan tanto porque son tan fáciles de leer. Los estudios de legibilidad son realmente procesos a posteriori. Estos estudios pueden, por ejemplo, mostrar que Baskerville es significativamente más legible

que Souvenir y que Baskerville es sólo marginalmente más legible que Times. Pero no pueden probar que Baskerville o cualquier otro ojo es el ojo legible definitivo, dado que ello no puede comprobarse en relación con los ojos que todavía no se han diseñado. Incluso leyes que se dan todavía por buenas pueden haber sido rebatidas hace tiempo mediante los pertinentes estudios de legibilidad.

Uno de los mitos que más veces he visto repetido, incluso en los mismos años, es que los ojos de paloseco se leen mucho peor que los ojos con remates, cuando lo cierto es que Richardeau demostró ya en 1969 que el hecho de que los tipos tengan o no remates es un factor irrelevante en sus ratios de legibilidad. Y es evidente que tal noción tiene su origen en estudios anteriores realizados en un momento en el que no era habitual el uso de los caracteres de palo para la composición de textos.

Pensemos, análogamente, que hasta hace poco en Alemania -hasta Göbbels persuadió a Hitler de que tendría más éxito en su funesto propósito si se imponían los caracteres redondos (El 3 de enero de 1941 se decretó que el 'llamado tipo gótico era un invento judío y que, por tanto en adelante sería el tipo "Antiqua" la escritura normal del pueblo alemán', decisión que a pesar de su estúpida argumentación, fue lo único que hizo Hitler en pro de la civilización alemana)- se componía con letra gótica - que calificaríamos actualmente de cualquier cosa menos de legible- y la gente leía perfectamente.

De igual modo, los lectores de comics leerán seguramente con mayor facilidad los textos compuestos en versales que el resto de los lectores.

Lenguaje y Lenguaje tipográfico

La perplejidad aparece cuando se observa que con tanto desparpajo el orden de una buena parte del diseño actual es tan caótico, pero el hecho quizá esté más relacionado con la crisis del lenguaje que con ninguna otra cuestión. "El contenido se reemplaza por la ilusión de contenido; si no tienes nada que decir, dílo de la manera más complicada posible"

afirmó April Greiman criticando muchas de las piezas significativas del panorama del diseño gráfico de 1991.

Esta crisis del lenguaje no es una consideración que sea ajena a los diseñadores y hay quien ha advertido que “quizá se deba simplemente a que en la actualidad los textos son tan terriblemente pobres que nadie deseará leerlos a pesar de todo” y que “cosas como Beach Culture y lo de Cranbrook* son el resultado directo de diseñar a partir de textos que no merece la pena leer o que “la tipografía ilegible viene de la mano de los textos asquerosos”.

Otros diseñadores, particularmente Neville Brody con su proyecto Fuse, han sido capaces de afrontar el problema desde un punto de vista más optimista, intentando aprovechar una situación de facto en lugar de luchar contra ella.

Tomando como punto de partida la percepción de que “el lenguaje está ya en proceso de desintegración” Fuse no intenta desintegrar el lenguaje sino prestar atención a ese hecho. Sea como fuere lo más importante quizá sea no perder de vista que no hay una única forma de diseño.

Lo que es apropiado en un caso puede ser totalmente desaconsejable en otro. “La adecuación es la regla para medir si la tipografía debe ser legible o ilegible” ha escrito Michael Vanderbyl. Me gusta pensar que el criterio de pertinencia es el más apropiado para juzgar en primera instancia la calidad de un diseño, porque la palabra pertinencia tiene la misma raíz de la palabra pertenencia. Si aquello funciona, viene a propósito del mensaje previo o conduce a un buen resultado, es porque de algún modo le pertenece; estaba latente en el punto de partida.

Interlineado

Si no se inserta un espacio vertical adicional entre las líneas de tipo se dice que la composición es sólida. El espaciado interlineal se conoce por “interlineado”, y se hacía originalmente colocando tiras de plomo entre las líneas de tipos metálicos. En ocasiones también se especifica en

milímetros. Al igual que ocurre con los tamaños de tipo, el interlineado se puede aumentar o disminuir en incrementos de 1 1/2 puntos.

La cantidad de interlineado necesario depende del tamaño de tipo, la altura-x de la fuente, la longitud de la línea (medida) y la longitud de las ascendentes y descendentes. El exceso o la falta del interlineado dificulta la legibilidad.

En situaciones en las cuales la legibilidad no es de importancia primordial, un interlineado generoso puede crear interesantes efectos de textura. La manera normal de expresar el tamaño de un tipo y su interlineado es, por ejemplo, 8/9 puntos - en otras palabras, un tipo de 8 puntos con interlineado de 1 punto.

El ancho de columna

El ancho de columna es la dimensión de la línea y se especifica normalmente en cíceros, aunque a veces también en milímetros. Para decidir el ancho de columna correcto es esencial considerar el tamaño del tipo y el espacio entre las líneas.

Esta es una relación tripartita crítica que si no mantiene un perfecto equilibrio afecta gravemente a la legibilidad. Para tamaños de texto continuos (8 a 11 puntos) se requieren de 60 a 65 caracteres para obtener una legibilidad óptima.

Espaciado, unidades y cuadratines

La anchura de un tipo se conoce como espaciado y se mide en unidades que son pequeñas, iguales y verticales. El número de unidades por la letra varía de acuerdo a la anchura total de la letra. Es más, el tamaño de la unidad está gobernado por el cuadratín, que es el cuadrado del tamaño del tipo. Por ejemplo el cuadratín de un tipo de 10 puntos es 10 puntos. El número máximo de unidades del cuadratín varía según el sistema de composición -cuadratines de 18, 32, 34, 64 o 96 unidades son configuraciones comunes. En un sistema básico de 18 unidades, una M de caja alta (la letra más ancha) tiene 18 unidades, la "o" de caja baja,

10 unidades y la “i” de caja baja, 4 unidades. De forma similar, el valor unitario fluctúa en una fuente y otra. Por ejemplo, una letra de una fuente condensada tiene un número menor de unidades que la letra correspondiente en una fuente expandida. (...)

Espaciado de letra y de palabra

Los sistemas de composición tipográfica que ofrecen cuadratines con más número de cuadratines son los que permiten obtener un mayor grado de control sobre el espacio e la letra y la palabra. En muchos sistemas de fotocomposición o de composición digital, el número de unidades de espacio entre palabras es infinitamente variable y se especifican usualmente en más o menos unidades de espacio, o en términos más generales como normal, suelto o compacto. El menor incremento posible del espacio es de 1/2 unidad. Como regla, la cantidad óptima de espaciado entre palabras es equivalente a la anchura de una “r” de caja baja.

El espacio entre letras puede ajustarse y especificarse de la misma manera. El valor unitario de una letra incluye un espacio incorporado a ambos lados para el espaciado interletra o intercarácter.

Cran

En la composición metálica, algunas combinaciones de letras como “Ti”, “Yi” o “fi” contienen desagradables espacios anchos entre ellas. Para disminuir estos espacios, estas combinaciones se fundieron como un solo tipo, llamado “ligadura”. De forma alternativa, en los tipos de tamaño mayor se tallaron unas muescas para que pudieran encajarse y ajustar mejor. Esto se conoce como cran (o en ocasiones tipos cajeados)

La personalidad del tipo

Los tipos pueden expresar estados de ánimo, emociones o asociaciones con firmas empresariales particulares, productos, estilos de vida o

periodos históricos. Los tipografos pueden explotar estas cualidades mediante la utilización de tipos adecuados. Los tipos de palo seco sugieren mecanización y robustez; los manuscritos son delicados y refinados y los de Palo Seco de estilo Geométrico, como Futura, se asocian con simplicidad y el modernismo. Otros tipos pueden escogerse por sus formas atractivas o las cualidades abstractas de sus letras. Pueden ser comprimidas, expandidas, angulosas, redondas, etc. Alternativamente, una fuente puede escogerse en razón de su armonía estética con la forma y estilo de las imágenes que la acompañan. El estado de ánimo y la textura también pueden reforzarse por la manera de emplear el estilo del tipo.

La combinación de tipos

Al combinar tipos puede producirse una obra tipográficamente más rica. Sin embargo, resulta esencial la elección de tipos que evidencia un fuerte contraste de estilos, la combinación de un tipo de palo seco con gracias es el más obvio. Mientras que es habitual la mezcla de un estilo de tipo de rotulación con un estilo diferente de fuente de texto, el empleo de más de dos estilos distintos en un mismo proyecto puede ser visualmente confuso para el lector.

Finalmente, y ya que hemos leído atentamente todos estos criterios, a continuación se ilustran casos basados en nuestra lectura previa, esto es, la aplicación de estas normas mínimas cuando el manipulador u operario tiene, debe o quiere hacer algo innovador con la tipografía previo a la muestra del estudio de caso.

