



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

«ARTE, DISEÑO Y TIPOGRAFÍA EN LA PRIMERA MITAD DEL SIGLO XX.»

TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
ORIENTACIÓN EN DISEÑO EDITORIAL

PRESENTAN:
RAMÍREZ PÉREZ MARISOL
RUBIO GUTIÉRREZ MYRIAM IBETH

DIRECTOR DE TESIS: LIC. MAURICIO RIVERA FERREIRO

ASESOR DE TESIS: LIC. RICARDO DEL CASTILLO SPINDOLA



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

MÉXICO D.F. 2005

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

M343447



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.



bauhaus

Arte, diseño y tipografía

1890-1950

GRUNDBEGRIFFE DER NEUEN GESTALTENDEN KUNST
BAUHAUS
BUCHER 6

Dedico esta tesis a mis padres: Ma. Asunción Pérez Flores y Guillermo Ramírez Díaz. Fueron el pilar a lo largo de mi carrera, lo cual fue de gran ayuda para desarrollarme profesionalmente. Me dieron alientos, esperanzas y consejos que me abrió un mayor panorama para mis posibilidades futuras en el aprovechamiento del tiempo y lo que de ello surgiría.

Algunas veces fueron muy directos y me alentaron a seguir adelante, estoy feliz de haber estudiado una carrera que me apasiona y que espero desempeñarla de la mejor manera posible, estoy comprometida con lo que hago y haré en cada dependencia donde me desempeñe laboralmente.

En este caso, como tesis grupal, me aportó experiencias interesantes el trabajar conjuntamente con mi compañera de tesis –Myriam Rubio Gutiérrez –, quien fue mi guía y me acompañó en el gran camino que significó realizar un proyecto de esta magnitud. A pesar de algunos contratiempos que existieron en cierto momento, hemos seguido juntas en este camino. Le agradezco su amistad y apoyo que ha mostrado desde la carrera, es una persona especial por su coraje y confianza en lo que realiza.

También mis hermanos: Fabiola Ramírez Pérez y Guillermo Ramírez Pérez me han alentado a seguir con mis metas y convicciones, a veces han sido mis consejeros.

La totalidad de la tesis no hubiera sido posible sin el seguimiento y atención prestada por nuestro director de tesis Mauricio Rivera, el cual nos ha permitido un espacio de su tiempo para la revisión y corrección de la tesis.

Es grato mencionar que esta tesis es la culminación de un gran trabajo de equipo, siempre permanecerá como una vivencia de lo que es el realizar una investigación prestando atención a tres puntos importantes: edición, diseño y salida del mismo (impresión análoga y/o digital).

Marisol Ramírez Pérez

Esta tesis esta dedicada a mi abuelita Elisa Garibay García, siempre me aconsejó que luchara por todo lo que me propusiera, que fuera honesta y emprendedora. Y con este consejo logré todas mis metas, y le agradezco todo el cariño y atención que me brindó en mi infancia, siempre la llevaré en mi corazón.

Los que siempre están conmigo, mis padres: Esperanza Gutiérrez Garibay y Marco Antonio Rubio Sánchez, ellos son lo mas importante en mi vida y además mi gran apoyo. Les agradezco que siempre estuvieron al pendiente de mí, y además tuve su cariño y paciencia en triunfos y fracasos. Gracias a ellos he concluido mis estudios satisfactoriamente.

A mi mejor amigo Carlos Emilio Romero Hernández quien siempre me ayudo en la realización de esta tesis, pues tuve su apoyo, amor, comprensión y paciencia. Además le agradezco la realización de ilustraciones para esta tesis.

Mi abuelo Pablo Gutiérrez Davila que siempre hizo que volara mi imaginación por los libros que me leía antes de dormir. Él fue una pieza importante en la pasión que les tengo a los libros y al diseño editorial.

La persona que siempre está al pendiente de mí y a seguido toda mi trayectoria en la universidad, a confiar en mí y por sus consejos. Gracias abuelita Bertha Sánchez.

Marisol, gracias por hacer conmigo esta tesis, nosotras sabemos los obstáculos y dificultades, que pudieron truncar este proyecto, pero lo importante es que salimos adelante juntas.

Gracias a nuestro director de tesis y maestro Mauricio Rivera Ferreiro, por su dedicación e interés profesional, se logró concluir este proyecto. Y además es un ejemplo a seguir por su verdadero amor a la tipografía y al diseño editorial, pues a todo esto le impone pasión y entrega que nos contagia a todos de querer aprender más y ser mejores cada día.

Myriam Rubio Gutiérrez

Gracias a:

Carlos Romero y Edith Hernández, Alicia Portillo, Ricardo del Castillo Spindola, Joaquín Rodríguez, Laura Rubio, Javier Rubio, Dr. Luis Gómez Sánchez, Sanjeet Sahota, Fernanda y Karla Lara Gutiérrez, Lupita Gutiérrez y Enrique Lara, Luis Gutiérrez, Valentin Rubio.

Índice

Introducción	13
Capítulo 1	
La influencia de los movimientos artísticos en la tipografía, desde finales de siglo XIX hasta mediados del siglo XX	
1.1.1 El movimiento Arts and Crafts y las imprentas privadas	23
1.1.2 El cartel en el Art Nouveau	37
1.2 El cambio de siglo y el impacto en la tipografía	55
1.2.1 La influencia del cubismo, futurismo y dadaísmo en la comunicación gráfica y visual	59
1.2.2 Surrealismo y expresionismo	81
1.2.3 El suprematismo y constructivismo ruso	91
1.2.4 De Stijl: armonía y orden en el diseño	105
1.2.5 La Bauhaus	117
1.2.6 Art Déco en la comunicación publicitaria	129
1.3 El diseño y la propaganda entre guerras	137
Capítulo 2	
La tipografía del siglo XX antes de la era digital y sus creadores	
2.1 A. M. Cassandre	165
2.2 Morris Fuller Benton	169
2.3 Roger Excoffon	175
2.4 Adrian Frutiger	177
2.5 Eric Gill	181
2.6 Frederic W. Goudy	187
2.7 Rudolf Koch	193
2.8 Jan van Krimpen	197
2.9 Max Miedinger	205

2.10 Stanley Morison	207
2.11 Paul Renner	211
2.12 Bruce Rogers	215
2.13 Jan Tschichold	219
2.14 Beatrice Warde	223
2.15 Hermann Zapf	227

Capítulo 3

La tipografía como medio creativo y de comunicación en los libros electrónicos.

3.1 Tipografía, medios digitales y comunicación	239
3.2 De los medios impresos a los digitales	245
3.3 Antecedentes de los libros electrónicos	249
3.4 La edición como parte fundamental en el diseño editorial	251
3.4.1 Planeación del diseño editorial en un libro electrónico	253
3.5 Costos de producción de un libro electrónico	265
3.6 Distribución, promoción y difusión de un libro electrónico	267
Conclusiones	269

Bibliografía

Introducción

La tipografía es una profesión que está en constante desarrollo. Hasta el primer cuarto del siglo XX, la especificación y el diseño tipográfico eran del dominio del compositor de tipos o del impresor.

Hoy en día, todas las formas de comunicación y diseño suponen, hasta cierto punto el empleo de la letra, por lo que resulta esencial un conocimiento profundo tanto de la tipografía como del uso que se le dio en su momento.

En alemán la definición de tipografía es “organización de todas las partes del texto dentro de un formato preestablecido”. Además del texto, esto también es válido para la organización de todos los elementos numéricos y gráficos de la imagen.

En este proyecto de tesis que lleva por nombre *Arte, diseño y tipografía* en la primera mitad del siglo XX, no solo se muestra a la tipografía como un medio de escritura sin también como una forma de expresión y comunicación visual.

La tesis tiene un seguimiento, primeramente aparecen los movimientos artísticos que contribuyeron en las propuestas tipográficas y de diseño; posteriormente en el segundo capítulo hacen su aparición los creadores de los tipos, es decir, los tipógrafos, de los cuales se presenta la información por medio de su biografía. Por último, en el tercer capítulo se encuentra la justificación de la tesis.

La tipografía se ha convertido en una arma poderosa en la batalla por el éxito comercial, cabe mencionar el caso de la Revolución Industrial, donde los fundidores e impresores en Gran Bretaña para competir con las nuevas tecnologías, y su nueva clientela quienes buscaban las novedades, el impacto y la velocidad. Los fundidores tuvieron que responder con toda una innovación de estilos nuevos como la egipcia o de pie cuadrangular, de fantasía y palo seco (sans serif).

Durante el siglo XIX esta mecanización aumentó la velocidad, aunque a expensas de la calidad, los fabricantes que tenían que promocionar sus productos, desencadenaron una ola para promocionar todo tipo de material impreso, como los carteles, periódicos, catálogos, panfletos, los cuales se caracterizaron por el uso de tipos de rotulación, que medían aproximadamente 5 cm de altura. Eran tipos supernegros, se basaban por lo general en tipos romanos cuyo contraste y peso se ha incrementado en el grosor de los fustes, con una proporción de una a dos, respecto de la altura de las mayúsculas.

Posteriormente con el renovado interés hacia los tipos romanos clásicos por William Morris a finales del siglo XIX, la atención se fijó nuevamente en los tipos de letra más serios y en su aplicación al diseño tipográfico. El trató de regresar a la manera

artesanal de realizar un libro, se comprometió a recuperar la belleza de los libros incunables. Por medio de su imprenta privada Kelmscott creó las mejores obras maestras en la impresión, tales como: *The Store of the Glittering Plain* (La historia de la llanura resplandeciente) y el volumen *Works of Geoffrey Chaucer*, su proyecto más extraordinario.

Con el movimiento Art Nouveau de finales de la década de 1890 y el surgimiento de los artistas comerciales que producían tipos originales y únicos, dibujados a mano para el mercado de la publicidad, se produjo un nuevo formato tipográfico de mayor tamaño sobre el cual podían trabajar los diseñadores. El Art Nouveau, con sus características márgenes florales y ondulantes letras decorativas, empleó el nuevo medio —el cartel— con gran efectividad.

Con la llegada del siglo XX los artistas se cuestionaron sobre su situación política y social que se vivía en esos momentos. Los grupos de artistas europeos, diseñadores, escritores y arquitectos iniciaron los “movimientos de arte moderno” tales como el futurismo, dadaísmo, constructivismo, suprematismo y De Stijl.

Los miembros de estos movimientos no eran tipógrafos pero reconocieron que la tipografía era una herramienta dinámica y poderosa para expresar sus nuevas ideas. La tipografía moderna que emplearon estos movimientos rompieron con las reglas incuestionables de los tipos móviles, crearon un nuevo lenguaje visual en el cual las palabras se convirtieron en formas abstractas incluidas en una composición tipográfica y no únicamente en un conjunto de signos escritos.

El futurismo fue el primero de los “ismos”. Su manifiesto, publicado en 1909 por el italiano Filippo Marinetti, establecía la determinación del movimiento de encontrar nuevas expresiones visuales en el arte y en el diseño. En términos tipográficos llevó a una violenta yuxtaposición de imágenes tipográficas, con formas libres, que reflejaban la propaganda agresiva de futuristas como Marinetti y Severini.

Cabe mencionar también al movimiento suprematista, fundado en Rusia en 1913, caracterizado por su estilo geométrico de diseño. Sus miembros prominentes fueron Laszlo Moholy-Nagy y El Lissitzky. En 1916 llegaron a escena los dadaístas. Este movimiento artístico y literario surgió en oposición a la Primera Guerra Mundial y su propaganda se caracteriza por el empleo del collage a partir de fotografías.

Al año siguiente vio el nacimiento del movimiento De Stijl en los Países Bajos, del cual Theo Van Doesburg y Piet Mondrian fueron dos de los discípulos más influyentes. Pronto se ganó el apoyo popular en otras partes de Europa, su manifiesto proclamaba

que las formas geométricas fueran sencillas y los colores primarios eran las únicas expresiones visuales adecuadas a la nueva era de la máquina.

En 1919, la Bauhaus, una nueva escuela de artes visuales, abrió sus puertas en Weimar, Alemania. El arquitecto Walter Gropius fue su primer director y definió el amplio objetivo de la escuela como la reunión de las artes visuales y la industria. Muchos de los líderes de los nuevos movimientos artísticos, tales como: Wassily Kandinsky, Laszlo Moholy-Nagy y Paul Klee, se convirtieron en tutores de esta escuela, donde sus influencias estuvieron presentes en los trabajos de sus estudiantes.

La Bauhaus se trasladó posteriormente a Dessau en 1925. Allí se desarrolló un particular estilo de diseño, en el que se reflejaba el enfoque moderno de la escuela en cuestiones de tipografía. Cuando se trasladaron a Berlín, la escuela fue clausurada por los nazis en 1933, pero la enseñanza en el diseño y su influencia que ejerció aún sigue vigente.

Gran parte de la innovación creativa en el diseño gráfico, durante las primeras décadas del siglo XX, se deben en su mayoría a los movimientos del arte moderno y a la Bauhaus. Fue el diseñador alemán Jan Tschichold, quien aplicó estos nuevos enfoques a los problemas del diseño cotidiano, y los explicó a un amplio público de impresores, compositores y diseñadores. Él diseñó un suplemento de 24 páginas en 1925, titulado *elementare typographie*, en el se explicaba y demostraba la tipografía asimétrica, para expresar la sensibilidad visual de su época.

Tschichold declaró que la meta de cada trabajo tipográfico debería ser la entrega de un mensaje en la manera más corta y eficiente posible. Declaró que una fuerza dinámica debería estar presente en cada diseño.

La pasión por la tipografía creó una variedad de estilos sans-serif durante los años 1920. El alfabeto que Edward Johnston creó para el metro de Londres en 1916, el cual se acercaba en su concepción a las letras clásicas, y presentaba un diseño notablemente geométrico, inspiró la serie Gill Sans, el cual fue diseñado por un discípulo de Johnston, Eric Gill. Esta familia tipográfica no tiene una apariencia muy mecánica porque sus proporciones provienen de la tradición romana.

La aparición del tipo Futura en 1927, creación del alemán Paul Renner, se convirtió en la insignia característica del estilo geométrico de palo seco. El mismo año, Rudolf Koch diseñó Kabel, emitido por Klingspor. Las letras de caja alta de este tipo se asemejaban mucho a las de Futura, aunque no sucedía así con la caja baja.

Stanley Morison, asesor tipográfico para la British Monotype Corporation y para la Cambridge University Press, supervisó el tipo de letra Times New Roman para el

periódico Times de Londres. Este tipo se caracterizó por trazos cortos ascendentes y descendentes, y remates agudos y pequeños; fue usado por vez primera en la edición del 3 de octubre de 1932. Su popularidad se atribuye a su extraordinaria legibilidad, su calidad visual y la economía alcanzada por las formas de letras moderadamente condensadas. La información anterior menciona algunos tipógrafos y movimientos artísticos que en las próximas páginas se ampliarán con mayor detalle. La tipografía siempre tendrá un futuro y siempre será un reto artístico, mientras la comunicación verbal requiera ser transformada por nosotros en imágenes visuales, legibles y atractivas que puedan ser difundidas universalmente.

El **objetivo general** del proyecto de tesis fue: el documentar la obra de los diseñadores tipográficos que sobresalieron por la calidad de sus propuestas visuales en la primera mitad del siglo XX, para apoyar la enseñanza del diseño y la comunicación visual en la Escuela Nacional de Artes Plásticas.

Los **objetivos específicos** que se manejaron en la información son:

- Señalar los movimientos artísticos que influyeron en la tipografía a finales del siglo XIX y primera mitad del siglo XX.
- Comprender la importancia y la funcionalidad de la tipografía en los distintos movimientos artísticos.
- Explicar la relación que tienen los movimientos artísticos con la tipografía a través de sus estilos y corrientes.
- Conocer como los acontecimientos históricos influyen en un país y como afecta o favorece a la tipografía.
- Mostrar la importancia de los distintos tipógrafos a través de sus diseños de tipos y la aportación que han desempeñado en la tipografía.
- Explicar cómo la tipografía interviene en los medios impresos y digitales como comunicación visual, es decir abordar la tipografía como imagen.
- Creación de un libro electrónico, con la finalidad de material de consulta en el cual contendrá la información de los movimientos artísticos y tipógrafos, esto como beneficio para los alumnos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas.