Antes de iniciar cualquier fusión o convivencia de estilos es preciso:

- tener conciencia de cual es el tipo y cual su contexto histórico
- sepamos que imagen transmite el estilo de tipo
- familiaricémonos con una serie de tipos
- estudiemos las características de legibilidad
- experimentar con mezclas de tipos

- rechazo de combinaciones no legibles
- probar con espacios alternativos entre palabras y letras
- probar variaciones
- variaciones de cuerpo y grosor de tipo
- valoración de los resultados

Las limitaciones pueden no tener lugar cuando hacemos experimentación plástica.

El empleo de programas como *illustrator*, *freehand*, *fontographer* o *photoshop*, pueden lograr combinaciones ingeniosas, debido a los recursos de la manipulación de la tipografía. Es necesario tener conocimiento previo de sus características así cualquier modificación por pequeña que sea será más afortunada que si solo nos aventuramos a experimentar sin directriz alguna.

Con base en la función vital de la tipografía, de poder leer en un texto continuo o un párrafo, las limitaciones van en primer lugar en que el tipo no sea demasiado pequeño, de manera que leer nuestro texto no sea una tarea extenuante. Consideremos también que condensar demasiado o emplear *extra bold* o *super negras* en un texto puede generar desinterés.

Con los programas de manipulación vectorial, se pueden lograr resultados sorprendentes, no obstante es preciso saber los alcances de las herramientas de manipulación, de manera dentro del desarrollo de un proyecto podamos explotar lo necesario para hacer perceptible un mensaje. Es oportuno dejar claro que no porque la computadora pueda ejecutar múltiples efectos a un mismo cuerpo, debemos practicarle todos, tengamos presente la función elemental de comunicar de la tipografía.

En cualquiera de estos dos casos, es necesario tener presente la calidad del papel o la superficie de soporte, esto permite tomar una decisión para que al hacer una impresión la tipografía no demerite sus características

Capítulo 3 de ser perceptible ya sea por distorsión en el caso de hacer una ampliación o por una aplicación deficiente de los criterios mínimos.

Las reglas a seguir son sencillas de aprender, basta saber que cada letra requiere de un espacio vital para su acción grupal o en conjunto, podemos hacer combinaciones de múltiples familias en un mismo espacio, pero lo que hace perceptible ese conjunto es que cada letra conserve el máximo de sus características particulares, habrá desde luego aquéllas que destaquen por sus valores de negros, blancos y de color, pero ello de nada habrá de servirnos si dejamos fuera la estructura elemental de una letra y el control de sus líneas.

Como parte de la formación profesional de un diseñador estaría el tomar un curso básico de diseño gráfico por computadora y documentarnos de acuerdo a las pretensiones de nuestro proyecto, son herramientas básicas; en los capítulos precedentes se exponen características elementales de la tipografía, desde los aportes de la escritura y sus variantes hasta las características visuales que requiere cada elemento de escritura.

En las páginas siguientes se ilustran algunas posibles combinaciones de tipografía, en todas ellas existen dos fuentes diferentes interactuando sin perder sus propiedades.

mezcla
tipos

El libro del
AMOR

En España muy pocas mujeres ocupan puestos directivos, pero eso tiene poco que ver con su condición de mujer. La junta directiva de una empresa privada está formada por sus dueños. Por ejemplo, nosotros somos una empresa privada, no una pública, y nuestra junta directiva está compuesta por los propietarios de la compañía. Uno o dos son mujeres, pero no luchan por los derechos de las mujeres.

En España muy pocas mujeres ocupan puestos directivos, pero eso tiene poco que ver con su condición de mujer. La junta directiva de una empresa privada está formada por sus dueños. Por ejemplo, nosotros somos una empresa privada, no una pública, y nuestra junta directiva está compuesta por los propietarios de la compañía. Uno o dos son mujeres, pero no luchan por los derechos de las mujeres.

tr3s Estaciones

*La
escala*

Tenemos aquí algunas de las múltiples maneras en que el texto, puede ser adaptable a una intención sin perder sus propiedades, tanto formales como de legibilidad.

Capítulo 4

4.1 Estudio de caso

Publicación: Revista

Nombre o denominación: Comunicando Graficando

Este capítulo ha sido reservado con el propósito de dar registro de los errores que se cometen dentro del ámbito del diseño en una sola publicación y presuntamente por diseñadores.

Previo al caso principal se exponen otros ejemplos que ilustran irregularidades que se reproducen por miles.

El espécimen tiene la particularidad de ser un medio impreso que se distribuye en 16 universidades de México, es decir para jóvenes principalmente, y cuyo cuidado editorial se presume habría de estar a cargo de un diseñador gráfico.

Se trata de la “revista comic-universitaria” que a simple vista es un entusiasta ejemplar que se distribuye gratuitamente, y que más valdría que lo pagaran los consumidores finales en aras de exigir calidad en el diseño.

La presencia de la revista es de primera línea; en la primera y la cuarta de forros disfrutamos de la seda que cubre el cuché plastificado con una calidad de impresión irreprochable, los interiores bajo las mismas características de impresión, sin el plastificado naturalmente, y la irremediable detección del contenido, punto donde habremos de reparar.

Capítulo 4 Los detalles, si no se cuidan salen a abrir la puerta a las críticas corrosivas. Antes de empezar con las observaciones es capital aclarar que es este un análisis constructivo encaminado a poner mayor atención por aquellos que debieran velar por los estándares de calidad mínima, de manera que los defectos encontrados serán señalados partiendo de la portada, considerando que este es uno de 8000 ejemplares para el número 22, encuentro oportuno prevenir a los diseñadores y aquellos quienes autorizan figurar en la solapa de esta revista, de la mala imagen que un “descuido” puede prodigarnos, pretendo con ello evitar en lo posible que los defectos se vuelvan característica en un futuro inmediato.

A fin de no hacer de esto un festín de puristas, sólo serán resaltados aquellos defectos que tengan que ver con percepción, legibilidad y texto continuo.

Capítulo 4

Previo a revisar el caso principal, veremos algunos ejemplos en impresos con el fin de mostrar otros defectos no incluidos en el estudio original.

Primer a Sem ana de Cine Alexander Bain
De 27 a 29 de marzo de 2000
Las películas 497, Jacopac San Ángel
\$ 15.00 por película, Bono \$80.00

http://www.cine.com.mx/semanadecine.html

Exceso de espacio del interletraje • Cartel

En este primer caso, fragmento de un cartel, la tipografía es tan condensada y tan separadas las letras unas de otras que implica un doble esfuerzo para comprender el conjunto gráfico así como el mensaje, que, debido a que se encuentra justificado da la impresión de no querer incluir un dato más a costa de lo que sea.

							1											1	2	
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23
23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30	31	24	25	26	27	28	29	30		
30	31																			
OCTUBRE							NOVIEMBRE					DICIEMBRE								
D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	3	4	5	6	7	8	9			
8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11	10	11	12	13	14	15	16
15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18	17	18	19	20	21	22	23
22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25	24	25	26	27	28	29	30
29	30	31	26	27	28	29	30	31												



• TIERRA FIRME

EDITORIAL TIERRA FIRME S.A. DE C.V.

Privada de la Providencia No. 38,

Col. San Jerónimo Lídice,

C.P. 10200, México D.F.

Tels.: 595 15 17 595 34 16 Fax 681 49 15

e-mail: 105310.2055@compuserve.com

CALIDAD,

VERSATILIDAD Y

S E R V I C I O S :

• **IMPRESA:**

Impresora offset Heidelberg
Speedmaster computarizada.
Libros, revistas, folletos,
trípticos, posters, etc.

• **DISEÑO POR COMPUTADORA:**

Imagen corporativa, diseño editorial

Tenemos aquí el efecto de dominó en franco contraste en blanco y negro, tal combinación genera confusión, son muchas variantes de color en un área tan restringida de manera que el ojo tarda más de lo normal en percibir la intención del conjunto.

Ahora bien en el caso de este texto, aquí a tamaño real, independientemente del palpitante tema que trate, al cabo de 15 o 20 páginas como esta estaremos a merced de una ansiedad compulsiva que nos aleja del eventual interés del tópico.

La pregunta prudente es: ¿Qué hay de los puntos y aparte?

Las sangrías dan descanso a la vista y ofrecen personalidad al texto.

No basta que la casa editorial sea muy renombrada, un libro no es una plasta de letras con un tema por desentrañar.

Libido que animen un mundo original, den valor o significación sexuales a los estímulos exteriores y designen para cada sujeto el uso que de su cuerpo objetivo hará. Es la mismísima estructura de la percepción o de la experiencia erótica lo que está alterado en Schneider. En el sujeto normal, un cuerpo no solamente se percibe como un objeto cualquiera, esta percepción objetiva está habitada por una percepción más secreta: el cuerpo visible está subtendido por un esquema sexual, estrictamente individual, que acentúa las zonas erógenas, dibuja una fisionomía sexual y reclama los gestos del cuerpo masculino, integrado a esta totalidad afectiva. Para Schneider, por el contrario, un cuerpo femenino carece de esencia particular: es sobre todo su carácter, dice él, lo que hace atractiva a una mujer; por el cuerpo son todas semejantes. El contacto corporal estrecho no produce más que un «sentimiento vago», el «saber de algo indeterminado» que nunca basta para «lanzar» la conducta sexual y para crear una situación que exija un modo definido de resolución. La percepción ha perdido su estructura erótica, tanto según el espacio como según el tiempo. Lo que ha desaparecido en el enfermo es el poder de proyectar delante de sí un mundo sexual, de ponerse en situación erótica o, una vez la situación esbozada, de mantenerla o proseguirla hasta su satisfacción. Ya el término satisfacción no quiere decir nada para él, por falta de intención, de iniciativa sexual que reclame un ciclo de movimientos y de estados, que los «ponga en forma» y que halle en ellos su realización. Si los estímulos táctiles, que el enfermo utiliza muy bien en otras ocasiones, han perdido su significación sexual es que han dejado, por así decir, de hablar a su cuerpo, de situarlo bajo la relación de la sexualidad, o, en otros términos, que el enfermo ha dejado de dirigir al contexto inmediato esta pregunta muda y permanente que es la sexualidad normal. Schneider, y la mayoría de individuos impotentes, «no están en lo que hacen». Pero la distracción, las representaciones inoportunas no son causas, son efectos, y si el sujeto percibe fríamente la situación, es, ante todo, porque no la vive ni está comprometido en ella. Adivinamos aquí un modo de percepción distinto de la percepción objetiva, un género de significación distinto de la significación intelectual, una intencionalidad que no es la «pura consciencia de algo». La percepción erótica no es una *cogitatio* que apunta a un *cogitatum*; a través de un cuerpo apunta a otro cuerpo, se hace dentro del mundo, no de una consciencia. Un espectáculo tiene para mí una significación sexual, no cuando me represento, siquiera confusamente, su relación posible con los órganos sexuales o con los estados de placer, sino cuando existe para mí cuerpo, para esta potencia siempre pronta a trabar los estímulos dados en una situación erótica y a ajustar una conducta sexual a la misma. Se da una «comprensión» erótica que no es del orden del entendimiento, porque el entendimiento comprende advirtiendo una expe-

- Cualquier revista cita de manera modesta el mes de referencia del ejemplar que ostenta usted, y en la parte legal sólo menciona que “es una publicación mensual”.

COMUNICANDO GRAFICANDO

REVISTA COMIC UNIVERSITARIA 2000 No. 22 PRECIO MEX \$10.00



**INTERNET
FASHION**
Amplio tejido
mundial

abriendo
ventanas...
**AL FIN TE
ENCONTRE**

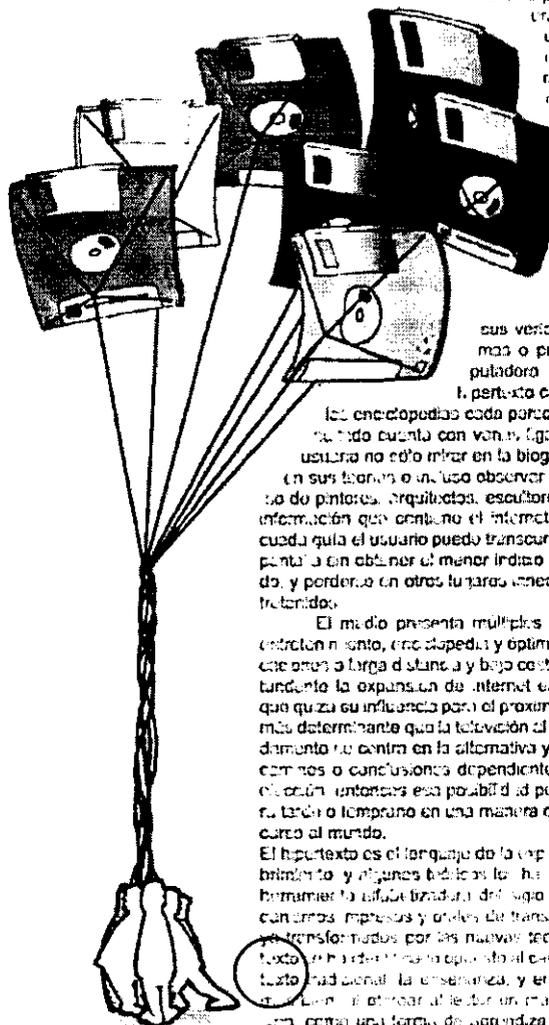
- Los colores empleados en “Al fin te encontré” se encuentran sobre otros de gama similar, es decir oscuros, por lo tanto hay que echar una segunda mirada.

- Observación: el logotipo de la editorial no se puede leer, sus colores institucionales son complementarios y no hay buena percepción.

* Tenemos aquí las instituciones que aparecen en la solapa de la revista. Más que el prestigio, es saber si se hayan de acuerdo en figurar en casos semejantes. De no privar ninguna de estas instancias, sería prudente incluir una explicación sensata de esta singular planilla.



• La página cuatro tiene un par de detalles que no por ser menores dejan de ser importantes.



integrar y avanzar, pero en
nuestro punto se debe de regre-
sar a la primera página. Se
encontrará que los
enlaces marcados
en la primera lectu-
ra han desaparecido.

Las facultades del hiper-
texto permiten el
tema que se
nuestro punto de
de distintos
para el lector y
sino de los pro-
prietarios en todos
sus vertientes, otros siste-
mas o programas de com-
putadora han empleado el

El hipertexto como estructura, en
las enciclopedias cada personaje histórico con-
tando cuenta con varias figuras que permiten al
usuario no sólo mirar en la biografía, sino también
en sus teorías o incluso observar las obras en el
caso de pintores, arquitectos, escultores, etc. Es tanta la
información que contiene el internet que sin una ade-
cuada guía el usuario puede transcurrir horas frente a la
pantalla sin obtener el menor indicio del tema perseguido,
y perderse en otros lugares innecesarios o más con-
trolados.

El medio presenta múltiples alternativas, como
estructura de texto, enciclopedia y óptima vía para comuni-
cación a larga distancia y bajo costo. Ha sido tan con-
tundente la expansión de internet en los últimos años
que quizá su influencia para el próximo siglo llegué a ser
más determinante que la televisión del siglo XX. Si el fon-
damento no centra en la alternativa y la multiplicidad de
campos o conclusiones dependientes de una línea de
acción, entonces esa posibilidad presentarse como el
rápido o temprano en una manera de entender y nave-
gar el mundo.

El hipertexto es el forjador de la experimentación y el descubri-
miento y algunos teóricos lo han considerado como la
herramienta más utilizada del siglo veintiuno. Los me-
dios impresos y orales de transmisión cultural son
ya transformados por las nuevas tecnologías. El hiper-
texto es la herramienta que opera al mismo tiempo que posee el
texto tradicional la enseñanza, y en cambio, se ubica
en la línea de avance al lector en mayor poder de deter-
minar como una forma de aprendizaje. La irrupción del

• La página cinco muestra el fenómeno de las triadas pero con creces. De acuerdo con lo establecido y las normas de estética mínima del texto, estas particiones no deben estar más de dos juntas, este defecto se vuelve distractor de la atención y es una falta innegable de cuidado estético.

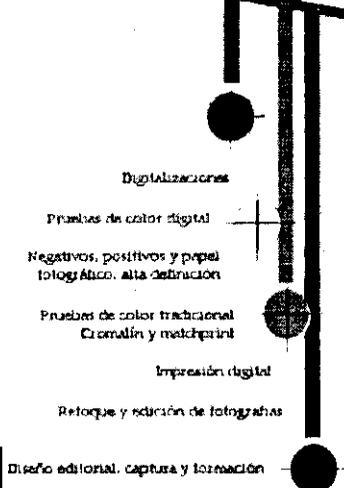
cfr. 84, 88, 89.

hipertexto hizo evidente que los límites que la obra literaria tenía trazados no eran en su totalidad propios, sino que estaban determinados por el medio en el que se desarrollaba. Estamos tan acostumbrados al libro impreso que sus características y condicionamientos han pasado al hecho poético. La página impresa o mecanografiada engendra ciertas nociones de unicidad y propiedad que el hipertexto hace insostenibles.