La presentación de este proyecto constará de un libro electrónico, en donde se mostrará toda la información de los movimientos artísticos y tipógrafos recopilada de varias fuentes actualizadas con el fin de ser un apoyo de consulta para los alumnos de la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, en específico para las asignaturas de Tipografía y Laboratorio de Diseño Editorial de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, con el fin de que los alumnos tengan mejor acceso a esta información y un mayor

conocimiento sobre la tipografía del siglo XX, conociendo las posibilidades de la misma en la comunicación visual y como elemento importante el diseño.

Arte, diseño y tipografía en la primera mitad del sigloXX, tendrá como introducción una semblanza de los sucesos importantes que se dieron a finales del siglo XIX, los cuales fueron de suma importancia para los movimientos artísticos y tipográficos del siglo XX. Para después dar paso a los personajes que hicieron posible la creación de nuevos tipos, los cuales aportaron conceptos de diseño a la tipografía.

Justificación

El proyecto abarca tres puntos clave en el diseño editorial: la recopilación de información, la edición y el diseño.

Se recopiló información sobre los movimientos artísticos y tipógrafos que aportaron con sus diseños cambios importantes en la tipografía, es decir, desde su creación, diseño o sus aportes en la composición tipográfica; investigando en varias fuentes desde revistas, libros, hasta páginas en internet, haciendo una comparación y rescatando la información más importante, buscando que los alumnos que consulte la información les sea agradable e interesante, ayudándonos con imágenes complementarias de las tipografías y/o de los trabajos que realizaron los tipógrafos.

La importancia de esta investigación para la Escuela Nacional de Artes Plásticas, es para que los alumnos tengan acceso a la información actualizada, y además que sepan sobre sus orígenes, como también hagan un uso apropiado de ella, acorde a la finalidad que le den en cuanto a diseño.

Otra razón es que en la escuela encontramos libros de tipografía, los cuales informan de una forma muy general y a veces demasiado superficial y confusa, otra de las cosas que suele suceder es que la información ya no se encuentra actualizada, y para los estudiantes o interesados en el tema de la tipografía, les es muy complicado encontrar esta información. Por lo que nosotros buscamos dar esta información en los este medio, en el cual vamos a dar salida a la información por medio del libro electrónico, con esto el estudiante podrá consultar la biografía de los distintos tipógrafos que dieron a la tipografía un carácter especial ya sea como texto o imagen visual, sin recurrir a muchos medios de consulta, además que la búsqueda se haría más interactiva.

La información de los Movimientos artísticos y tipógrafos de la primera mitad del siglo XX, se colocaría en un medio importante: que es un libro electrónico. Deseamos que más gente conozca sobre los tipógrafos más sobresalientes y la influencia que han desempeñado, como diseñadores de la comunicación. Es importante conocer más sobre

este tema, ya que no es posible comprenderlo en su totalidad en los dos primeros semestres de la carrera en la materia de tipografía I y II. El libro electrónico sería un apoyo de consulta para los alumnos de la materia de tipografía y para los que deseen especializarse en la orientación en Diseño editorial.

Hipótesis:

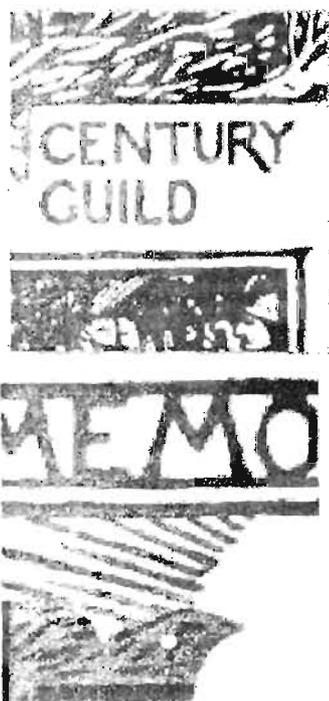
Con la aplicación y fundamentos del diseño tipográfico podremos construir un documento electrónico, los cuales tendrán una calidad visual de diseño, color e imagen, esto para dar un mayor realce a la información, además de ser importante para una mejor formación para los diseñadores. Y además el manejo que se de, de los elementos del diseño en la realización de el libro electrónico, será parte de la tipografía como imagen y como medio de comunicación.

La hipótesis fue consolidada con la información y se reforzó con el diseño gráfico y editorial tanto para la tesis impresa como en el documento electrónico.

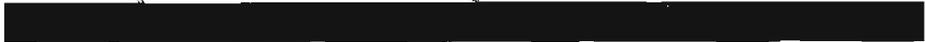
La tipografía siempre tendrá un futuro y siempre será un reto artístico mientras la comunicación verbal requiere ser transformada por nosotros en imágenes visuales, legibles y atractivas que puedan ser difundidas universalmente.

Capítulo I

*La influencia de los movimientos artísticos en la tipografía,
desde finales de siglo XIX hasta mediados del siglo XX*



Arts and Crafts imprentas privadas



● 1.1.1 El movimiento Arts and Crafts y las imprentas privadas



William Morris (1834-1896). Representante del movimiento **Arts and Crafts**.

El mayor representante del movimiento arts and crafts fue William Morris (1834-1896)—diseñador, artesano, teórico y artista—, quien estableció principios como «la realidad de los materiales» y métodos de producción que llegaron a ser la base del movimiento. Durante las últimas décadas del siglo XIX este movimiento floreció en Inglaterra como una reacción contra Revolución industrial. Mostraba una gran devoción por el regreso a la destreza manual y consideraba detestables y baratos a los artículos producidos en masa de la época victoriana.¹ En las décadas de 1880 y 1890 el movimiento fue apoyado por un número de sociedades y gremios que buscaban establecer comunidades artísticas, unidas para el bien común.²

Uno de los ejemplos que introdujo la visión del movimiento arts and crafts británico al público europeo fue *Hobby Horse*, el primer periódico de la década de 1880, que consideró a la impresión como una forma seria del diseño. *Hobby Horse* fue producido bajo la tutela de sir Emery Walker (1851-1933), maestro impresor y tipógrafo en la imprenta Chiswick. Su composición y arreglo con papel hecho a mano e ilustraciones en xilografía, lo convirtieron en precursor del aumento en el interés por las artes y oficios en la tipografía, el diseño gráfico y la impresión.³

La importante manifestación de la Revolución industrial, se da a conocer por medio de las obras de las pequeñas imprentas independientes de alta calidad en Europa y Estados Unidos, William Morris, quien con su imprenta Kelmscott publicó libros impecables con un gran estilo y técnica que él denominaba «renacentista» como reacción contra la mecanización de la imprenta en el siglo XIX.



Portada de *Hobby Horse*, 1884. "Página dentro de una página", donde se refleja la preocupación medieval de Arts and Crafts.

¹ La época Victoriana se caracterizó por el lujo y suntuosidad, relacionado con la influencia de las colonias de la corona inglesa, establecidas en África y Asia.

² «Diseño Victoriano y Arts and Crafts», <http://moon.inf.uji.es>

³ MEGGS, Philip B: *Historia del diseño gráfico*, Barcelona, McGraw-Hill, 2000, pp. 162-165.



Grabado de *Hobby Horse*, 1886. En este grabado se expresan los sentimientos, y se plasman en un medio visual poético. Poema gráfico realizado por el Ilustrador/grabador Arthur Burgess.



William Morris, página ilustrada de *Works of Geoffrey Chaucer*, 1896.

El proyecto más extraordinario de la imprenta Kelmscott, es el volumen *Works of Geoffrey Chaucer* de 556 páginas, impreso en negro y rojo, en folios de gran tamaño. Esta edición de 425 copias en papel y 13 en pergamino fue el logro final de la carrera de Morris, las cuales fueron entregadas el 2 de junio de 1896, en el taller de encuadernación.

Otros expertos en libros refinados crearon a la brevedad imprentas privadas al estilo de Morris, pero con ornamentos y tipografía más sobrios: la imprenta Eragny de Lucien y Esther Pissarro, Vale, Essex House y Doves Press. Su credo consistía en seguir las normas tácitas, pero no por eso menos severas, de la imprenta refinada: tipos elegantes pero legibles, composición manual, papel de alta calidad elegido de acuerdo con la tipografía, preferiblemente con marca de agua manual o de molde, ediciones de unos pocos cientos de copias y encuadernación manual.⁴

La extraordinaria influencia de William Morris y la imprenta Kelmscott sobre el diseño gráfico se debió al concepto del libro bien hecho, sus hermosos diseños de letras basados en modelos anteriores y su sentido de la unidad del diseño con el detalle más pequeño en relación con el concepto total inspiraron a una generación de diseñadores de libros que perduró hasta bien avanzado el siglo XX.⁵

En esa misma década, gracias al gran desarrollo alcanzado por los equipos de creación y reproducción mecánica de tipos, unido a los avances producidos en la tecnología de la impresión, surge un cambio cuya clave estuvo basada en un trío de inventos: el grabador pantográfico, de 1884; la máquina de composición en línea, o linotipia, de 1886, y la máquina de fundir caracteres sueltos o monotipia de 1893. Para el mundo de la imprenta, los descubrimientos tecnológicos de este período son equiparables, en sus respectivos campos.



William Morris, página de las Obras de *Geoffrey Chaucer*, 1896.

⁴ «Kelmscott Chaucer», <http://kane.uab.es>

⁵ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 171.



Lucien y Esther Pissarro, páginas de *Ishtar's Descent to the Nether World* (El descenso de Ishtar al mundo subterráneo), 1903. Imágen, color y ornamentos, al combinarse generan mucha energía expresionista.

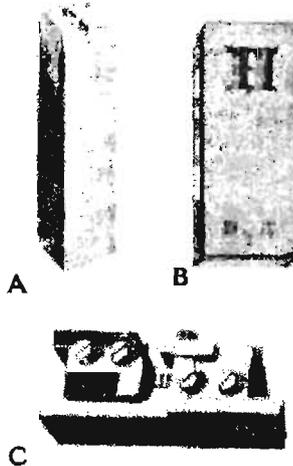


Ottmar Mergenthaler muestra el linotipo *Blower*, el primer teclado de composición de tipos en línea, al editor Whitelaw Reid, el 3 de julio de 1886.

Indirectamente, los repentinos adelantos en la composición tipográfica durante la década de 1890, fueron una parte indispensable de la revolución de la comunicación que siguió el camino abierto por la Revolución industrial y las reformas políticas y sociales de los países desarrollados.

A pesar de todo esto, y desde el estricto punto de vista de la creación de tipo y tipografía, el proceso físico de diseñar, fabricar y componer tipos no había sufrido grandes cambios desde que Gutenberg inventara el tipo móvil, más de cuatrocientos años antes. La producción o composición de una página de tipo preparada para imprimir seguía siendo en líneas generales, una industria especializada intensamente manual, en la que cada carácter tipográfico, cada espacio y cada pieza de interlineado, se extraía manualmente de la caja tipográfica, se colocaba en el componedor y la operación se repetía cientos o miles de veces, hasta que el texto estaba compuesto.

Uno de los inventos que ayudó en los avances de impresión fue el linotipo, donde se empleaban moldes para realizar la composición en lugar de tipos ya fundidos. Mientras tanto en Estados Unidos, en la misma década de 1880 y en el brevísimo plazo de un par de años, un ingeniero norteamericano de Milwaukee, Linn Boyd Benton, había estado investigando sobre medios para grabar tipos (pero no era una máquina para componer, sino para mejorar el proceso de plancha electrotípica en el que estaba trabajando). En 1884, sus avances en el método pantográfico de grabar letras en madera produjeron una máquina que no sólo era capaz de grabar las matrices que requería, sino también los punzones de acero. Este avance fue adoptado por el relojero Ottmar Mergenthaler (1854-1899),⁶ un inmigrante alemán en Baltimore; en julio de 1886, hizo una demostración de su linotipia en las oficinas del New York Tribune, su invento fue



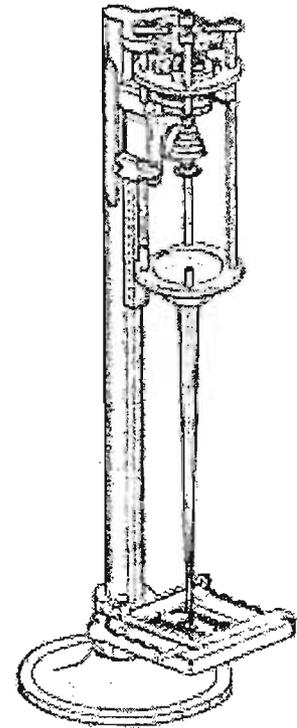
Estos grabados de principios del siglo XX muestran el sistema de Gutenberg para la fundición de tipos: a) punzón, b) matriz y "c) el molde del tipos.

⁶MEGGS, Philip B: o. cit., pp. 133-134.

inmediatamente aclamado, y muy pronto comenzó a funcionar, pero para que la linotipia de Mergenthaler pudiera abordar la producción comercial, fue necesario que su empresa adquiriera el método pantográfico de grabar de Benton, y lo incorporara a su propia máquina, de manera que hasta 1890 no salieron los primeros linotipos producidos en serie.

La linotipia funcionaba con matrices individuales para cada uno de los caracteres, que se liberaban mediante pulsaciones en un teclado. Las matrices se montaban para formar líneas de tipo, colocando unas cuñas de separación entre las palabras. Cuando la medida de la línea estaba casi completa, el compositor terminaba la palabra (o bien, si era necesario, la partía, continuándola en la línea siguiente) y presionaba una palanca que empujaba hacia abajo los espacios de cuñas, igualando las medidas de separación entre palabras y justificando la línea de matrices, que entonces se fundía en metal caliente formando una línea entera de tipo, de ahí el nombre inglés de *line of type* (línea de tipo). Entonces esta línea pasaba automáticamente a ocupar un lugar junto a las líneas anteriores, mientras las matrices eran devueltas, por medio de una clave codificada impresa en las mismas, al almacén de matrices situado en la parte superior de la máquina (la fuerza motriz que se empleaba para obligarlas a realizar todos esos desplazamientos era el aire comprimido, de ahí el término inglés *blower*, o compresor). Mientras todo esto ocurría, el operario debía estar ya componiendo la línea siguiente.

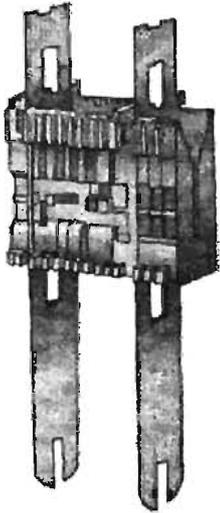
La máquina de linotipia era capaz de realizar por sí sola el trabajo de siete u ocho cajistas. Su éxito fue inmediato: para el momento en que murió Mergenthaler, en 1899, su máquina había revolucionado la producción y el costo de operación de muchas imprentas, en especial las de los periódicos. Aunque su mayor difusión tuviera lugar en Estados Unidos, las máquinas también se construyeron con licencia en Gran Bretaña y Alemania. Hacia 1900 ya había más de seis mil máquinas en uso, estableciendo una tecnología básica para gran parte de la producción de imprenta que no presentaría alteraciones substanciales hasta los años sesenta.



Modelo pantográfico de Lynn Boyd Benton. Grabador para punzones de madera y acero.