Además si todas las tareas pueden realizarse desde la casa, las comunicaciones, los mensajes, las discusiones a veces también pueden hacerse mediante conferencias en línea, para qué salir entonces, para qué actuar. La experiencia al ingresar en el internet es de falsa interacción pues no sólo estás observando sino eligiendo entre varias opciones, aunque si se observa con detenimiento tal vez sólo pienses que actúas, pues el espectador que ejerce un papel pasivo puede convertirse en un receptor de información y datos inútiles. O simplemente de conversaciones sin sentido.

La revolución tecnológica afecta gradualmente las distintas actividades del hombre contemporáneo, y en verdad, las fronteras que se van suprimiendo en el porvenir no están siquiera previstas. Mientras tanto, viejas tecnologías, tal como el

SISTEMAS ESPECIALIZADOS DE TIPOGRAFIA Y EDICION, S.C.



Arquitectura N° 29
 y calle Loma de la Universidad
 C.P. Cuajalajara, Jalisco, México
 Tel. 5669 2300 • 5669 1800
 5669 0124 • Fax 5669 2167
 e-mail: sete@scm.com.mx

- En las páginas seis y siete, hay un desequilibrio por cuanto al bold de la tipografía de la seis y la amplia espacialidad del tema de la página de enfrente, que por cierto el nombre del comic aparece como un dato terciario a un costado de los cuadros.

carbón dio paso al petróleo y la transcripción manual a la imprenta, deberán reubicarse vitalmente en el mismo contexto que las nuevas técnicas de información por no ver su existencia en peligro. Hoy existe cierta nostalgia por géneros ya no cultivados, o extrañamiento por las nuevas formas híbridas entre los mismos. Las nuevas herramientas narrativas que el hipertexto ofrece, herramientas en crecimiento, provocarán el eventual desplazamiento del texto impreso. Los libros, las bibliotecas y la editoriales serán un conglomerado en el que las identidades y contenidos quedará sujetos a frágiles impulsos electrónicos, lejos de la magia del significativo, ajenos al placer de la escritura, más cerca a la simple referencia que al objeto que la contiene. No es más un escenario de ciencia ficción el día que un libro sea valorado como una antigüedad, con cualidades estéticas, testigo de una época, pero parte póstuma de un proceso en continua expansión, cuyos remanentes son llamados historia confinados a los museos.

Seguramente los emprendedores que se propusieron la comunicación de computadoras en una red jamás imaginaron las dimensiones actuales del Internet y sobre todo sus facultades cada vez más desarrolladas. Algunos autores exploradores de la ciencia ficción, años e incluso siglos atrás, imaginaron una máquina sabia que contestara todas las preguntas y fuera tan supremo su conocimiento que como se abre ve a presagiar Julián Barnes sería llamado la verdad absoluta (LVA).

La posición de Internet representa, en una visión comercial y propuesta por los publicistas, una opción para estar en contacto con otras culturas, lugares y por zonas del mundo, sin embargo, al igual que a la televisión, no se le deben asignar mayores valores de los que en realidad contiene. Su verdadera utilidad va más allá de la experiencia personal y el conocer el mundo, que finalmente sucede lo mismo que con las cadenas televisivas, que gastan millones y la mayoría de sus horarios estelares en transmitir escenas potóticas o amarillistas.

Al parecer la tecnología es una moneda de dos caras y el Internet no parece evadir el procepto, su lado negativo se encuentra en que no todo el mundo puede tener acceso a su siempre disponible información y comunicación on line. En una reciente encuesta realizada por el diario El País se demostró que Norteamérica contaba con el mayor número de afiliados a la red y en Africa los poseedores de computadora eran un mínimo de ese porcentaje. De hecho en América Latina apenas se observa un verdadero despliegue.



CREACIÓN DE: MIGUEL ANGEL CARLOS ORTIZ D.F.C. JUSTO SIERRA



• Página 12: En este episodio ocurre un fenómeno atípico, como es el cambio de tipografía cuyo índice de legibilidad es incongruente para leer, es decir los rasgos de esta familia amenazan de continuo por desvanecerse en la blancura del papel.

Conversaciones en tres dimensiones es un tríptico dividido por cada uno de los elementos que forman una tercera dimensión en realidad no es tan volado, un cubo es una línea, luego tiene largo y ancho y por último profundidad. Igual pasa en las conversaciones, o al menos éste es un experimento que va de lo abstracto a una forma.

una-d fué escrito cerca del hospital santa maria de Lisboa, y la onda es que fuera completamente unidimensional, asexual, objetivo, plano, y en primera persona.



Pasamos a la particularidad de los "ríos" que en combinación con esta tipografía deja claros que atentan contra la esperada estética de la página. Los rectángulos destacan la ausencia de mayúsculas después de punto y aparte.

dos-d fué escrito en la provincia de Portugal, este debía tener interacción entre dos, en este caso una partitura de la misa solemne de Mozart y una persona, la descripción está escrita en bloques de cinco líneas por los pentagramas en música.



tres-d fué escrito en do eio, una situación en un café, se divide en tres parte, el largo, es algo que yo digo, el ancho es lo que la otra persona recibe y piensa, y por último profundidad que uno piensa mientras tanto, son simultáneas y requería una segunda persona para estar completo.

UNA-D

LINEA- SOLIDO

Pasan los coches, un camión blanco, grande, lleva carnes molidas, avanza y deja ver el hospital que esta enfrente de la parada de autobuses, se difumina por el humo del vendedor de castañas, carbón naranja casi rojo, la vegetación de ciudad verde, muerta, nunca se sabe, y el pavimento obscuro por el que pasan coches y más coches.

Un trailer que se dirige hacia la desviación que va de la carretera, ruido, estruendo de los mofles y el tío que lo conduce cantando un taxsterri, pasa rápido y se pierde de vista, como todos los demás.

El coche de la señora que probablemente se dirige con sus erios a comer alguna cosa.

Una casa color verde pálido, ventanas grandes con marcos de madera pintada de blanco, blandas y podridas.

Pasan y pasan los coches, no se detienen, no se forma tráfico.

Antena parabólica en un tejado.

Lineas blancas, en el piso, marca carriles, carril izquierdo, carril derecho inacabables que empiezan en algún sitio y nunca se sabe donde terminaran, aquí, es sentido contrario.

Velocidad, líneas que van cada vez mas rápido, rayas intercaladas, por momento parecería que es sólo una larguísima, recta siempre, tal vez, no importa.

Escupitajo al sol, eandor, piso y temperatura alta, el hospital sigue en el mismo lugar.

El chofer de taxi acelera cada vez más, paranoia, tal vez escape de alguien, o mercancía urgente.

Mientras tanto siguen pasando las máquinas, via las desviaciones que van a una curva, adonde sea, siempre indicando por las rayas pintadas del piso, hay que seguir las a ellas, aunque sea obvio el camino, como asafetas es un avión enseñando a los pasajeros donde se encuentran las salidas siempre ubicadas en el mismo lugar.

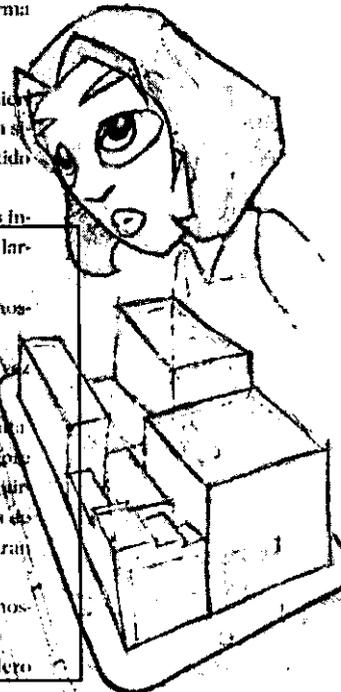
Un tope, y señales de silencio frente a la puerta del hospital.

Humo cada vez más denso y comprimido, un tendedero al fondo del garage de una casa amarilla

Los coches siguen pasando. Unos en sentido contrario los otros no.

• En la página trece, tras el punto y aparte inexplicablemente si iniciamos el párrafo con mayúscula.

En esta área nos enfrentamos a una zona oscura, no estamos claros de la razón de ser de esta compartición de espacio, si darle su lugar a al texto o al fondo.



• Página catorce. Aquí perdimos aspectos importantes:

- un punto en la tipografía, y al pasear sobre la ilustración y,

- parte del relato en tres momentos.

Además voy por un vaso de agua a la cocina. Llega a la sala. Hace frío, pero soporto menos que el de fuera. Al frente mío hay una ventana larga, de 1'50 metros tal vez. Las persianas sobre la mesa de tal manera que puedo ver las notas a través del vidrio.

DOS-D

PLANO-INTERACCION

Empiezo con los cuartetos. Afuera del pasillo corto de forma horizontal, el camino de piedras rectas da a la escalera, la barandilla y gruesos brazos. mediterráneo es lo primero en lo que pienso. Baja y da a unos muros de ladrillo, muy chicos.

En el papel, el principio de La misa solemne de Mozart. Del otro lado de la ventana parte del campo está cubierto con cítricos. La otra mitad son olivos. ambos terminan al comienzo de un par de riales con arbores, los cuales hacen la separación de la tierra con el cielo.

Siempre la parte que le corresponde a la soprano.

Desde donde estoy, el contorno de la ventana parece ser marcos de la vegetación el cielo gris y el concreto blanco. Obvio, hay partes muertas pero justo lo que realza la bella natural.

Cuanto, lo he aprendido de memoria casi todo, es necesario el contorno de los cuartetos con el presente, una especie de unión. está y diverse transición. En invierno las horas del día no se distinguen. La mañana es tan pálida como el crepúsculo. si se mira detenidamente, hay puntos en donde la combinación de los colores crean tonos nuevos, y aun así, son olivos a la cabeza.

Hay algo que los escritos con lápiz que se ha borrado, pero está usando para rebobando las notas en el vidrio.

Ningún sonido interrumpe la seriedad del paisaje.

El aire también es parte de la diversidad.

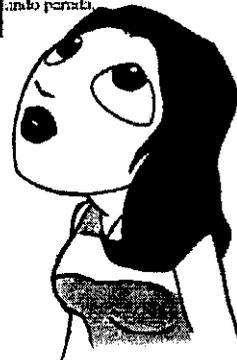
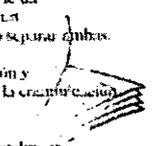
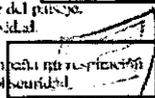
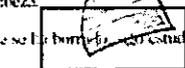
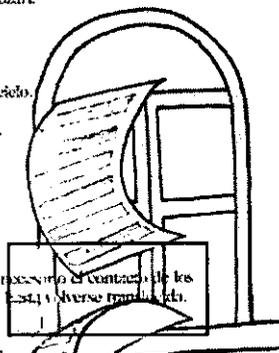
El aire entre las nubes y los olivos.

El frío que se pega en la ventana y crea una respiración. La misa se entremezcla haciendo oscuridad.

Cada vez más frío, hasta que dejo, todo y pongo letra en la claridad. Interopretando cualquier cosa es evidente que una proporción a la versión que uno le da la obra de la que se parte, para tener un control de la abstracción es necesario separar ambos.

Subjetividad es un juego de apropiación y absorción, en donde tiene que existir la creatividad con un segundo objeto.

Por la ventana do mira un paisaje que parece nunca terminar, el cielo rojizo, un plano y grisáceo, solamente eso.



Brenda Vázquez

• En la página 15, al igual que en las demás, no tenemos retícula, en consecuencia las ilustraciones no actúan armónicamente como parte del conjunto, la anarquía en la administración de espacios es plena.

Ayer fui al mercado de San Ansel y pensé en ti.
Puede ser que a veces nos compliquemos de más, al menos eso fue lo que me vino a la cabeza cuando vi un par de novios que salían de la secundaria, ya sabes uniformes verdes.

Hay un punto donde todo se empieza a complicar, o eso parece. A quiere con B y B piensa en C cuando C quiere con W.

Y uno piensa que todo se va a la mierda.

Que así como es, que lo que no es, lo que pasa, lo que no también.

Es Dell, todo antes de que pase, después nunca se sabe.

¿Te contó de la enfermera?

Pues había una tía que la hacía de enfermera, un paciente del piso en el que ella trabajaba se había enamorado de ella.

El tío éste tenía un marcapasos, y también se quería atorar a la enfermera, pero ella sólo dejaba gelatinas de piña en su mesa de metal.

Un día el tío se murió, y la gelatina llegó a la misma hora, ya no había quien la comiera así que ella se la comió por él, luego supo que le quitaron el marcapasos.

Ella se lo quiso quedar.

El nunca se la atoró.

Ella se quedó con un pedacito de su corazón, así como la canción.

Así pasa siempre ¿no?

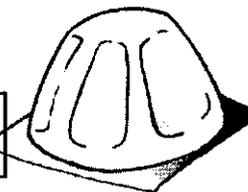
Uno se queda con el corazón del otro y otro se queda sin corazón.

Tremendo, complicado, ¿me explico?



TRES-D

CUBO/EL LARGO



Brendo Vázquez Lozano

• Aquí estamos en el renglón siguiente.

No recuerdo hace cuánto tiempo fue la última vez que mire el reloj.

¿Hace una hora?

¿dos?

El sol me pega en la cara. Un espectacular anuncio vuela al Caribe: "VUELE BARATO".

El sonido de milautos acelerando, de millones de pisadas simultáneas, se logra filtrar a través del cristal.

Siento hambre.

"¿Más café?" me pregunta la mesera, me sorprendió.

"Más café" respondo yo.

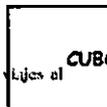
Miro el reloj.

El semáforo cambia de color y los autos avanzan en caravana de un auto rojo.

Después de tres segundos el auto rojo se funde entre autos negros, azules, rosas.

Sorbo de la taza y el café está caliente.

Hoy me molestan las medias.



TRES-D

CUBO/EL ANCHO



Renato Ornelas

• y aquí lo ¿compartimos?

• La página dieciseis registra cuatro familias tipográficas en una misma página, algo poco usual.

cfr. 88, 92, 93.

1 **TRES-D**
CUBO/PROFUNDIDAD

2

3

4

Brendo Vázquez Lozano

• En contraste, la diecisiete, presenta dos familias más con una caprichosa distribución en torno a nada, que esa nada, acentúa el blanco que se encuentra enfrente.

adetips

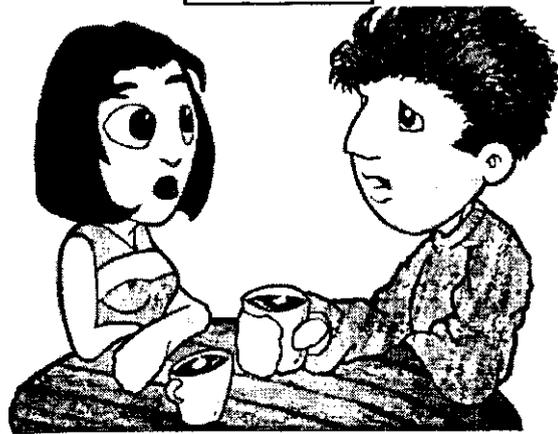
1

2

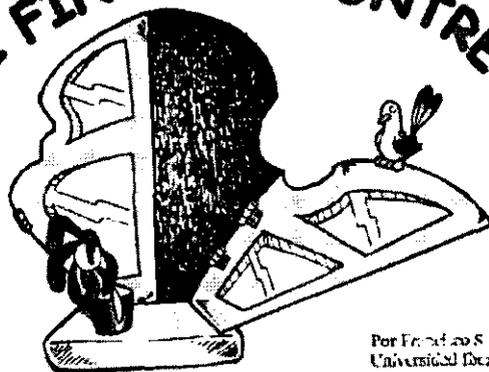
3

4

adetel.



AL FIN TE ENCONTRE



Por Francisco S. Estrella
Universidad Iberoamericana

• Página dieciocho, esta página es llana, sin estética de ninguna naturaleza, distante de cualquier posible atención. El primer párrafo no anuncia el inicio del cuento, se lee primero de no ser porque está hasta arriba, y entre el segundo y tercer párrafo no existe espacio como entre el primero y el segundo.

Yo no sabía nada cuando la conocí. Después de quitar otra hoja de mi calendario y ver el milímetro restante una vez más, me di cuenta que ya no quería estar en ese lugar. ¿Control o Espontaneidad? ¿Quién realmente lo sabe? Alguno de estos dos terminan por perderlos o encontrarlos. La velocidad es el ritmo de nuestros tiempos y entre todas esas cosas que se me exigen una es la de contar con una compañera que me ayude a realizar lo que yo pretendo ser. No quedaba de otra, esto era el momento de ir en busca de una compañera.

Ya no importaba que tan bien o mal planchadas estaban mis camisas, ilugué, la boté por el fregadero y entré a la ducha. El agua. El vapor. Pongo un poco más mi cara hacia el agua, por mi frente. Está caliente. Arde. Mientras más pienso más miedo me controla, con tantas las preguntas que se me ocurren y tantas las formas en que puedo responder. Jabón. Espuma. Terminó de tallar mi cara, terminó el masaje y termina el ritual por un momento noto como mis ojos se concentran en la celosera, esa que todo se lo lleva. El jabón junto con el agua se mezclan, mientras escucho el programa de T.V. que me indica que me quedan 15 minutos. Por fin todo para por la cafetera. Se lo han llevado todo, no queda nada. Mientras tomo mi toalla me decepciona el saber que ya no puedo inventar nada, que esas cosas retro con pura madre porque no queda otra más que volver a lo que algún día inventó. Pues sí, no nos queda otra más que volver a decir lo que se dijo, antes que a otro se le ocurra primero. Esto para, el vapor. Bueno pero que más da, lo importante es que tengas los suficientes argumentos para cumplir con todo lo que se te pide.