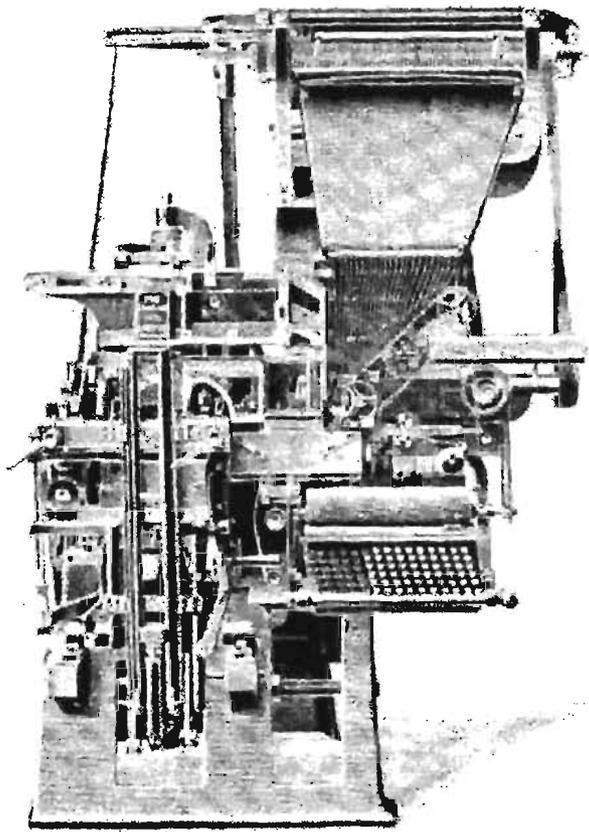
Las matrices se montaban para formar líneas de tipo.



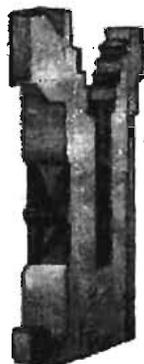
Colocando unas cuñas de separación entre las palabras, como las que se muestran en la ilustración.



Teclado de máquina de linotipia.



Máquina de linotipia (1886).



En está ilustración se muestra una matriz de linotipia.

Ilustración: Carlos E. Romero Hernández

Aunque el linotipo ayudó a promover una revolución en publicaciones periódicas y semanarios ilustrados, era considerado insatisfactorio para trabajos de impresión de mayor calidad, como los libros.

La monotipia surge en 1887, inventada por el estadounidense Tolbert Lanston (1844-1913), pero fue utilizada una década después hasta ser lo suficientemente eficaz en la producción. El monotipo forma caracteres individuales a partir de metal fundido, a diferencia del linotipo. En el monotipo las pulsaciones del teclado no seleccionaban directamente las matrices, sino que, producían una bobina de cinta perforada. Esta cinta se trasladaba a una máquina aparte, el vaciador, que llevaba los bastidores portamatrices, cada uno de las cuales contenía todos los diferentes caracteres. Las instrucciones para los espaciados y los caracteres estaban incorporadas a las perforaciones codificadas de la cinta. Como respuesta a esta cinta, el bastidor portamatrices se colocaba en posición para recibir el metal fundido que moldearía cada uno de los caracteres sueltos. El resultado final era más parecido a una galerada de tipos de fundición compuestos a mano que a los lingotes lineales que salían de la linotipia. La composición monotípica tenía la ventaja de ser más fácil de corregir, ya que sus tipos sueltos se reemplazaban con mayor comodidad, alcanzando sus mayores éxitos iniciales en Europa, pues los impresores europeos no habían llegado a alcanzar las calidades esperadas con la linotipia. Donde mayor éxito tuvo la monotipia fue entre los impresores de libros, atraídos por la posibilidad que brindaba el sistema de manejar e imprimir el tipo de la misma manera que en la composición manual.⁷

Mientras tanto, en Estados Unidos, la fundidora American Type Founders (ATF) surge por la demanda de la creación y fundición de tipos. Esta empresa se estableció en 1892, a partir de

⁷ BLACKWELL, Lewis: *La tipografía del siglo XX*, Barcelona, Gustavo Gili, 1998, pp. 12-18.

la unión de varias fundiciones norteamericanas existentes, a modo de medida defensiva contra el crecimiento del negocio de la linotipia. Proporcionaba tipos premoldeados y realizaba encargos de tipos y copias de tipos antiguos, para satisfacer la creciente demanda de un abanico más amplio de opciones. En esa época existía una rampante piratería de diseños; es por esto que ATF no rechazaba los diseños de otros —como los de Morris—, pero tenía también sus modelos que precisaba proteger para que pudiera competir con la composición mecánica. La posición de ATF fue, en parte, la de la fuerza a través de la unidad, para defender a las amenazadas pequeñas fundiciones.

El mencionado Linn Boyd Benton y su hijo Morris Fuller Benton (1872-1948), fueron diseñadores clave para ATF, durante su primera década de existencia, poniendo en práctica ideas sobre tipos revisados o copiados, además de grabar familias extensas. Morris Benton siguió adelante con esta política, hasta llegar a ser uno de los más prolíficos diseñadores de caracteres, proyectando unos 180 tipos, durante su dilatada carrera en ATF.

En 1894, es creado un tipo para la revista *Century*, por parte de Linn Boyd Benton en colaboración con Theodore de Vinne. *Century* es un ejemplo de uno de los mejores tipos de la época que, en cierto modo, desmiente las características del período: se requería un tipo con más cuerpo y más legible, así como ligeramente estrecho, para que encajara en la composición de la doble columna de la revista, en la que apareció por vez primera en 1895. Otro de los primeros éxitos comerciales de Morris Fuller Benton y ATF fue el tipo *Cloister Old Style*, que apareció en 1897, inspirado en la romana de Jenson de 1470. El tipo más popular que apareció a mediados de la década de 1890 fue el *Cheltenham*. Al principio fue rechazado por aquellos de gustos tipográficos más refinados. Este tipo fue diseñado por Bertram Goodhue (1869-1924), especialmente para *Cheltenham Press* de Nueva York, y su aparición ocurrió en 1896. Sin embargo, tardó casi una década para estar disponible comercialmente (primero a través de ATF y *Linotype*, y más tarde en sucesivas imitaciones).



Páginas del *Specimen Book and Catalogue*, 1923. American Type Founders. En estas páginas se muestran los tipos renovados de Garamond con ornamentos de Cleland.

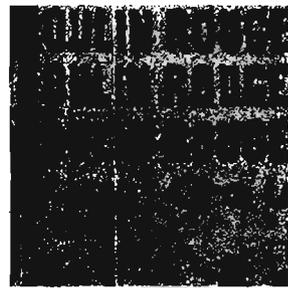
Cheltenham Light
Cheltenham Light Italic
Cheltenham Bold Italic
Cheltenham Bold

Tipo Cheltenham de Bertram Goodhue, 1896.
Versión digital de Adobe INC.

Durante los últimos años del siglo XIX, la publicidad se estaba convirtiendo en el campo de experimentación tipográfica más activo y exigente. Muchos destacados tipos de los utilizados para rótulos jamás llegaron a ser grabados en acero, existiendo tan sólo en la versión de letras de madera, una forma más sencilla y barata de obtener los tipos de mayor tamaño, pues se grabaron directamente partiendo de una calca del carácter, sin necesidad de punzones. Existían muchas tiendas de letras de madera que suministraban a imprentas y que admitían encargos especiales.⁸

⁸ BLACKWELL, Lewis: o. cit., pp. 24-26.

El cartel en el Art Nouveau



● 1.1.2 El cartel en el Art Nouveau



Jules Chéret, cartel de *Élysée Montmartre Bal Masqué* (Baile de disfraces), 1896. Este cartel nos muestra la elegancia parisina.

El art nouveau (1890-1910) tiene como una de sus influencias al movimiento arts and crafts, originario de Inglaterra. El art nouveau se desarrolló también en otros países europeos y en los Estados Unidos, con la característica de ser el estilo más moderno y representativo de fines del siglo XIX, manifestándose tanto en las artes como en el diseño gráfico, arquitectura y diseño de objetos cotidianos (mobiliario, decoración)⁹ y además de convertirse en la fase inicial del movimiento moderno, preparó el camino hacia el siglo XX, borrando del diseño el pensamiento de volver a las formas del pasado. Durante este período hubo una estrecha colaboración entre los artistas visuales y los escritores.¹⁰

A finales del siglo XIX, la producción industrial, y con ello también la publicidad, habían experimentado un enorme auge. El cartel resultó ser el mejor método para llamar la atención, mediante la combinación de formas y colores, sobre determinados productos y acontecimientos. Con la económica técnica de la litografía —inventada por Alois Senefelder en 1796— ya era posible realizar un tiro en grandes formatos a una o varias tintas, a un costo accesible. De esta manera, se conseguía una gran difusión de este «arte para la calle».

El art nouveau en Francia está representado por Jules Chéret (1836-1933) considerado el padre del cartel moderno. Chéret elaboró para el salón de variedades Folies-Bergère el primer cartel sin perspectiva ni sombras. Esto sería el principio de una evolución que alejaría al cartel de la representación fiel de la realidad, apostando por una utilización más funcional de colores y por la simplificación de las formas. Chéret evolucionó, simplificando sus diseños e incrementando la escala de sus figuras principales y rotulaciones. Durante la década de 1880 usó la línea

⁹ «Nace el Art Nouveau», <http://www.imageandart.com>

¹⁰ MEGGS, Philip B: o. cit., p.183.

negra para contornear las figuras y combinó armónicamente los colores primarios de las mismas, trabajándolas en tonos suaves como de acuarela, auxiliándose de técnicas como el rayado, raspado y salpicado.

Otro cartelista importante fue Toulouse-Lautrec (1864-1901), que superó a Chéret con la innovación artística del cartel que realizó para el Moulin Rouge, inaugurado el 5 de octubre de 1889. Ya existía un proyecto del famoso Chéret, pero el que elaboró Toulouse-Lautrec marcó una diferencia con los demás debido al encabezado de color rojo llamativo, repetido tres veces y unido de una manera original mediante una «M» mayúscula.¹¹

El más célebre cartelista del art nouveau es Alphonse Mucha (1860-1909). Con el cartel anunciador de la obra Gismonda se inicia un nuevo estilo de suaves colores y de trazo permanente en el grosor del contorno, de ornamentos de líneas ondulantes y sinuosas, círculos, motivos florales, mosaicos bizantinos, estructuras arquitectónicas de resonancias islámicas, estampados de origen exótico (árabe oriental) y estilizados tratamientos del ropaje, inspirados al parecer, en las xilografías japonesas. Hay que añadir el uso que Mucha hacía de la fotografía para ayudarse en sus diseños.¹²

El motivo dominante de Mucha fue la figura femenina, rodeada por formas estilizadas derivadas de plantas y flores; su trabajo fue tan persuasivo que en 1900 se alternaba el término *le style Mucha* con el de *l'Art Nouveau*. Su gran producción incluye 134 litografías para el libro *Ilsèe, Princesse de Trépoli*, además realizó diseños para muebles, vitrales y objetos manufacturados. Los libros que elaboró junto con Maurice Verneuil y Georges Auriol, donde muestra modelos de artistas y diseñadores, incluyendo *Combinaisons Ornementales*.¹³



Jules Chéret, Baile en el **Moulin Rouge**, 1889. Litografía en color, cartel, 61 X 42.8 cm.



Henri de Toulouse-Lautrec, **Moulin Rouge: La Goulue**, 1891. Litografía a cuatro colores, cartel, 67 X 54 cm.

¹¹ FELBINGER, Udo: *Toulouse-Lautrec*, Barcelona, Könemann, 2000, pp. 42-46.

¹² «Nace el Art Nouveau»: o. cit., www.imageandart.com

¹³ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 195.



Alphonse Mucha, cartel *Gismonda*, 1894.



Alphonse Mucha, Ilustración
de *Ilsée, Princesse de Tripoli*,
1901.

El énfasis tipográfico en el cartel francés trascendió en los trabajos de Eugène Grasset (1841-1917) y Georges Auriol (1863-1938). Ambos diseñaron tipos. El tipo epónimo de Grasset, de 1898, tiene conexiones con los *revivals* de ojo antiguo de Morris y, a su vez, influyó en el tipo Auriol de 1901 (ambos producidos por la fundición Deberny and Peignot). El tipo Auriol era mucho más caligráfico, evocando asociaciones con la letra escrita a pluma, acentuadas por esporádicos espacios en blanco en muchos de sus rasgos. El efecto obtenido estaba en perfecta sintonía con la imaginería orgánica del art nouveau, lo que convertía a este tipo en el más apropiado para ser utilizado en contexto. Junto a los recargados aspectos de la tipografía art nouveau, desplegados por muchos artistas franceses y algunos otros europeos y norteamericanos durante la última década del siglo XIX, coexistieron algunos cartelistas que combinaban los aspectos decorativos del cartel con la búsqueda de un diseño más sencillo, ordenado y, tal vez, más elegante.

Por último cabe mencionar que otros pintores y dibujantes franceses, como Théophile Steinlen y Pierre Bonnard, empiezan a diseñar la letra de sus carteles, además de plasmar la esencia gráfica durante el Art Nouveau.

Otros artistas que empezaron a prestar mayor atención al diseño gráfico y la ilustración fueron los ingleses. Destacan entre ellos Aubrey Beardsley y Charles Ricketts, quienes diseñaban páginas ligeras, con ornamentos y encuadernaciones más abiertos y geométricos en comparación con las de William Morris.

El arte gráfico británico y francés unieron sus fuerzas para invadir Estados Unidos. En los años de 1889, 1891 y 1892, la revista *Harper* le encargó portadas a Eugène Grasset, lo cual le dio un nuevo enfoque al diseño gráfico en Estados Unidos.

El autodidacta estadounidense William H. Bradley (1868-1962) diseñó la portada de *The Inland Printer* (El impresor nacional, 1894-1895) y el cartel de la revista norteamericana *The Chap Book*. Aunque Bradley también diseñó tipos (el suyo de 1890 fue comprado posteriormente por ATF y bautizado en su honor), donde

Georges Auriol, portada de *Combinaisons Ornementales*, 1900.



Eugène Grasset, portada de revista *Harper*, 1892.



Will Bradley, cartel de *The Chap Book* (*Libro de cuentos*), 1895.

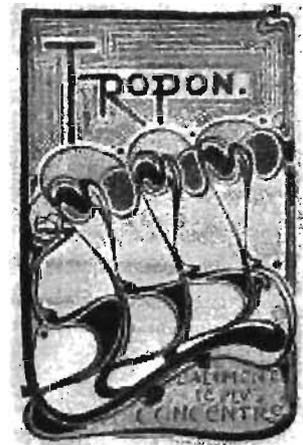
mejor se manifestó su sensibilidad tipográfica fue en su aprecio por las más variadas clases de rótulos y estilos de tipo, y en sus avanzadas ideas sobre composición de la página.¹⁴

El art nouveau irrumpió en Bélgica a mediados de la década de 1890. Anidado entre Francia y Alemania, este pequeño país experimentó los inicios del fermento creativo durante la década de 1880, cuando se formó el Cercle des XX (Grupo de veinte) para mostrar el arte progresivo ignorado por el salón establecido e incluyendo las primeras exposiciones de pintura de Gauguin en 1889 y de Van Gogh en 1890. A mediados de la década de 1890 el art nouveau belga se volvió una fuerza significativa a medida que el arquitecto barón Victor Horta, el diseñador Henri van de Velde y el artista Jan Toorop influían en el desarrollo del arte por toda Europa.

Van de Velde, arquitecto, pintor, diseñador y educador, representaba el rumbo nuevo en un solo hombre. Él sintetizó fuentes incluyendo la impresión japonesa, el Art Nouveau francés, el Movimiento Artes y Oficios inglés y más tarde, la escuela de Glasgow para lograr un estilo unificado. Después de experimentar con el postimpresionismo, incluyendo el puntillismo, estudió arquitectura y se unió al Cercle des XX. El ejemplo de William Morris le inspiró una creciente preocupación por el diseño y abandonó caballete y pinceles. Los interiores, el diseño de libros, la encuadernación, la joyería y el trabajo en metal se convirtieron en sus principales actividades. En 1892, Van de Velde escribió un importante ensayo, «Déblaiement d'art», en el que hacía un llamado a un arte nuevo que sería contemporáneo en concepto y forma pero poseería la gran vitalidad e integridad ética de las artes decorativas y aplicadas al pasado. El único cartel que produjo fue para un producto de comida concentrada, Tropon, para el cual creó etiquetas y publicidad comercial en 1899.



Will Bradley, portada de *The Inland Printer* (El impresor nacional), 1895.



Henri Van de Velde, cartel de comida concentrada *Tropon*, 1899.

¹⁴ BLACKWELL, Lewis, : o. cit., p.28.

En ese trabajo de informar acerca del producto o de representar a gente usándolo, Van de Velde atrajo la atención del espectador con formas simbólicas y color.

Como diseñador de libros, Van de Velde realizó en 1908 el diseño para *Also Sprach Zarathustra* y *Ecce Homo* de Friedrich Nietzsche, que resultaron ser unas obras maestras. Después del final de siglo, sus enseñanzas y obras escritas como *The Renaissance in Modern Applied Art* (El renacimiento en el arte aplicado moderno, 1901) y *A Layman's Sermons on Applied Art* (Los sermones del hombre común aplicados en el arte, 1903), se convirtieron en una fuente para el desarrollo de la arquitectura y teoría del diseño del siglo XX. El gran duque de Saxe Weimar lo llamó como consejero de arte y de diseño a Weimar en 1902, reorganizó el Instituto Weimar de Artes y Oficios y la Academia de Bellas Artes. Éste fue un paso preliminar hacia la formación de la Bauhaus por Walter Gropius en 1919.¹⁵



Otto Eckmann, portada de *Jugend*, 1896. Se combinan estilizaciones curvilíneas con el realismo tradicional.

En Alemania, un movimiento semejante al art nouveau fue llamado *Jugendstil* (estilo joven), nombre tomado de la revista *Jugend* (juventud), que se publicaba en Munich. *Jugend* caminaba sobre una línea muy fina entre ser una revista de arte y un periódico de entretenimiento popular. Sin embargo, el *Jugendstil* bien se distinguió del art nouveau que se desarrolló en Francia y Alemania, rechazando el estilo floral y sustituyéndolo por formas planas y de mayor simplicidad. El diseño y la artesanía se volvieron cada vez más importantes y culminaron en un énfasis en el modelado geométrico y en la construcción de un diseño modular. El lenguaje de diseño resultante empleó cuadrados, rectángulos y círculos en repetición y combinación. Las nuevas técnicas de impresión y de manufactura, crearon un interés en muchos artistas alemanes por el diseño gráfico y de productos. Entre los artistas y diseñadores que contribuyeron con ilustraciones y diseños decorativos tanto para las

¹⁵ MEGGS, Philip B: o. cit., pp. 201-202.



Henri van de Velde, portadas de *Also Sprach Zarathustra*, 1908.



Henri van de Velde, doble portada de *Ecce Homo*, 1908.



Peter Behrens, logo de la marca registrada comercial AEG, 1907.

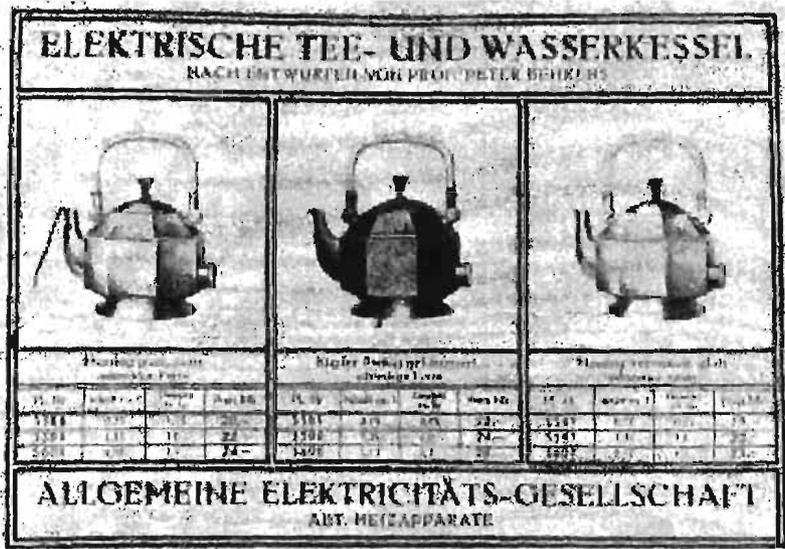
portadas como para los interiores se encuentran Hans Christiansen, Otto Eckmann y Peter Behrens. La fundidora Klingspor fue la primera fundidora de tipos alemana a la cual le encargaban nuevas fuentes, y en 1900 emitió los tipos Eckmannschrift de Eckmann, que causaron sensación y le dieron fama internacional. El tipo Eckmannschrift combina atributos medievales y romanos con la influencia de las impresiones japonesas.¹⁶ Es importante mencionar que Peter Behrens desarrolló una considerable cantidad de proyectos de arquitectura y diseño de interiores, en 1907 comenzó a trabajar como director artístico de la Allgemeine Elektricitäts Gesellschaft, AEG (Sociedad General de Electricidad), empresa para la que realizó cantidad de productos, algunas fábricas e incluso las viviendas de sus trabajadores. Finalmente la empresa decide contratar a Behrens para la planificación y el desarrollo de una nueva línea de electrodomésticos. Además se encargó de diseñar la imagen corporativa de la AEG, su arquitectura y del diseño industrial. Por primera vez en la historia, un diseñador resuelve para una industria su imagen corporativa (alfabeto, logotipo, catálogos, propaganda).¹⁷

Mientras tanto, y sin relación estilística alguna, sino más bien coincidiendo con el espíritu renovador del momento, en 1898 es creado el tipo Akzidenz Grotesk por parte de la fundición alemana Stempel. Este tipo también fue llamado Standard al comercializarse en los Estados Unidos. Se trata de un tipo sans serif cuya mayor importancia reside en el hecho de que sentó las bases para un concepto tipográfico que surgiría medio siglo después: la tipografía funcional suiza¹⁸ (señaladamente, los tipos Helvética y Univers, y uno de sus más destacados descendientes, los tipos Arial). Es curioso que el diseñador de los tipos Akzidenz Grotesk, que resultarían tan influyentes, sea anónimo.

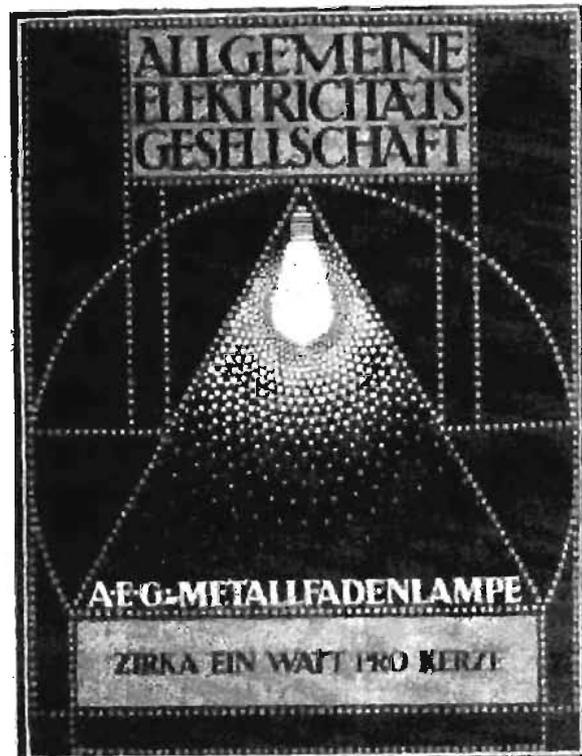
¹⁶ MEGGS, Philip B: o. cit., pp. 204-205.

¹⁷ <http://www.sonria.com/design/personajes/behrens.php>

¹⁸ BLACKWELL, Lewis: o. cit., p.28.

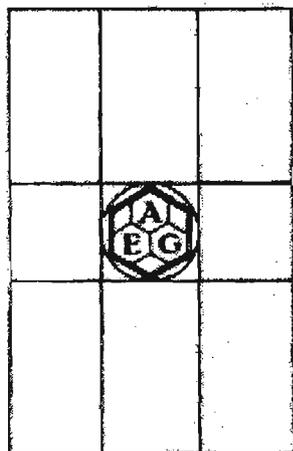


Peter Behrens, página del catálogo para las teteras AEG, 1908.

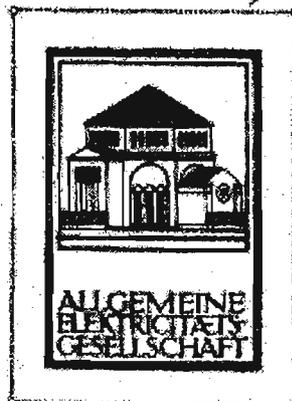


Peter Behrens, cartel de lámpara eléctrica de la AEG, 1910.





DEUTSCHE SCHIFFBAU-
AUSSTELLUNG 1908



Peter Behrens, diseño de las cubiertas del folleto guía para el pabellón de la AEG.

Exposición de Construcción de Barcos Alemana, 1908. Lo más importante de este folleto son las letras, que se convirtieron en la base del sistema de identificación visual de la AEG.

Akzidenz Grotesk Bold Extended
Akzidenz Grotesk Medium Extended
Akzidenz Grotesk Extra Bold Condensed
Akzidenz Grotesk Light Extended
Akzidenz Grotesk Bold Condensed
Akzidenz Grotesk Extra Bold
Akzidenz Grotesk Medium Italic
Akzidenz Grotesk Bold Italic
Akzidenz Grotesk Extended
Akzidenz Grotesk Medium
Akzidenz Grotesk Condensed
Akzidenz Grotesk Italic
Akzidenz Grotesk Light
Akzidenz Grotesk Light Condensed
Akzidenz Grotesk Medium Condensed
Akzidenz Grotesk Regular

AKZIDENZ
GROTESK

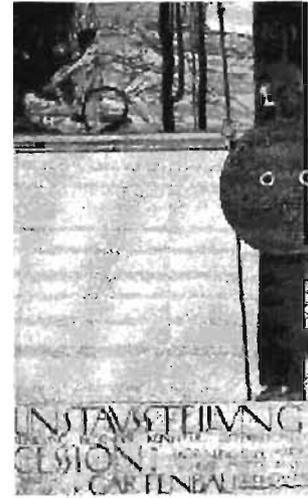
Tipo Akzidenz Grotesk.
versión digital de Adobe Fonts.

El guía espiritual del Jugendstil vienés fue **Gustav Klimt** (1862-1918). El primer cartel que produjo dentro de ese estilo fue realizado por Klimt para una exposición celebrada en 1898. Klimt recurrió a la mitología griega para mostrar a Atenea, diosa de las artes, observando a Teseo asestar el golpe mortal al Minotauro.

Durante un breve periodo, con el inicio del nuevo siglo, Viena fue el centro de la creación innovadora en el florecimiento final del art nouveau. Quizá la más hermosa de las revistas de finales del siglo fue la elegante *Ver Sacrum* que se publicó de 1898 a 1903. Diseñadores vieneses como Alfred Roller crearon portadas de *Ver Sacrum* combinando a menudo rótulos hechos a mano con dibujos de líneas fuertes impresos a color sobre un fondo iluminado. El uso de espacios en blanco en las composiciones de las páginas; en compañía de ornamentos decorativos, orillas, encabezados y colofones que se usaron con moderación permitieron páginas limpias por sus amplios márgenes y una gran elegancia visual.

Los elementos del diseño lineal y geométrico que adornaban las páginas de *Ver Sacrum* se volvieron una fuente importante del diseño a medida que evolucionaba el jugendstil vienés. El contenido editorial incluía artículos acerca de los artistas y su trabajo, poemas que aportaban los escritores más importantes y un calendario mensual ilustrado.

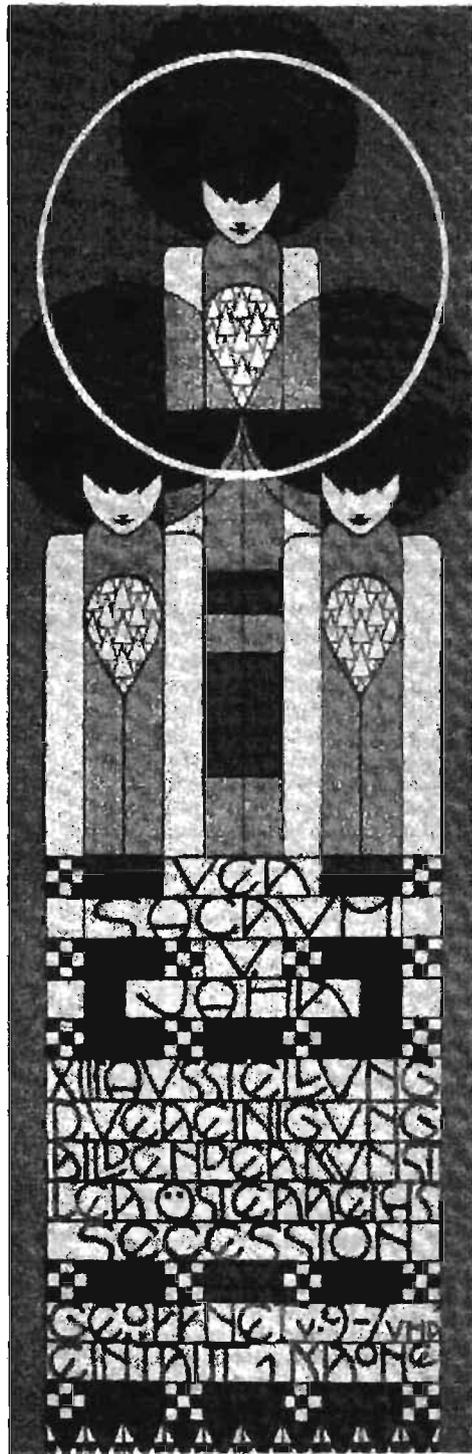
Koloman Moser, artista y diseñador, combinó símbolos místicos en un espacio bidimensional simplificado, en su cartel-calendario para *Fromme*. Igualmente, el cartel que realizó para la decimotercera exposición del jugendstil vienés es una obra de gran madurez donde las formas geométricas y el diseño se conjuntan de manera armónica.



Gustav Klimt, cartel para la primera exposición de la Secesión de Viena, 1898.



Koloman Moser, cartel que anuncia el calendario para *Fromme*, 1899.

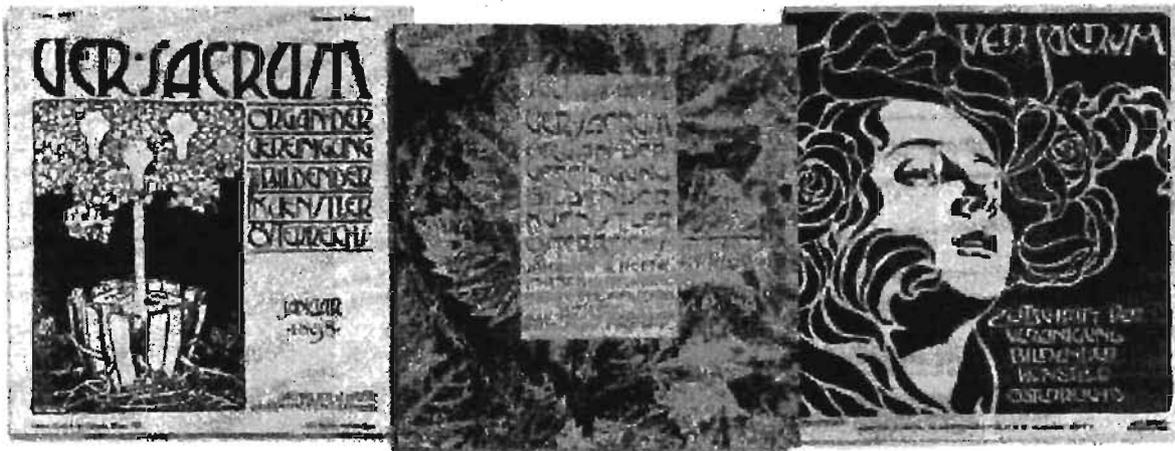


Koloman Moser, cartel para la decimotercera exposición de los separatistas de Viena, 1902.