Señalo lo que. Comienzo a caminar como lo haría algún cantante en un video musical, me olvide de la gabardina. Mira nada más como me voy. No cabe duda que no estoy tan mal hecho, todo parece perfecto, mi corte de pelo es el indicado, es actual y se acepta a como la gente lo pide. Dirijo mi mirada a los zapatos, bien. Escucho la música y camino con ritmo, cruzo miradas con la demás gente y me divierto sosteniendo a la mirada a ver quien la baja primero, la gran mayoría de la gente no lo puedo evitar y

• El caso de la página diecinueve, la partición *sui generis* aparece nuevamente y las comas hacen un esfuerzo por moderar el flujo de la lectura, claro que ubicadas fuera del alcance óptico, el lector puede ubicarlas donde mejor le plazca. Las columnas, a partir de dos no se conocen en este ejemplar.

cfr. 76, 79, 81, 82, 85, 88, 92.



termina por mirar hacia el público, expresa a quien yo miro y luego va toda a verme, lo que no sé bien si que me avientan los brazos y ellos lo que van conmigo y en un momento vuelvo a las particiones y a la lista por cumplir. Sólo está la mancha de la que me mira y a donde la mirada ha ido la esquina, me imagino que cuando se redondea en las paredes dentro del espacio, me mira a la izquierda y a la derecha. Tuvo que regular la cara porque él vive el celular.

Primera ventana: La obra, visión y el intento.

¿Cómo es que la quiero? No lo sé, mejor debería de preguntar: ¿Cómo es que la quieren los demás? Quizá esto pueda servir. Parece interesante, por lo que implica la parte intelectual, cumple con los requisitos, es espigada con mirada interrogante y tal parece que le interesa lo que está pasando. Aplica la mirada, pero está una rápida observación del sujeto antes de intentar. Todo cuenta. Su mirada y es aquí en donde quizá está el secreto, qué tanto está mirando lo que está frente a ella, si realmente percibe intenciones en lo que está frente a ella, será mucho más fácil. No tanto protección. En como ni me gusta, pero eso ¿realmente importa?, muy bien proyecta seguridad, dignidad y con buenas formas, se ve lo de forma sencilla pero cumple con lo que quiero. Me acuerdo. Aplico la mirada, la coartada y centro. Dejando de hacer una sonrisa distante y no me punturan sus manos. Continúa en la búsqueda.

PRIMER INTERCAMBIO CULTURAL VALLE MORFO

El evento que comunica con imágenes, te invita junto con tu universidad a que participes con:

- *Historieta, ilustración, medallera y fotografía
- *Formatos y técnicas libres.

*El número de trabajos por técnica será de máximo

Cada trabajo deberá contar con los siguientes datos:

- *Título, nombre, técnica, formato y Universidad, los trabajos deberán ir montados en una brida rígida y cartulina de protección.

El evento se llevará a cabo el 26 y 27 de mayo del presente año de las 9:00 a las 19:00hrs. en las instalaciones de la EDINSA.

Los trabajos serán recibidos en las oficinas y salas habilitadas a partir de la fecha de lanzamiento de esta convocatoria y hasta el 12 de mayo del 2009 a las 16:00 hrs. en la Escuela de Diseño del INBA (EDINBA), ubicada en Xicoyero 130 - Col. Tlalviera CP 05670, México D.F.

Para mayor información: 044 5479 6921 VALLE MORFO y 552 9661 5526 9501 EDINSA

Organiza: Valle Morfo y Escuela de Diseño del INBA



• El anuncio de "Morfo" justo es una unidad amorfa; el grafismo: fuera de discusión; el texto trata de invadir a la viñeta sin haber una razón evidente, y al final, el texto toma por cuenta propia el lugar que se le antoja.

cfr. 76, 79, 81, 82, 85, 88, 92.

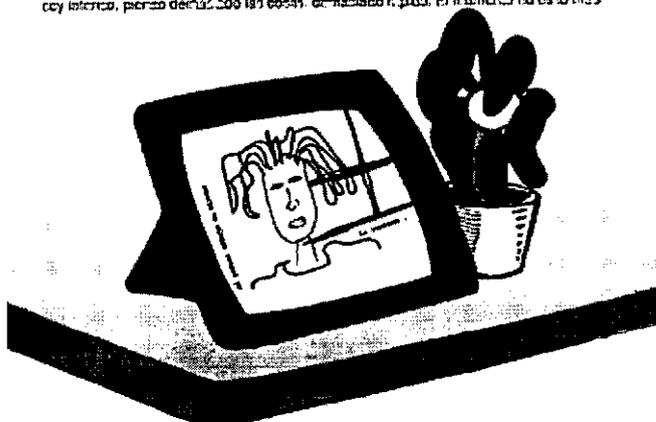
- La página veinte contradice en la disposición del texto a la veintiuno. Aquí tenemos espacios y aquí no, ¿a qué atendemos? en una encontramos espacio entre párrafo y párrafo y en la otra no.

Segunda ventana. El acercamiento, prueba y error

Si, algunas veces funciona y otras no, lo que importa aquí es la forma como te acercas pues a algunas les gusta el elemento sorpresa y un poco de curiosidad, a otras no por el contrario es el momento que ellas están estudiadas y no vuelven. Perdida la oportunidad. La gente normalmente no acepta que te acerques a ellos si no lo conocen, no estamos preparados para eso. Normalmente estudiamos bien nuestro espacio vital y nos preocupamos fuertemente, hoy en la mañana lo buscaré con la de noche y no funcionó, en el momento que me acerqué demasiado pues tal cosa de camino que me sentí incómodo y aún más control fuertemente y control una vez más. Eso caló en la cara que me dejó y no va con mi imagen. Ahora una vez más. No hay que olvidar que el cuerpo sería más fuerte que yo y que lo hace que pierdan es su sentimiento. Son calculadoras o inteligentes. Esta vez ya no me dá mal, me acerco y esta vez digo lo indicado en el momento indicado en el lugar adecuado, parece que funciona, finalmente después de dos o tres salidas terminé por desengañarme y no me acordé. Hoy día nos hacemos por algún espacio, nos miramos y proyectamos esa información que provoca el conocimiento al momento, una sonrisa ensayada y continuamos con nuestro camino. Cuantas cosas así. Existen hoy día, con la prueba de haber llegado a donde nada se quiere descubrir y descubrir que no se ha llegado, el modo es parte de nuestra vida y de esta búsqueda que se nos pide. Pero ¿Por qué? Ya cabía que no sea ella (pero ¿Cuándo será?) en fin hago cara como de que no me importó demasiado y continuo explorando el terreno, continuo en la búsqueda. ¿Realmente estoy avanzando o retrocediendo?

Tercera ventana. De cacha a cacha

Daba de pensar que estaba un poco decepcionado. Y es que a veces me pasa que voy leyendo, pienso demasiado las cosas, demasiado rápido. El momento no es lo más



importante lo que importa aquí es qué lo deja ese momento. Primera. Lo que es es que ya estoy un poco cansado de todo eso, finalmente a quien le importa. Encuentra o no es mi problema, lo que hay después del momento o no, es mi momento. Segunda y tercera. Ya era de noche y me divertí en ver las luces de las oficinas, la gente y como camina esa gente, la ciudad. En cada año me dedico a ver a mi alrededor y a concentrarme en ver las placas de los autos nuevos, veo a los conductores, imagino qué es lo que escuchan y porque lo escuchan. Lo que no logro entender es porqué no escuchan ni veo lo que paso por acá adentro.

Parecía un año más. Entonces. El año me obligó a pensar otra vez, empecé a dudar de nuevo y a preocuparme más por mi búsqueda, estoy cansado. Me cabeza golpeaba en el volante una y otra vez, mi peinado estaba arruinado, mi moral más. Terminó de golpearme, el año no termina, respiro fuerte volteo a mi izquierda y ahí está, riéndose de mí y da mi frustración por mi búsqueda. Su risa es contagiosa, nos ríenos. Materialmente le cerré el camino y lo platicué todo eso de la búsqueda y de la imagen y de la verdad y de la mentira, lo de las exigencias, lo de cumplir, lo de tener y obtener, lo que no tengo y quiero tener, lo del miedo que tengo, y también lo que no sé que es. Fue como vomitar. El abito. El desahogo. Me llamo Olivia. Un año y las lágrimas. El desahogo. El volver a empezar.

Estoy cerca.

Cuarta ventana. Olivia, la familia y eso que no logro entender.