Alfred Roller (1864-1935) también contribuyó con innovaciones importantes en el diseño gráfico con su dominio de la línea compleja, del tono y de la forma. Colaboró en *Ver Sacrum* como diseñador gráfico e ilustrador.

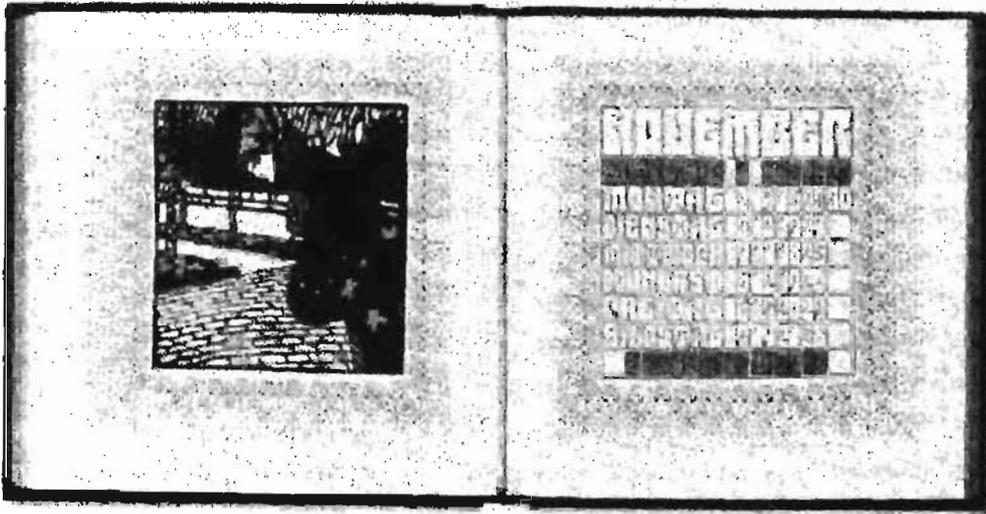
Berthold Löffler (1874-1960) se anticipó a su tiempo con sus seductoras imágenes simbólicas de contornos gruesos y geométricos. Las figuras en sus carteles e ilustraciones se volvieron elementos significativos más que representaciones.

Después de 1910, el movimiento moderno declinó en Viena. El art nouveau se mantuvo en otras partes de Europa, extinguiéndose lentamente hasta desaparecer en las cenizas de la Primera Guerra Mundial.¹⁹



Alfred Roller, portadas para *Ver Sacrum*, 1898.

¹⁹ MEGGS, Philip B: o. cit., pp. 213-218.



Alfred Roller (diseñador e ilustrador), calendario para noviembre, *Ver Sacrum*, 1903.



Berthold Löffler, cartel de un teatro y cabaret, 1907.

El cambio de siglo y el impacto en la tipografía



1.2 El cambio de siglo y el impacto en la tipografía



Hannah Höch, *Da-dandy*, collage y fotomontaje, 1919. Se muestran imágenes y materiales reciclados, con yuxtaposiciones fortuitas y decisiones planeadas que contribuyen al proceso creativo.

En el siglo XIX se desarrollaron varios inventos que enriquecieron la comunicación visual, como fue el caso de la impresión litográfica y la fotografía. Esta última permitió que hacia 1920, los artistas gráficos empezaran explotar sus virtudes como medio de comunicación con el público. Los principales maestros en este arte fueron Moholy-Nagy, Herbert Matter y Hans Finsler. Otros personajes como Hannah Höch, Georg Gras, John Hartfield, Raoul Hausmann, se auxiliaron de la fotografía para producir fascinantes fotomontajes que algunos años después los diseñadores gráficos utilizaron como nuevo medio de comunicación.²⁰

Gracias a la litografía, los carteles entraron en una fase evolutiva que hizo posible grandes tiradas a precios más bajos. En los siglos XVI y XVII la mayoría de los carteles reproducían un texto informativo, a veces demasiado extenso. La tipografía empleada no tenía todavía en cuenta la legibilidad del texto a distancia. Fue hasta el siglo XVIII cuando empezaron a proliferar los carteles ilustrados. Finalmente, en 1827 se dio un gran salto en la impresión con el invento de la cromolitografía, es decir la litografía en color que permitió la producción de carteles con ilustraciones sumamente atractivas.

A medida que el siglo XIX se acercó a su final y se inició el siglo XX, los diseñadores de todas las disciplinas de la arquitectura, la moda, los gráficos y el diseño de productos buscaron nuevas formas de expresión.²¹ En 1900, y durante los años inmediatamente anteriores y posteriores, Europa y Estados Unidos asistieron a una oleada de artistas y movimientos que cuestionaban los valores de la sociedad moderna, criticando especialmente los efectos de las presiones comerciales sobre el nivel de las artes y oficios artísticos.

²⁰ MÜLLER-BROCKMANN, Josef: *Historia de la comunicación visual*, Gustavo Gili, Barcelona, 2001, p. 80.

²¹ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 210.

La aparición del diseñador de tipos y del director de arte como figuras diferenciadas de la del impresor, fue el resultado del incremento masivo del material impreso, y su repercusión se hizo muy pronto visible en la obra de ciertos tipógrafos de este período. Al mismo tiempo, empezaba a aflorar una sensibilidad derivada de las bellas artes y de los movimientos literarios, presagio del aniquilador impacto del pensamiento y las imágenes del cubismo y futurismo.²² Las ideas elementales acerca del color y la forma, la protesta social y la expresión de las teorías freudianas y los estados emocionales se apoderaron de muchos artistas. Mientras que algunos de estos movimientos modernos, el fauvismo por ejemplo, tuvieron un efecto limitado en el diseño gráfico, otros, como el cubismo, el futurismo, el dadaísmo y el surrealismo, de Stijl, el suprematismo, el constructivismo y el expresionismo, influyeron directamente en el lenguaje gráfico de las formas y la comunicación visual del siglo XX.²³

²² BLACKWELL, Lewis: o. cit., p. 30.

²³ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 231.

La influencia del cubismo
futurismo y
dadaísmo



en la comunicación gráfica



T. MARINETTI FURURISTA

ZANG
TUMB TUM

ADRIANOPOLI OTTOBRE 1911
-ORSA

● 1.2.1 Cubismo Su influencia en la comunicación visual



Les demoiselles d'Avignon
por Picasso; 1907.

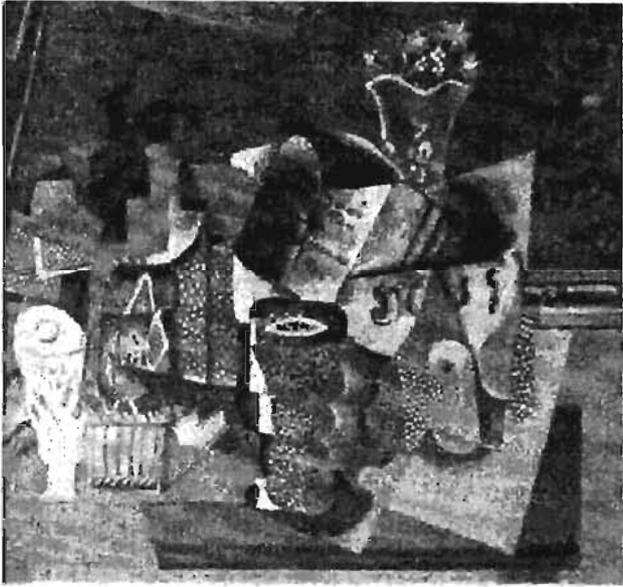
El siglo XX llegó acompañado de un gran número de inventos en el ámbito técnico e industrial, así como de nuevos conocimientos decisivos en las humanidades y las ciencias naturales. La teoría de la relatividad de Albert Einstein, el desarrollo del psicoanálisis de Sigmund Freud, el descubrimiento de los rayos X o bien la primera fisión nuclear obligaron al hombre a pensar de una forma diferente, más abstracta. Esta situación se acentuó a causa de los cambios que se produjeron en la propia percepción de los sentidos, puesto que la invención del automóvil, del avión, del telégrafo y de muchas otras cosas concedieron una nueva dinámica a la vida cotidiana. La velocidad y el tiempo obtuvieron una nueva dimensión y ahora requerían percepciones mucho más aceleradas.²⁴

Entre todas esas circunstancias es que surge el cubismo (1907-1925), llamado así por el análisis geométrico. Este nuevo estilo, que alcanzó su esplendor dentro de la segunda década del siglo, se sirve, en definitiva, de líneas y superficies iluminadas. Los cubistas pretenden reproducir la verdad abstracta, la verdad intelectual, liberándose totalmente de la realidad; asumen una actitud combativa²⁵ al desafiar 400 años de tradición renacentista del arte pictórico.

La génesis de este movimiento fue una serie de trabajos realizados por el pintor español Pablo Picasso (1881-1973), quien se basó en elementos del arte ibérico y del arte tribal africano sobre la figura humana. Otra influencia importante fue el pintor postimpresionista francés Paul Cézanne (1839-1906) quien afirmó que el pintor debería tratar a la naturaleza en términos del cilindro, la esfera y el cono.

²⁴ KRAUBE, Anna-Carola: *Historia de la pintura*, Barcelona, Könemann, 1995, pp. 94-95.

²⁵ LARROYO: *Sistema de la estética*, México, Porrúa, 1979, p. 317.



Vive la France
por Picasso; 1914.



Naturaleza muerta con cortinaje
por Cézanne; 1899.



Vaso, botella y periódico por Braque; 1913.

En el transcurso de los años siguientes, Picasso y su íntimo colaborador George Braque (1881-1963) desarrollaron el cubismo como un movimiento artístico que remplazó la representación de las apariencias. El *cubismo analítico* es el nombre que se le dio a su trabajo entre 1910-1912. Se analizaron los planos de los motivos, a menudo desde varios puntos de vista que concluían en una pintura compuesta de planos geométricos.

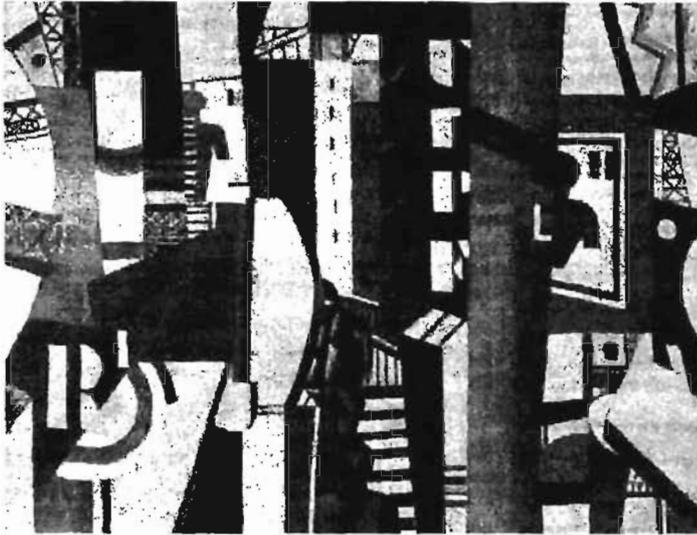
En 1912 Picasso y Braque introdujeron elementos del *collage* en su obra; como recurso visual, el collage permitió una gran libertad en las composiciones. Con frecuencia se incorporaron letras y palabras de los periódicos como forma visual y para establecer un significado por asociación.²⁶

En 1913 el *cubismo analítico* evolucionó en el *cubismo sintético*. Con base en observaciones inventaron formas que eran signos más que representaciones del tema, buscando la esencia de un objeto. Juan Gris (1887-1927) fue uno de sus principales representantes.

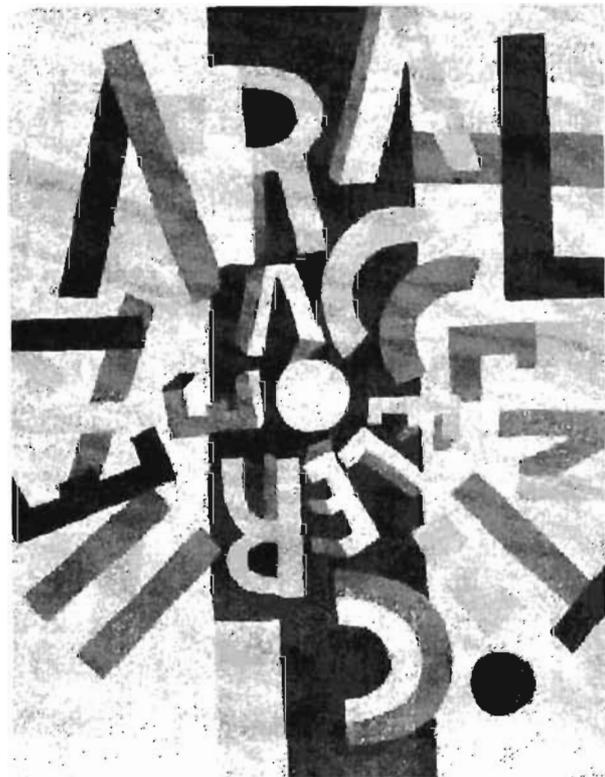
Entre los artistas que se unieron al movimiento cubista, figura Fernand Léger (1881-1955) retomó la declaración de Cézanne acerca del cilindro, la esfera y el cono, lo cual mostró en una de sus obras, *The City*. Los colores, las formas y la arquitectura del medio ambiente urbano están ensambladas en una composición de planos coloreados.

En el trabajo gráfico de Léger para el libro de Blaise Cendrars *La Fin du Monde, filmée par l'ange Notre Dame* (El fin del mundo, filmado por el ángel de Notre Dame), las letras siguen una dirección dinámica, en donde los colores iluminan la composición tanto en las letras como en las figuras geométricas que aparecen en el fondo. Es un libro antiguerra en el que se relata la decisión de Dios de destruir la vida en la Tierra debido a la naturaleza belicosa de los humanos.

²⁶ MEGGS, Philip B: o. cit., pp. 231-232.



Fernand Léger, *The City*, 1919. Esta composición de superficies planas y puras que significa la geometría, el color y la energía de la ciudad moderna, condujo a su creador a armar: «fue la publicidad la que primero inspiró las consecuencias».



Fernand Léger, página de *La Fin du Monde...*, 1919. La caída del hombre se ilustra por un rehilete de letras deletreando «cine acelerado cámara lenta».

Sus simplificaciones casi pictóricas de la figura humana y de los objetos fue una importante inspiración en la década de 1920. Las superficies planas de color, los motivos urbanos y la precisión angulosa de las formas mecánicas de Léger influyeron en el diseño moderno después de la Primera Guerra Mundial.²⁷

Los cubistas no sólo impulsaron las diferentes tendencias artísticas del arte moderno (collage, fotomontaje y *assemblage*), sino que además, el collage cubista es la prueba de la autonomía alcanzada por la obra de arte: como composición sometida a leyes propias, la obra de arte tiene la fuerza suficiente para liberar al objeto cotidiano de su función y convertirlo en un objeto puramente estético. Un trozo de periódico recibe una identidad nueva únicamente por su relación con el cuadro, percibiéndose entonces como objeto cotidiano y a su vez como objeto estético. Con ello, el collage cubista es abstracto y real a la vez. Así, mediante esta combinación, los pintores analizan artísticamente la relación entre el arte y la realidad; una cuestión que mantuvo ocupados constantemente y de forma muy variada a los artistas de todo el siglo XX.²⁸

²⁷MEGGS, Philip B: o. cit., p. 233.

²⁸KRAUBE, Anna-Carola: o. cit., pp. 94-95.

● Futurismo Su influencia en la comunicación gráfica



Filippo Marinetti,
Portada de la edición
futurista «Di Poesia»,
1912.

● Otro nuevo estilo plástico y literario es el futurismo (1909-1915), creado por el poeta italiano Emilio Filippo Tommaso Marinetti (1876-1944) quien publicó su *Manifiesto del futurismo* en el periódico parisino *Le Figaro* en 1909.²⁹ Con el manifiesto Marinetti se ganó la adhesión de cinco artistas: Umberto Boccioni (1882-1916), Carlo Carrà (1881-1966), Giacomo Balla (1871-1958), Gino Severini (1883-1966) y Luigi Russolo (1885-1947). Balla, Carrà y Severini empezaron a incorporar formas sorprendentes que tuvieran resonancia tipográfica, extrayendo de los cubistas la incorporación de la letra escrita, como trozos de periódico y otros materiales impresos, a sus collages. La filosofía de los futuristas italianos clamaba en sus manifiestos por la expresión de las fuerzas dinámicas que operaban en la sociedad moderna a la par que rechazaba agresivamente las formas establecidas de arte y comunicación.³⁰

El 11 de febrero de 1910, estos artistas publicaron el *Manifiesto de la pintura futurista*. En él se condenaban «todas las formas de imitación, armonía y buen gusto». Posteriormente el 11 de abril de 1910 aparece el *Manifiesto técnico de la pintura futurista*, donde se exigía el dinamismo universal, que la pintura debe reproducir como sensación dinámica.³¹

Con la aparición de la revista *Lacerba*, en Florencia en enero de 1913, dirigida por Giovanni Papini, se crearon interesantes experimentos en el diseño tipográfico. En la edición de junio de 1913 se publicó un artículo de Marinetti haciendo un llamado a la revolución tipográfica. Según Marinetti, en una página, tres o cuatro colores de tinta y 20 tipos de letra (*itálicas* para las impresiones rápidas, **negritas** para los ruidos y sonidos violentos) podían redoblar el poder expresivo de las palabras.

²⁹ LARROYO: o. cit., p. 318.

³⁰ BLACKWELL, Lewis: o. cit., p. 43.

³¹ MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o. cit., p. 90.



Filippo Marinetti, *Montagne + Vallate + Strade x Joffre (Montañas + Valles + Calles x Joffre)*, 1915. Poema en el que representa el viaje de Marinetti, incluye el frente de guerra (abajo a la izquierda), Francia (arriba a la izquierda) y una visita a Léger (arriba a la derecha).



Filippo Marinetti, poema de *Les mots en liberté (Las palabras en Libertad)*, 1919. Se puede ver confusión, ruido violento y el caos de la batalla explotando sobre la chica, mientras lee la carta de su amado.



Ardengo Soffici, *Bif & zf + 18 Simultaneità Chimismi Lirici*, 1915.

A este nuevo estilo gráfico se le denominó *parole en liberté* o palabras en libertad.³² En 1914, Carlo Carrà publicó las primeras palabras en libertad, donde sus collages y dibujos evocaban impresiones del autor sobre la guerra, utilizando números, letras y palabras sueltas, así como frases completas.

Ardengo Soffici defendió en su obra «Bif & zf + 18 Simultaneità Chimismi Lirici», publicada en Florencia en 1915, el «lirismo tipográfico». La colocación de las palabras, el contraste de tamaños y la composición de pequeñas figuras hechas con frases creaban una tipografía variada y expresiva.³³

El concepto futurista de que la escritura y/o la tipografía se podían convertir en una forma visual concreta y expresiva ha sido una preocupación esporádica de los poetas, y se remonta al menos desde el trabajo del poeta griego Simias de Rodas (ca. 33 a. C.). Llamada *poesía modelo*, estos versos a menudo tomaron la forma de objetos o símbolos religiosos. En el siglo XIX, el poeta alemán Arno Holz (1863-1929) reforzó los efectos de esta forma por medio de trucos como la omisión de las mayúsculas y la puntuación, variaciones en el espaciado de las letras con el fin de indicar pausas y el empleo de múltiples signos ortográficos para dar énfasis. En el libro de Lewis Carroll, *Las aventuras de Alicia en el país de las maravillas* (1865), se emplearon tipos de tamaños descendentes para componer «el cuento del ratón», integrando forma y contenido.³⁴ En 1897 el poeta simbolista francés Stéphane Mallarmé (1842-1898) publicó el poema *Un Coup de Dés* (Una tirada de los dados), compuesto de 700 palabras en 20 páginas, en lugar de enhebrar las palabras en una secuencia lineal, las colocó en posiciones inesperadas sobre la página para expresar sensaciones e ideas.

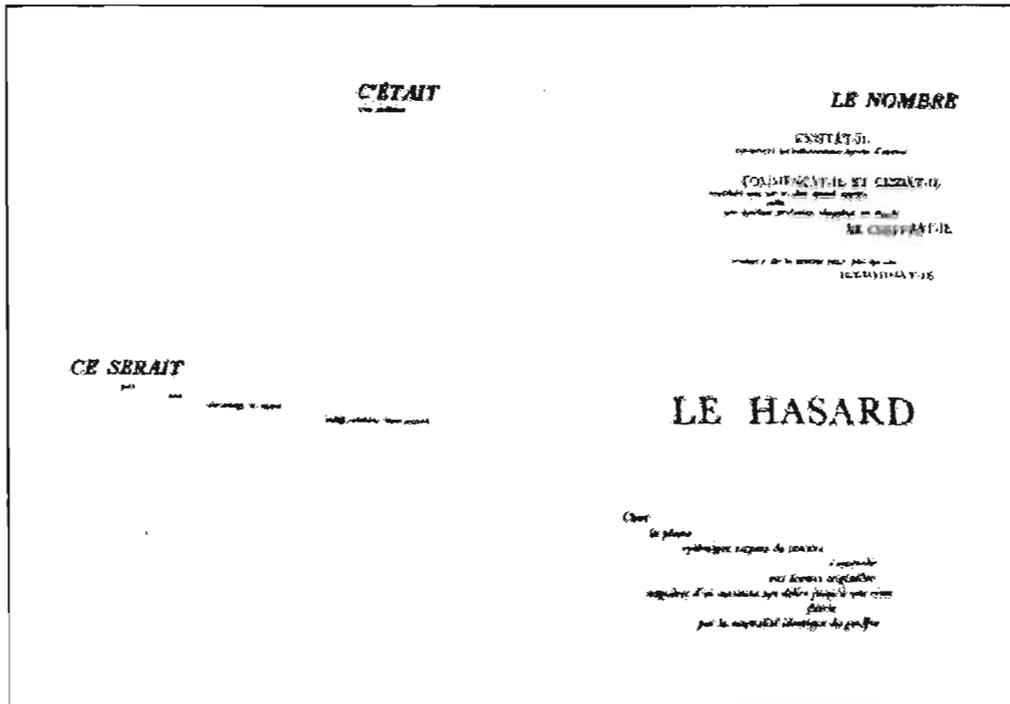


Filippo Tommaso Marinetti, detalle de *Les mots en liberté-futuristes*, 1919.

³² MEGGS, Philip B: o. cit., p. 235.

³³ MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o. cit., pp. 92-93.

³⁴ SPENCER, Herbert: *Pioneros de la tipografía moderna*. Gustavo Gili. Pp. 11-27.



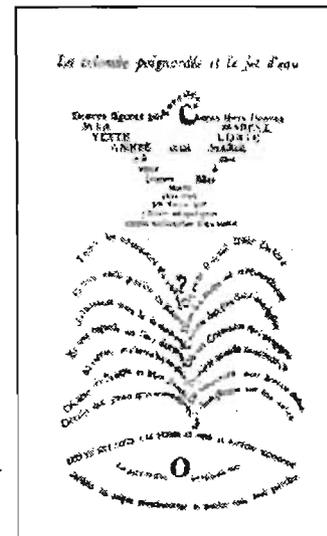
Stéphane Mallarmé, páginas de *Un Coup de Dés*
 («Una tirada de los dados»), 1897.

Otro poeta francés, Guillaume Apollinaire (1880-1918), contribuyó al diseño gráfico con la publicación en 1918 de un libro titulado *Calligrammes* (Caligramas), el cual contiene poemas en los que las letras forman una figura o una pictografía.

Los pintores futuristas recibieron fuerte influencia del cubismo y también intentaron expresar el movimiento, la energía y la secuencia cinemática en su trabajo.

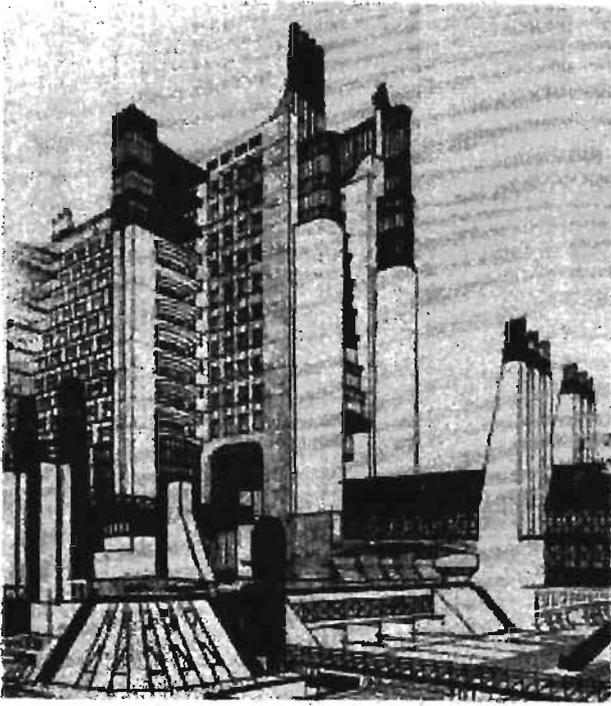
El *Manifiesto de la arquitectura futurista* fue escrito por Antonio Sant' Elia (1888-1916), demandando una construcción basada en la ciencia y la tecnología que cubriera las demandas de la vida moderna. Declaró absurda la decoración y empleó líneas dinámicas diagonales y elípticas por su enorme carga emocional.

Entre los artistas que aplicaron la filosofía futurista está Fortunato Depero (1892-1960), quien produjo carteles tipográficamente dinámicos. En 1927 publicó el libro *Dinamo Azari*, el cual es una compilación de sus experimentos tipográficos, anuncios, diseños de tapices y otros trabajos. Desde septiembre de 1928 hasta octubre de 1930, Depero trabajó en Nueva York y diseñó portadas de revistas, incluyendo *Vanity Fair*, *Movie Makers* y *Sparks*, así como diseños publicitarios. Demostró ser influyente en el movimiento de Estados Unidos hacia el modernismo. El futurismo se convirtió en una importante influencia por sus técnicas violentas y revolucionarias que fueron adoptadas por los dadaístas, constructivistas y por De Stijl.³⁵



Guillaume Apollinaire, poema de *Calligrammes*, 1918.

³⁵ MEGGS, Philip B: o. cit., pp. 236-237.



Antonio Sant'Elia, *Dibujo de la nueva ciudad del futuro*, 1914.



Fortunato Depero, portada de *Dinamo Azari*, 1927.

● Dadaísmo Su influencia en la comunicación gráfica



Una página de la primera publicación Dadá, *Cabaret Voltaire*, del líder futurista italiano Filippo Tommaso Marinetti, editada por Hugo Ball, Zurich, 1916.

El movimiento dadaísta (1916-1925) cuyas primeras manifestaciones aparecieron hacia mediados de la Primera Guerra Mundial en Zurich, se extendió rápidamente por diversas ciudades alemanas y llegó hasta París y Moscú. Los experimentos dadaístas enriquecieron el lenguaje futurista.

El dadaísmo proclamaba ser un antiarte, estaba en contra de la guerra, de los dudosos valores sociales, el progreso, la moral, la filosofía y la religión de la época.³⁶

Dadá nació como un movimiento literario después de que el poeta Hugo Ball (1886-1927) abrió el Cabaret Voltaire en Zurich, Suiza, como un lugar de reunión para poetas, pintores y músicos independientes. En cuanto una galería les permitió exponer sus obras, la actividad del grupo se extendió a otros campos. Otro representante del dadaísmo fue el poeta húngaro Tristan Tzara (1896-1963), quien inició la publicación de la revista *Dada* en julio de 1917. Tzara se unió a Hugo Ball, Jean Arp (1887-1966, también conocido como Hans Arp) y a Richard Huelsenbeck (1892-1974) en la exploración de la poesía fonética. La colocación de las palabras al azar y los títulos absurdos caracterizaron su trabajo.³⁷ Los dadaístas reconocieron el efecto de la actividad del inconsciente, pero al mismo tiempo buscaban el camino hacia un orden que conciliara lo espontáneo con lo planeado.

El pintor francés Marcel Duchamp (1887-1968) se unió al movimiento dadaísta y fue su representante más prominente. El cubismo influyó en su análisis de temas como planos geométricos, mientras que el futurismo lo inspiró en la transmisión del tiempo y el movimiento.

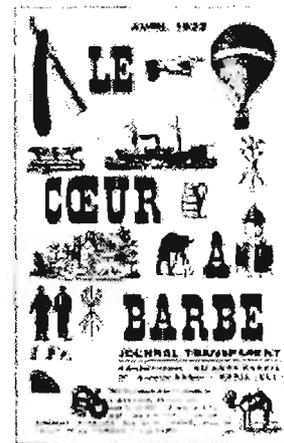
³⁶ MÜLLER- BROCKMANN, Josef: o. cit., p. 94.

³⁷ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 238.

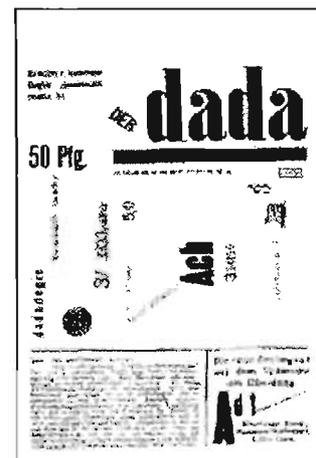
La tipografía de los poetas dadaístas Tristan Tzara y Raoul Hausmann (1886-1977) era el resultado de consideraciones óptico-gráficas acerca de la capacidad de las letras y los signos para crear composiciones plenas de tensión y contraste. Hausmann experimentó con la *poesía ortofonética* en la que fonemas, sílabas y palabras formaban una imagen.³⁸

Los artistas del dadaísmo declararon haber inventado el fotomontaje, la técnica de manipular imágenes fotográficas fusionadas para elaborar yuxtaposiciones estremecedoras y cambio de asociaciones. Tanto Hausmann como Hannah Höch (1889-1978) habían creado ya un trabajo sobresaliente en 1918.

Kurt Schwitters (1887-1948) de Hannover, Alemania, creó un descendiente no político del dadaísmo al cual nombró *Merz*. Iniciadas en 1919, sus pinturas Merz fueron composiciones de *collage* en las que se usaban impresos efímeros, desperdicios y materiales fusionados para hacer una composición de color contra color, forma contra forma y textura contra textura. Schwitters escribió y diseñó poesía que enfrentaba la lógica contra lo absurdo. Definió la poesía como la interacción de elementos: letras, sílabas, palabras, oraciones. Al inicio de la década de 1920, el constructivismo se convirtió en otra influencia en el trabajo de Schwitters después de establecer contacto con El Lissitzky (1890-1941) y Theo van Doesburg (1883-1931), quienes lo invitaron a Holanda para promover el dadaísmo. Durante este tiempo Schwitters dirigió un exitoso estudio de diseño gráfico con Pelikan (un fabricante de equipo y material de oficina) como su principal cliente y la ciudad de Hannover lo empleó como asesor tipográfico durante varios años.



Portada de revista dadaísta *Le Coeur a Barbe* (El corazón barbado), 1922.



Cubierta del primer número de la revista *Der Dada*, editada por Raoul Hausmann. Berlín, 1922.

³⁸ MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o. cit., p. 95.



Kurt Schwitters, páginas de *Merz 11*, 1924. Estos anuncios de Pelikan Tische and Inks demuestran el interés de Schwitters en el constructivismo.



John Heartfield, página del periódico *Neue Jugend*, 1917. Publicado por Der Malik, una editorial fundada por John Heartfield y su hermano Helmut Herzfelde en 1917.