Me he portado muy bien. Observa y medita, me guardo eso para cuando me divierta con Olivia, somos como niños cuando hablamos de serio, vanes, sentimentales. Respeto. Nos preguntamos juntos muchas cosas, aquí nada sé, todo lo experimento en el momento, aquí no hay nada debido ni recetas de cocina, sólo es gozar y reflexionar. Espontaneidad. Respeto. Su familia era un poco rara, nada como yo lo hubiera planeado, el papá caminaba en calzón por toda la casa sin ningún empacho, eso si muy saludador y cocinaba bien los domingos. Su hermano estudiaba latín y quería ser judío, un mañana me conté con él a conocer algunas palabras y sus significados, a la mamá nunca la veía más de cinco minutos, había

- En la página veintidos hay un doble sobresalto, en la marca de agua hay una intención que rivaliza con el desenlace del cuento a partes iguales.

una similitud de respeto, de medir de uno. Cabe una
 queda y bien curada, vestidos que me recordaban los
 recientes y demarcada por ella. Tanto o incluso más me
 atraía, iba con respeto. Había sido un día que me acordé
 de ella.

Como le gustaba, en la vida

¿Cómo está usted? ¿Cómo va? Aquí recuerdo todo lo
 que había antes de conocer a Olivia y me doy cuenta. No
 fue el Ocho el día en el que se usó que nos preguntá-
 mos cada día las cosas y nos damos cuenta de que no
 terminamos nunca, nos destruimos en cada momen-
 to y no nos oponemos. Estoy más tranquilo y continuo
 en la búsqueda, pero de otra forma ahora busco no pa-
 ra mí, busco cumplir con los demás. A la mañana ya ya la
 comencé y no por eso que cada vez que me saludaba lo
 hacía así tanto me pesa en la cabeza, de alguna en-
 forma de esas que vivió con Eduardo. El papá continuaba
 con sus desayunos y cada vez se ven más cosas por el co-
 rrido. Por lo que respecta a mí, continuo en la búsqueda
 y en el camino y ya no pregunto tanto las cosas, pero sí lo.
 Ahora estoy comprando un par de hamburguesas que
 llevaré a casa para comer junto con Olivia. Cierro esta
 ventana.

La parte realmente sobrecogedora, es que el inserto que promueve las distintas “semanas de diseño” **no se ve**, el fondo es tan fuerte que la tipografía, el estilo y el color negro nada pueden hacer por superar las variaciones tonales. Sólo podemos ver sin dificultad la cabeza y la cenefa. El año en que se realizará el evento permanece en el anonimato.

SEMANAS DE DISEÑO GRAFICO

Univ. Iberoamericana Sta. Fe	del 3 al 6 de Abril
Universidad Justo Sierra	del 10 al 14 de Abril
Universidad Simón Bolívar	del 17 al 19 de Abril
Universidad Intercontinental	del 24 al 26 de Abril
Univ. Iberoamericana Sta. Fe (Semana de la radio)	del 25 al 27 de Abril
Universidad del Pedregal	del 16 al 19 de Mayo

27 de abril Día Internacional del Diseño Gráfico

- La primera Tarjeta de Internet Prepagado en México.
- Sin rentas ni contratos. Como las tarjetas para celulares.
- Tú decides el tiempo que quieres ocupar, ¡y no pagas más que eso!
- Variedad de opciones en costo y tiempo.
- Facilidad de conexión.
- Alta velocidad de navegación.
- Con la infraestructura y respaldo tecnológico de Adatel.
- Disponible on-line, por teléfono, o con nuestros distribuidores autorizados.

- Agencia dentro Walma
- Tienda
- Plaza Eje Cer Col. Cr
- Tienda
- Tienda #1310,
- Arquig Lázaro
- Allco. #1501,

DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS:

- Palacio de Hierro: Satélite, Santa Fe, Polanco, Coapa, Coyoacán y Durango.
- Tiendas MVS Telemarketing: Galerías Coapa, Centro Santa Fe, Centro Coyoacán, Perisur, Pabellón Polanco.

**Informe:
en el telé**

SurfCard es
ad

• Finalmente la tercera de forros también tiene lo suyo, la falta de interlinea adecuada, enlaza accidentalmente la línea de abajo en dos ocasiones.

cfr. 34,35,81, 82,85,89.

3

¿

@

9

Conclusiones

8
7

6

5

4

Conclusiones

En primer lugar, es vital la revalorización del papel, estructura visual y poder comunicativo de la tipografía, en el plano del texto continuo como factor de interpretación universal, por lo tanto debe ser siempre clara para comprender el mensaje de manera natural tanto en una línea como en texto continuo.

Es preciso destacar que la tipografía *per se*, es una partícula con características estéticas y de comunicación, susceptibles de figurar en conjunto con imágenes o prescindir de ellas para explicar ideas. La transgresión de este precepto tiene como consecuencia la falta de sentido de la pieza publicitaria o del texto continuo, es decir, que al no tener lugar la captación de la atención a primera vista, no existirá significado ulterior.

Y en ausencia de imágenes: el color. Nada hay tan estimulante en una hoja en blanco que la exacta comunión del color y la tipografía. Por regla general la tipografía es de color negro debido al ollín de donde obtuvo su tonalidad original hace ya muchos siglos, después, la percepción indicaba que por razones ópticas el azul claro era una combinación gentil para el ojo humano.

Tiempo después, la tecnología amplió la posibilidad cromática, de que el texto adquiriera propiedades mutables de color y forma, de manera que esto suma recursos de percepción a cualquier lector y plasticidad a los diseñadores, posibilidades consistentes en estilos, cuerpos, contrastes y combinaciones que antes de emplearlas, es imprescindible saber y

conocer sus características, la sana conciliación de estos elementos da como resultado la cabal captación del mensaje por la tipografía.

No obstante en la práctica, el desconocimiento de estos lineamientos elementales ocurre con un frecuencia alarmante, como lo expone al capítulo cuarto; lo que debe preocuparnos es que alguno de los ocho mil ejemplares, por la inercia del medio mismo, salga del país y dar fe así del diseño editorial en México, y lo más grave: que en la solapa figuran universidades cuya reputación, en términos de diseño, les precede fuera de nuestras fronteras. El hecho de que nadie se responsabilice de casos como expuesto, nos hace responsables a todos por no interesarnos por lo que leemos, y si por alguien hay que empezar que sean los articulistas o escritores, que buenos o no, son los diseñadores los que dan presencia y “maquillan” gentilmente lo que el consumidor final ha de leer, de manera que, si fuera labor de los comunicólogos, reporteros, redactores, articulistas o fotógrafos el formar un diario, eso sería un desastre.

El concepto y el diseño son dos entidades diferentes que se relacionan entre sí o pueden ser autónomos. El hecho de saturar una página con colores, ya sea intensos u oscuros, de ninguna manera es diseñar, es crear una nube confusa de elementos gráficos cuya eficacia sale a relucir en pérdida de eficiencia y presencia, denota indefinición por parte del emisor o falta de visión del diseñador, manifiesta inseguridad, poniendo un poco de todo para impresionar al receptor o para ver que le agrada.

Un diseñador no es solamente un artista, y ha de quedar claro esto para bien del diseño mismo. Los problemas siempre se ven mejor cuando estamos fuera de ellos porque somos juez, no parte. Si los diseñadores no entienden o resuelven el problema de la comunicación visual sobre papel, estaremos ante “algo” muy atractivo sin sustento, que al pasar al

video, generarán productos gráficos que ni ellos mismos son capaces de explicar en su más mínima expresión, no es culpa de estos que la tecnología nos abrace tan intempestivamente y nos deje aturridos la seducción de los efectos, la música y movimiento, pero de lo que sí son responsables es que no sepan como sortear esa embestida y “arreglarlo a medias tintas”, dicho esto en función de la vaga solidez de sus principios al desarrollar un proyecto y cómo abordarlo.

Ahora, si estos diseñadores provienen de una trayectoria de cuatro años, de una disciplina específica (léase no casual) con tales taras, la pregunta obligada es: ¿qué generamos en las universidades? ¿diseñadores abstractos o videoastas improvisados? porque para diseñar páginas electrónicas, se requieren también conocimientos en programación y dominio de la palabra escrita, cuyo regular aprendizaje les tomaría cuatro años más, así pues, es absurdo que un diseñador esté preparado en ocho semestres para tareas que quedarían resueltas con una especialización temprana o la acción coordinada con comunicólogos y programadores.