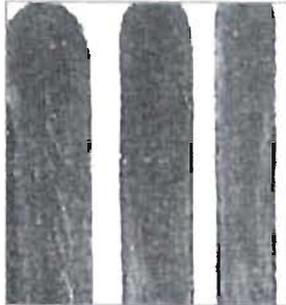
necesarios nuevos rumbos; esto lo conduciría eventualmente al surrealismo. El dadaísmo dejó de existir como un movimiento coherente a finales de 1922. Algunos de sus miembros, como Schwitters y Heartfield, continuaron evolucionando y produjeron sus mejores obras después de la disolución del movimiento.

La contribución del dadaísmo consistió en liberar el diseño tipográfico de sus normas tradicionales, además de continuar el concepto del cubismo de las formas de letra como formas visuales concretas, no sólo como símbolos fonéticos.³⁹

³⁹ MEGGS, Philip B: o. cit., pp. 239-241.



Surrealismo y Expresionismo



**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

● 1.2.2 Surrealismo y expresionismo



René Magritte, *The black Signature*, 1965.

Los surrealistas, con su vocabulario de innovaciones pictóricas y simbólicas, comenzaron a colocarse en los medios de comunicación masiva.

El surrealismo (*superrealidad* en francés) surgió en París en 1924, con raíces en el dadaísmo y el grupo de *Littérature*, integrado por jóvenes escritores y poetas franceses, rescatando el mundo de la intuición, los sueños y el reino de lo inconsciente explorado por Freud. André Breton infundió a la palabra toda la magia en su *Manifiesto du Surrealisme*, por medio del cual pretendía expresar, ya sea en forma verbal o escrita, la verdadera función del pensamiento. Tristan Tzara llegó proveniente de Zurich para unirse a Breton, a Louis Aragon (1897-1982) y a Paul Eluard (1895-1952). Tzara estimuló en el grupo, una actitud hacia el escándalo y la rebelión. Estos jóvenes poetas rechazaron el racionalismo y las convenciones formales dominantes de las actividades creativas de la posguerra en París. La intuición y el sentimiento se podían manifestar con libertad.

El efecto de los poetas y escritores surrealistas había estado limitado a los círculos literarios y eruditos franceses; fue por medio del movimiento de los pintores que el surrealismo afectó a la sociedad y a las comunicaciones visuales. A menudo los surrealistas crearon imágenes cuyos sentimientos, símbolos o fantasía suscitaron una respuesta colectiva universal en grandes cantidades de personas. Al descubrir la obra de Giorgio de Chirico (1888-1978), lo declararon como el primer pintor surrealista. Sus cuadros poseían una intensa melancolía. De Chirico denominó su obra, en la que parecían reinar fuerzas sobrenaturales, «arte metafísico». Los surrealistas atribuyen los enigmáticos cuadros que de Chirico había pintado en la primera década del siglo, a unos impulsos decisivos.⁴⁰



Giorgio de Chirico, *The Departure of the Poet* (La salida del poeta), 1914.

⁴⁰ KRAUBE, Anna-Carola: o. cit., p. 103.

Algunos de los artistas surrealistas influyeron significativamente en las comunicaciones visuales con un gran impacto en la fotografía e ilustración. Max Ernst (1891-1965), un inquieto dadaísta alemán empleó profusamente la técnica del collage. Igualmente, su técnica de *frottage* involucraba el uso de frotados para hacer una composición directamente sobre el papel.

Los pintores surrealistas figurativos han sido llamados «naturalistas de lo imaginario». El espacio, el color, la perspectiva y las figuras se presentan en un naturalismo cuidadoso, pero la imagen en un ensueño irreal.⁴¹ Entre estos destaca el artista belga René Magritte (1898-1967), quien empleó cambios de escala bruscos y ambiguos, desafiando las leyes de la gravedad y la luz, creó inesperadas yuxtaposiciones y mantuvo un diálogo poético entre la realidad y la ilusión, la verdad y la ficción.

El pintor español Salvador Dalí (1904-1989) influyó en el diseño gráfico con sus profundas perspectivas que inspiraron a los diseñadores a llevar una vasta profundidad a la página impresa plana.

Otro grupo de pintores surrealistas, los emblemáticos, trabajaron con un vocabulario puramente visual. Fue empleado para crear expresiones espontáneas, lo cual se muestra claramente en el trabajo de Joan Miró (1893-1983) y Jean Arp. Este último, con sus formas abstractas orgánicas y la composición abierta, fue una fuente de inspiración en el diseño gráfico de productos durante la década de 1950.

Un artista estadounidense de Filadelfia, Man Ray (Nacido con el nombre de Emanuel Rabinovitch, 1890-1976), conoció a Marcel Duchamp y cayó bajo el embrujo del dadaísmo en 1915.

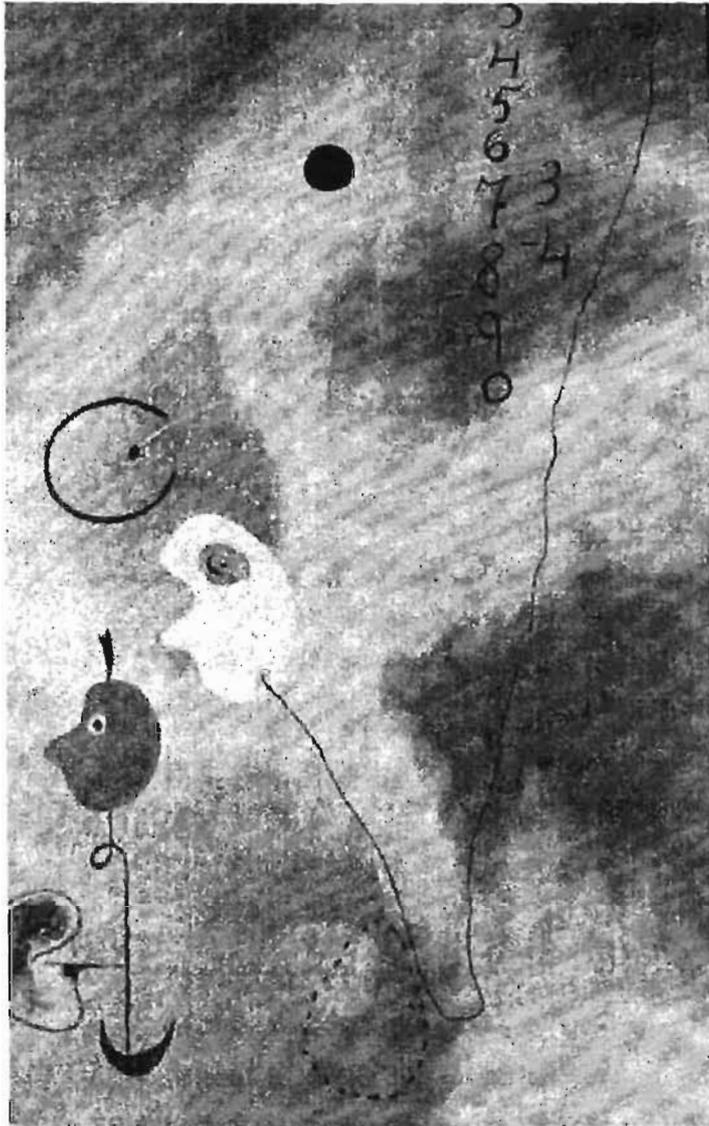


Max Ernst, collage de *Une Semaine De Bonté* (Una semana de amabilidad), 1934.



Salvador Dalí, *Le Grand Paranoïaque* (El gran paranoico), 1936.

⁴¹ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 243.

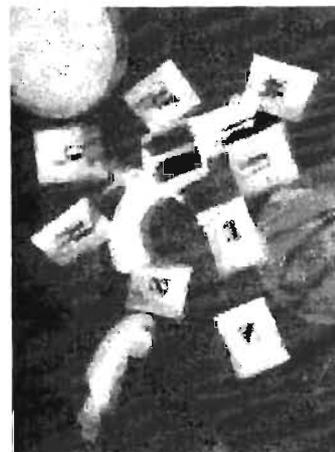


Joan Miró, **Painting** (llamada *La adición*), 1925.
A veces pintaba sin darle ningún sentido a su pincel,
creando pinturas de expresión espontánea de la
mente inconsciente.

Después de cambiarse a París en 1921, Man Ray se unió a Bretón y otros en su evolución del dadaísmo hacia el surrealismo. Durante la década de 1920 trabajó como fotógrafo profesional mientras que aplicaba el dadaísmo y el surrealismo a la fotografía, usando tanto la manipulación en el cuarto oscuro como preparaciones grotescas en el estudio. Fue el primer fotógrafo que investigó el potencial creativo de la solarización. La solarización se logra al dar a una imagen latente o en desarrollo una segunda exposición a la luz. Man Ray frecuentemente realizó sus exposiciones por medio de rayos de luces móviles y combinó las técnicas experimentales como la solarización con la técnica básica de colocar objetos sobre el papel fotográfico. También empleó la distorsión, la impresión por medio de texturas y las exposiciones múltiples al buscar imágenes como de ensueño y nuevas interpretaciones del tiempo y del espacio, aplicando el surrealismo al diseño gráfico.

El surrealismo fue un pionero de las nuevas técnicas y demostró que la fantasía y la intuición se podían expresar en términos visuales.⁴²

El expresionismo. En el arte de principios del siglo XX emergió una tendencia a no representar una realidad objetiva, sino emociones subjetivas y respuestas personales a temas y eventos. Este movimiento, llamado *expresionismo*, se inició en Alemania antes de la Primera Guerra Mundial. El color, el dibujo y la proporción a menudo se exageraron o distorsionaron, y el contenido simbólico era muy importante. Se acentuó la línea y el color y se intensificó el contraste entre el color y el significado exacto. Los grabados de madera, las litografías y los carteles fueron medios importantes para muchos expresionistas.



Man Ray, *Gun with Alphabet Squares (Pistola con cuadrados alfabéticos)*, 1924.

⁴² MEGGS, Philip B: o. cit., pp. 245-248.



Käthe Schmidt Kollwitz.
De Over levande (*Los sobrevivientes*), cartel, 1923.
Declaración antiguerra encargada por la Asociación Internacional de las Uniones del Trabajo de Amsterdam.

Durante los años en que se desarrolló la primera Guerra Mundial, muchos de ellos sintieron una profunda empatía por los pobres y marginados sociales, quienes fueron temas frecuentes en sus trabajos.

Artistas alemanes formaron los dos primeros grupos expresionistas: *Die Brücke* (El puente), originado en Dresde en 1905 y *Der Blaue Reiter* (El jinete azul) iniciado en Munich en 1911. Los artistas de *Die Brücke* declararon su independencia al transformar el tema hasta que llevara los sentimientos inexpresados del artista; en cambio *Der Blaue Reiter* redefinió el arte como un objeto sin tema, en donde la percepción es capaz de llevar a sentimientos inexpresados. El expresionismo alemán se extendió al teatro, el cine y la literatura en obras de, por ejemplo, Franz Kafka (*Metamorfosis* y *El juicio*).

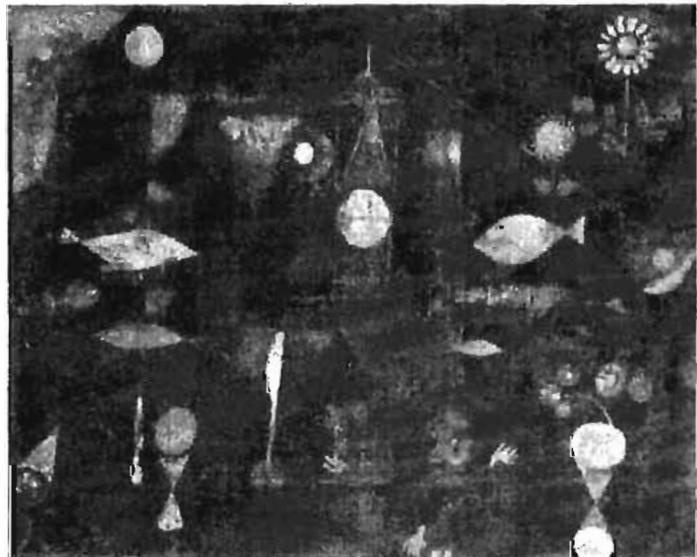
Entre los ejemplos importantes del expresionismo gráfico se encuentran los dibujos, pinturas, esculturas y carteles de Käthe Schmidt Kollwitz (1867-1945). Ella cultivó en sus obras figurativas un gran poder emocional. Una gran empatía por el sufrimiento de las mujeres y niños se manifiesta en sus carteles.

Entre los miembros fundadores de *Der Blaue Reiter* se encontraba el inmigrante ruso Wassily Kandinsky (1866-1944) y el artista suizo Paul Klee (1879-1940). En contraste con los artistas del *Die Brücke*, ellos exploraron los problemas de la forma y el color. Kandinsky en su libro *Concerning the Spiritual in Art* (De la espiritualidad en el arte, 1910) argumenta la capacidad del artista de llevar las emociones al observador a través de medios puramente visuales sin tema o símbolos literales. Kandinsky comparó el color y la forma con la música y su habilidad para expresar una profunda emoción humana.

Paul Klee sintetizó la inspiración de todos los movimientos de vanguardia, así como del arte para los niños, logrando un intenso poder subjetivo a la vez que contribuía al vocabulario formal objetivo del arte moderno. El tema fue trasladado en señales gráficas y símbolos con un fuerte poder de comunicación.



Wassily Kandinsky.



Paul Klee, *Fish Magic*, 1925.
Composición que evoca una
poesía tranquila de un mundo
inventado por la imaginación
del artista.

En su libro *Pedagogical Sketchbook* (Libro de bocetos pedagógico, 1925) definió los elementos del arte, su interacción, su movimiento y su profundidad espacial. La publicación de sus conferencias es la más completa explicación del diseño moderno de cualquier artista.

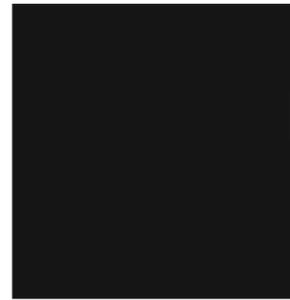
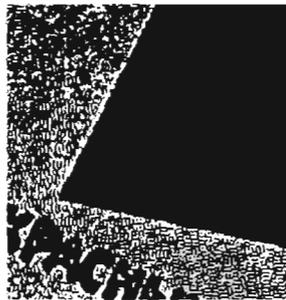
En Francia los *fauves* (las bestias salvajes), encabezados por Henri Matisse (1869-1954), innovaron la pintura con sus contrastantes colores chillantes y sus dibujos efervescentes en la primera década del siglo. Con excepción de Georges Rouault, los fauvistas estuvieron más implicados con las relaciones del color y la estructura que en las expresiones de la crisis espiritual.

Las técnicas y el tema del expresionismo influyeron en el arte, en la ilustración gráfica y en los carteles. Las teorías acerca del color y de la forma desarrolladas por Kandinsky y Klee se convertirían posteriormente en importantes cimientos de la enseñanza y la práctica del diseño en la Bauhaus.⁴³

⁴³ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 247.



Suprematismo y Constructivismo ruso



● 1.2.3 Suprematismo y constructivismo ruso



El Lissitzky, cartel de exposición, 1929. En este cartel se muestra a la juventud sobre la estructura de la exposición diseñada por Lissitzky.

Después de la Gran Guerra, cuando Cassandre estaba aplicando los planos del cubismo sintético al cartel, en Francia, un novedoso enfoque tipográfico surgió en Holanda y Rusia, donde los artistas vieron claramente las implicaciones del cubismo.

Las ideas acerca de la forma y del espacio en la composición de la nueva pintura y escultura rápidamente se comenzaron a aplicar a los problemas del diseño.⁴⁴

Entre la turbulencia de la Primera Guerra Mundial y la Revolución bolchevique, en Rusia hubo un notable florecimiento del pensamiento creativo. Al mismo tiempo que caía el régimen zarista al ser derrocado y asesinado el zar Nicolás II (1868-1918) y se precipitaba la guerra civil, daba inicio el proceso que, tiempo después, consolidaría la Revolución soviética. El arte ruso ejerció una influencia internacional en el diseño gráfico y la tipografía del siglo XX. La década iniciada en el año de 1910 con las conferencias de Marinetti en Rusia, vio a los artistas de esa nación absorber las nuevas ideas del cubismo y del futurismo con una rapidez sorprendente para después continuar hacia diferentes innovaciones.