Sostengo, sin reservas, que es una vertiente mal entendida, que ha de resolver el reto de la comunicación visual y de no conocerla bien, avanzaremos en dirección desconocida en un terreno poco firme, dicho en el sentido de que un diseñador, que se precie de serlo, debe saber y controlar un discurso visual explícito, no importa que se halle inscrito en una corriente determinada si su trabajo se debe a la comunicación (de lo contrario hablaríamos de un artista plástico); es esto un barrido de la línea original de la profesión, resultado de no tener definido el campo de acción o deficiente preparación. En contraste, los alumnos pueden saber más de problemas de memoria Ram que de retículas y sección áurea en editorial, esto es un rasgo de nuestros tiempos, pero tal parece que en ello les va el conocimiento teórico, hecho que resulta en maquiladores gráficos con raíces superficiales.

■ Conclusiones

La apertura o abaratamiento de la profesión del diseñador, es porque al ser tan fácil manejar y aprender el funcionamiento de las computadoras, al amparo de lo que pudieran crear los diseñadores, quedan en medio de un partido improvisado del que todos se aprovechan y dejan a aquellos al desprestigio.

Actualmente la forma sufre a la función como característica de una sociedad culturizada por la cantidad de impactos visuales publicitarios y de entretenimiento a nuestro alcance, la tendencia es que todos nos informemos con solo ver, y aunque la brecha es compleja de conquistar es cuestión de tiempo el que ingresemos a esa comunidad estandarizada, estemos o no de acuerdo, y aun cuando en los noticiarios vemos el infograma y al comentarista a cuadro en torno a un hecho, esperamos ansiosos la versión de aquellos ya ni siquiera somos capaces de especular bajo ninguna circunstancia.

Ahora bien, si todos entendemos una misma idea de manera diferente, significa que el mensaje es susceptible de ser captado y entendido en intensidades variables, es decir que los mensajes también tienen carácter, que de no ser bien definido desde el principio, existe el riesgo inminente de perder su razón de ser: el comunicar, y cuando no hay quien diga lo que hemos de entender, es el texto por la tipografía clara y bien definida el que lleva la responsabilidad de enterarnos de las intenciones del emisor.

En ocasiones, la falta de experiencia, el desconocimiento del medio antes de la informática en diseño y el ejercicio de una actividad que está por perder, o redefinir su tradición práctica, genera defectos de eficiencia comunicativa en diseño editorial (y más específicamente en términos de percepción y texto continuo), donde los errores se dan porque éstos diseñadores, hechas las debidas excepciones, no leen ni lo propio ni lo

■ Conclusiones

ajeno, de ser así se percatarían con toda amplitud de los errores ajenos en cuanto a forma y fondo (capítulo cuatro).

Con tantos mensajes visuales a que estamos expuestos, lo que debemos hacer es ser claros. Es preciso dejar de lado la trivialización y el rasgo coloquial del diseño, cuando este no lo justifica o la intención del anunciante no lo exige, la ocasión es la que determina lo que ha de emprenderse; los aspectos lúdicos del diseño, debido a su carácter de proximidad al receptor, deben cuidarse y vigilarse muy de cerca, ya que gracias a su naturaleza de familiaridad, su “volatilidad” puede cobrar vida propia fuera de control. La correcta semantización de los elementos gráficos potencia sus cualidades en su justa dimensión, estableciendo parámetros de valor (lenguajes) pertinentes al producto, servicio o diseño, que por su transparencia son de fácil comprensión, hecho que estimula la percepción del diseñador y del consumidor.

El correcto equilibrio de los elementos en tipografía y su manipulación, genera los matices necesarios para brindar eficacia a la idea original. La gráfica debe adaptarse a las funciones de cada tipo de mensaje, es dar vigencia a las intenciones por la forma y el color. La composición, es el instructivo visual que propone el barrido inicial de un texto para evitar percepciones erróneas obedeciendo a una estética clara, que no por profusa es inteligible.

El genuino diseñador está, de acuerdo a lo planteado, en que su trabajo sea percibido tras la captación íntegra del mensaje original, sin ruidos, sin estática de ninguna naturaleza, sin protagonismo, que su trabajo comunique. La fidelidad de la percepción visual no es un accesorio, es la divisa constante del diseño, y es esta la razón de su presencia: ser claros, como una palabra bien escrita.

■ Conclusiones

Partiendo del hecho que los estudiantes están en una edad intelectual ideal para la captación de ideas, con ello debe concientizárceles en la importancia de la tipografía como un elemento gráfico elemental dentro de la comunicación, cuya facilidad de adaptación puede lograr resultados asombrosos con sólo texto.

Para ello, es necesario instrumentar una materia obligatoria, de más de dos semestres, que contemple aspectos de comunicación y psicología de la percepción enfocada a la tarea de representación gráfica de ideas tanto estáticas como en movimiento, impartidas por profesionales de la disciplina. El aspecto de la lingüística habrá de ser cuidadosamente integrado, de manera que si el mensaje visual es difuso o complejo, exista una palabra que sugiera la dirección que el espectador deba tomar. El rigor en la aplicación de esta propuesta reflejará frutos en evaluaciones horizontales y verticales mediante la estructura multidisciplinaria de proyectos individuales realizados por alumnos del área de diseño, la vigilancia de que cada paso sea el correcto estará a cargo de aquellos quienes han intervenido en la materialización del proyecto.

En el aspecto de la formación en el diseño editorial, ha de instruirse exhaustivamente a los alumnos en la importancia de la presencia de la tipografía sobre el papel conforme a su estructura editorial y la misión de poder ser leído el texto continuo con plena facilidad, la recuperación del placer de la lectura, la exaltación de la composición editorial. Para ello será necesario visitar bibliotecas, como la Biblioteca México, donde pueden consultarse libros antiguos e incunables inclusive, la experiencia directa y cercana al origen siempre deja huella que debe cultivarse con honestidad para obtener respuesta de los estudiantes.

■ Conclusiones

Esta actividad puede reforzarse con visitas a editoriales, editoriales especializadas y fábricas de papel, puede ser también la visita a imprentas de tipos móviles y realizar prácticas de impresión; una vez cubierta esta fase de ilustración y captación del fenómeno entonces llevarlos al bocetaje y finalmente a la producción de impreso en la computadora.

Mi empeño en insistir vivamente en la adecuada manipulación formal de la tipografía, estriba en el hecho de que todo cuanto sabemos o hemos escuchado, lo podemos recuperar y consultar una y otra vez gracias a un texto bien escrito, con la interlínea adecuada y el espacio suficiente para captar la esencia e idea concisa de lo allí plasmado, así podremos estar seguros de la eficacia y calidad expresiva de nuestro nobilísimo trabajo como diseñadores o editores, y sabremos que lo estamos haciendo bien en el momento en que nuestros detractores no puedan decir nada.

Mota de la, Ignacio H.
Diccionario de la Comunicación
televisión, publicidad, prensa, radio.
Ed. Paraninfo
Madrid, 1988
367 pp

Blanchard, Gerard
La Letra
Enciclopedia del Diseño
Dirigida por Joan Costa
Ed. Ceac
Barcelona, 1988
259 pp

Eco, Umberto
Los límites de la interpretación
Ed. Lumen
México, 1992
405 pp

Norman, Donald A.
**El procesamiento de la información
en el hombre**
Memoria y retención
Ed. Paidós studio
México, 1988
239 pp

Bibliografía

Vilchis, Luz del Carmen

Diseño, Universo de conocimiento

*Investigación de proyectos en la
Comunicación Gráfica*

Ed. UNAM, Claves Latinoamericanas S.A.

Primera Edición

México 1999

163 pp

Vilchis, Luz del Carmen

Metodología del diseño

Fundamentos teóricos

Ed. UNAM, Claves Latinoamericanas S.A.

Primera Edición

México 1998

161 pp

Diseño tipográfico

Biblioteca de diseño y Comunicación visual

Ed. Parramón Ediciones S.A.

Barcelona

143 pp

Merleau-Ponty Maurice

Fenomenología de la Percepción

Ediciones Península

Barcelona 1994

476 pp

Emilia Ferreiro y Margarita Gómez Palacio
**Nuevas Perspectivas sobre los procesos de
lectura y escritura**

(compiladoras)

Siglo XXI Ediotres

8va edición

México, 1991

354 pp.

Diccionario de la Lengua Española

Real Academia Española

Vigésima Primera edición

Madrid 1992

1513 pp

Christopher Perfect

Guía completa de la tipografía

Manual para el diseño tipográfico

Primera Edición 1992

Barcelona/Londres/China

Editorial Blume

223 pp

Diseñadores en la nebulosa

El diseño gráfico en la era digital

Ed. Biblioteca Nueva

Primera edición

Madrid 1997

222pp

Diseño y reproducción

*Notas históricas e información técnica para
el impresor*

y su cliente

Gustavo Gili

Barcelona 1988

pp207

Antonio e Ivana Tubaro

Tipografía

Estudios e investigaciones

Universidad de Palermo

Istituto Europeo di Design

Librería Técnica CP67

Palermo, Italia 1994

pp95