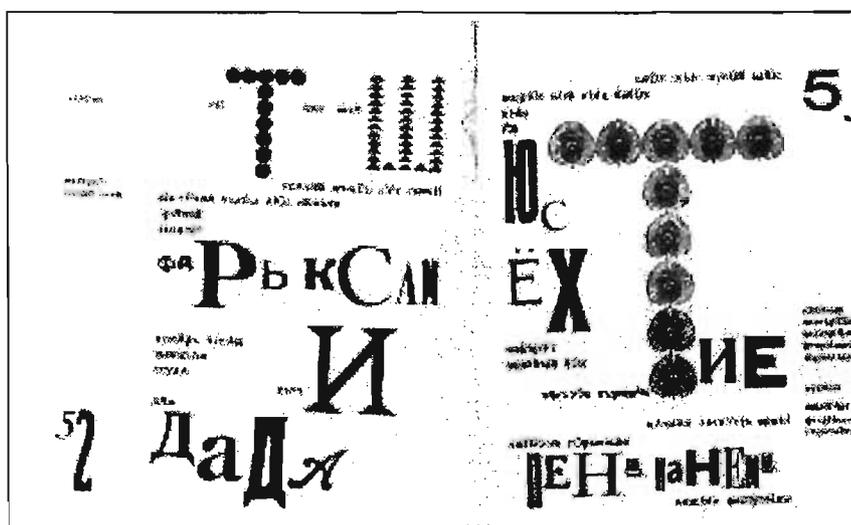
Simbólicamente, los libros futuristas rusos fueron una reacción contra los valores de la Rusia zarista. La utilización de papel rústico, de métodos de producción artesanal y de agregados hechos a mano expresaba la pobreza de la sociedad campesina.⁴⁵

En 1912 Mijail Larionov, Natalia Goncharova, Kasimir Malevich y Vladimir Tatlin participaron por vez primera en una gran exposición del grupo La cola del asno. Los cuadros de Larionov y de Goncharova eran de estilo futurista y los trabajos de Malevich representaban al cubo-futurismo.

⁴⁴ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 262.

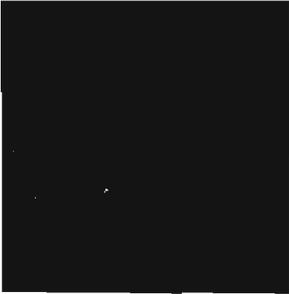
⁴⁵ «El constructivismo y suprematismo ruso»: o. cit., www.unostiposduros.com

En 1913, Larionov mostró en la exposición *La diana* sus nuevos cuadros *rayonistas* al tiempo que publicaba su *Manifiesto rayonista*. La teoría del rayonismo constituyó el fundamento del suprematismo. En 1915 Larionov participó con 35 obras en la *Última exposición futurista 0,10*. El origen del suprematismo, del nuevo realismo pictórico sin objetos, fue una superficie cuadrada.⁴⁶



Ilya Zdanevich, página de *Le-Dantyu* como un faro, 1923. Inspirado por los hermanos Burluk y los dadaístas, el diseño de este guión, cuyos enérgicos movimientos se crearon mezclando tamaños y estilos de tipos y construyendo letras con ornamentos tipográficos.

⁴⁶ MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o. cit., 2001, p. 96.



Kasimir Malevich,
Cuadro negro, 1913.
Esta nueva visión al arte
visual se aleja del mundo
de las formas naturales y
de las apariencias.

Kasimir Malevich (1878-1935) fundó un estilo de pintura de formas básicas y color puro que incorporó al suprematismo. Después de trabajar en el estilo del futurismo y el cubismo, Malevich creó una abstracción geométrica elemental que fue nueva, no objetiva, pura. Rechazó tanto la función utilitaria como la representación pictórica. En obras como la Composición Suprematista de 1915, Malevich vio el trabajo del arte como una construcción de elementos concretos de color y forma. La forma visual se convierte en el contenido y las cualidades expresivas se desarrollan de la organización intuitiva de las formas y colores.

El movimiento artístico ruso fue acelerado por la Revolución, dando al arte una eminente función social. Los artistas de izquierda se habían opuesto al viejo orden y a su arte visual conservador. En 1917 enfocaron sus energías a la difusión de propaganda masiva en apoyo de los bolcheviques, pero por el año de 1920 se desarrolló una profunda división ideológica respecto a la función del artista en el nuevo estado comunista, producto de la triunfante revolución bolchevique. Algunos artistas, incluyendo a Malevich y a Kandinsky, afirmaban que el arte debería ser una actividad esencialmente espiritual, lejos de las necesidades utilitarias de la sociedad. Para ellos el único objetivo debía ser la realización de las percepciones del mundo inventando formas en el espacio y el tiempo.

En 1921, encabezados por Vladimir Tatlin (1885-1953) y Alexander Rodchenko (1891-1956), 25 artistas renunciaron al «arte por el arte» para dedicarse al diseño industrial, a las comunicaciones visuales y a las artes aplicados al servicio de la nueva sociedad comunista.⁴⁷

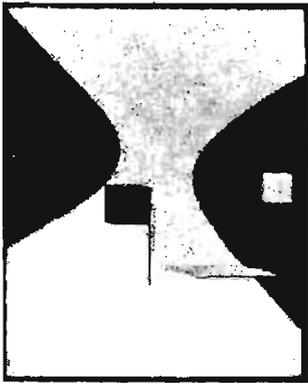


Kasimir Malevich,
Composición
Suprematista.

⁴⁷ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 262.



Alexander Rodchenko, cartel, 1937. Lenin sobresale de la multitud y debajo de él, aparece una página del periódico *Pravda* cuyos títulos proclaman «¡Paz! ¡Pan! ¡Tierra!»



El Lissitzky, *Prouns 23*,
núm. 6, 1919. Lissitzky
desarrolló ideas visuales
acerca del balance, el
espacio y la forma, las cuales
fueron la base de su diseño
gráfico.

Estos constructivistas hicieron un llamado a los artistas para que dejaran de producir cosas inútiles y se volviera hacia el cartel, porque tal trabajo pertenecía ahora al deber del artista, como ciudadano de una comunidad que barría el campo de viejos desperdicios, para prepararse para una vida nueva.⁴⁸

Uno de los primeros intentos para formular una ideología constructivista fue el folleto de 1922, *Konstruktivizm*, de Aleksei Gan (1893-1942). En él criticó a los pintores abstractos por su inhabilidad para romper el cordón umbilical del arte tradicional.

Gan escribió que las artes constructivistas, la textura y la construcción son los tres principios del constructivismo. Las *artes constructivas* representaban la unificación de la ideología comunista con la forma visual; la *textura* significaba la naturaleza de los materiales y la manera en que éstos se usaban en la producción industrial y la *construcción* simbolizaba el proceso creativo y la búsqueda de leyes de la organización visual.

El mejor exponente del constructivismo fue el pintor, arquitecto, diseñador gráfico y fotógrafo El Lissitzky, cuyo verdadero nombre era Lazar Markovich. Lissitzky estudió en la Escuela de Ingeniería y Arquitectura de Darmstadt, Alemania. Las propiedades matemáticas y estructurales de la arquitectura se convirtieron en las bases de su arte.

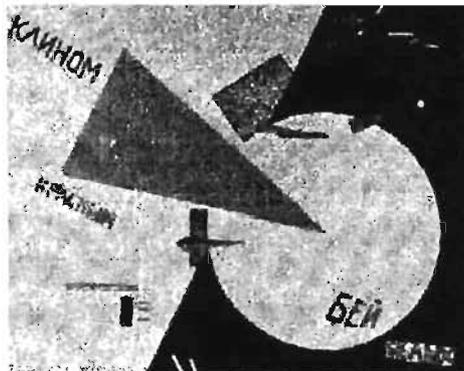
En 1919 Marc Chagall invitó a Lissitzky a unirse al cuerpo docente de la Escuela de Arte de Vitebsk (a 400 kilómetros al este de Moscú). Malevich daba clases allí y se convirtió en una influencia importante para él, desarrollando un estilo de pintura al que llamó *Prouns* (un acrónimo de «proyectos para el establecimiento [afirmación] de un arte nuevo»). Prouns introdujo ilusiones tridimensionales que retrocedían (profundidad negativa) hacia atrás del plano pictórico (profundidad neutra), o se proyectaban hacia delante (profundidad positiva) desde el plano pictórico.

⁴⁸ «El constructivismo y suprematismo ruso»: o. cit., www.unostiposduros.com

Lissitzky consideró a Prouns como una «estación de intercambio entre la pintura y la arquitectura», buscando el camino para la aplicación de los conceptos de la forma y el espacio en la pintura moderna al diseño aplicado. Esto tuvo consecuencias en su famoso cartel de 1919, *Golpea a los blancos con la cuña roja*.

En 1921 Lissitzky viajó a Berlín, donde hizo contacto con artistas del grupo De Stijl y de la Bauhaus, así como dadaístas y otros constructivistas. La Alemania de la posguerra se había convertido en el terreno de encuentro de las ideas avanzadas del este y del oeste a principios de la década de 1920.

Su experimentación con el fotomontaje, la impresión, el diseño gráfico y la pintura le permitieron convertirse en el conductor de las ideas del suprematismo y del constructivismo hacia Europa occidental.



El Lissitzky, *Golpea a los blancos con la cuña roja*, 1919. El emblema del ejército bolchevique, una cuña roja, corta diagonalmente una esfera blanca, que simboliza las fuerzas de Kerenski.

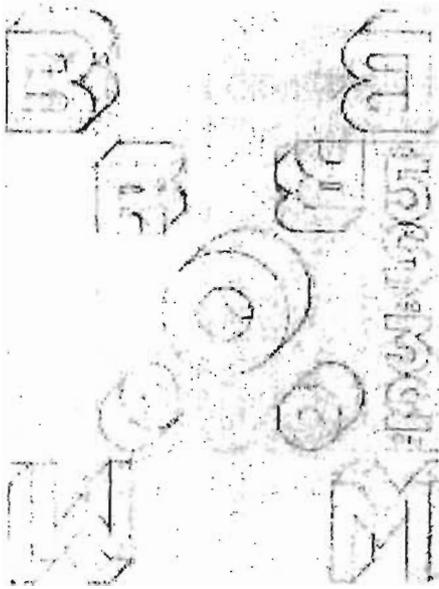


El Lissitzky. Página del título de *Veshch*, 1922. Lissitzky buscó organizar geométricamente el tipo los elementos geométricos y las fotografías como elementos dentro de un todo. Estos objetivos fueron alcanzados hasta 1924.

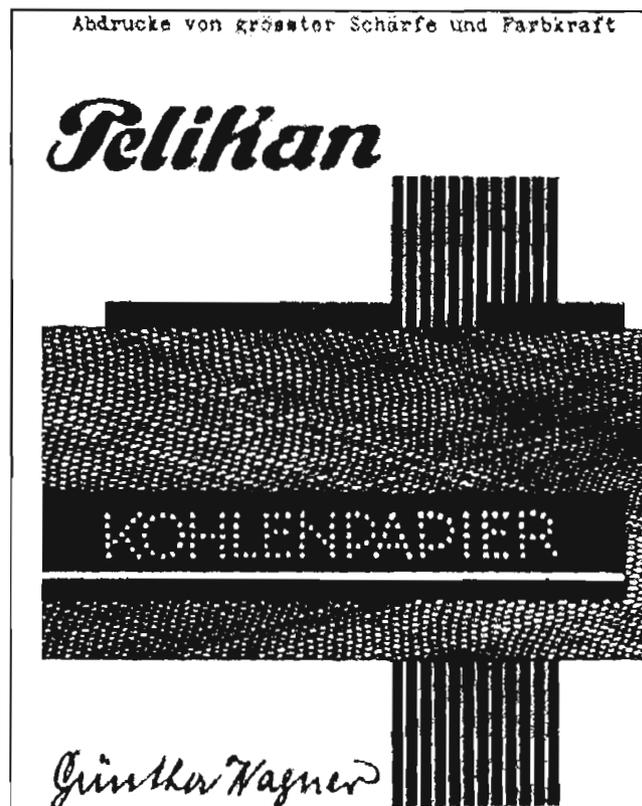
Durante los primeros años de la década de 1920 el gobierno soviético ofreció apoyo oficial al arte nuevo ruso patrocinando un periódico internacional. Al editor, Ilya Ehrenburg, se le unió Lissitzky en la creación del periódico trilingüe *Veshch* (en ruso)/ *Gegenstand* (en alemán)/ *Objet* (en francés), Objeto en español. Lissitzky y Ehrenburg consideraron a *Veshch* un punto de reunión para los nuevos trabajos de diferentes naciones.

El período de Lissitzky en Berlín le permitió propagar el mensaje del constructivismo por medio de visitas frecuentes a la Bauhaus, así como artículos y conferencias. También colaboró en la edición especial doble de *Merz* con Kurt Schwitters en 1924. Los editores de *Broom*, una revista radical estadounidense que publicaba arte y literatura, encargaron algunas portadas y otras gráficas a Lissitzky, que se dio tiempo para resolver encargos de anuncios y presentaciones para Pelikan Ink Company. En 1925 predijo acertadamente que los procesos fotomecánicos remplazarían al tipo de metal y abrirían nuevos horizontes para el diseño.

En 1923 diseñó un libro de poemas de Vladimir Mayakovsky, *Por la voz*, también conocido como *Para leer en voz alta*. En sus interiores, el título de cada poema se ilustró con elementos abstractos que significan su contenido. Otro proyecto editorial muy influyente en esa época fue el libro *The Isms of Art, 1914-1924*, que Lissitzky realizó con el dadaísta Hans Arp empleando una estructura vertical y horizontal a lo largo de 48 páginas ilustradas. Al utilizar números en *bold* y *sans-serif* para enlazar las figuras con los pies de ilustración, Lissitzky logró que esos números se convirtieran en elementos activos de la composición. A lo largo de su obra, Lissitzky exploró el potencial del fotomontaje para mensajes de comunicación complejos y aplicó el enfoque del constructivismo en proyectos de diseño ambiental y de exposiciones.



El Lissitzky, composición de una portada de *Broom*, vol. 5, núm. 3, 1922. Este tipo de acomodo tipográfico nos muestra un diseño rigurosamente simétrico.



El Lissitzky, anuncio de papel carbón *Pelikan*, 1924. La tipografía de máquina de escribir, la firma del fabricante y las letras estampadas expresan el uso del producto. Los planos sobrepuestos relacionan el intercalado del material para hacer copias al carbón.



El Lissitzky. Portada de *Por la voz de Mayakovsky*, 1923. En comparación con la portada de *Veshch*, que esta construida en un eje diagonal, aquí un ángulo agudo a la derecha es animado por la neutralidad de la de la M y el círculo.



El Lissitzky, portada del libro *The Isms of Art*, 1914-1924.

Otros trabajos precursores en el campo de la tipografía y el cartelismo, aparte de El Lissitzky, fueron los de Alexander Rodchenko. Rodchenko experimentó con la tipografía, el montaje y la fotografía. Tuvo gran interés en la geometría descriptiva, que lo condujo a una definición de la forma en sus pinturas. Colaborando estrechamente con el escritor Mayakovsky, Rodchenko produjo diseños gráficos con una fuerte construcción geométrica, grandes áreas de color puro y una rotulación legible concisa. Su pesada rotulación sans-serif hecha a mano se convirtió en la fuente de los tipos pesados sin remate que se usaron ampliamente en la ex Unión Soviética.⁴⁹ El órgano de los constructivistas fue la revista *Lef*, y de 1927 a 1928 *Novyi Lef* (frente izquierdista de las artes). Sus diseños consistían en fotomontaje y tipografías integradas en sus líneas predominantemente horizontales. Los trabajos de El Lissitzky en cambio, se basaban en síntesis de principios constructivistas y suprematistas. Diagonales asimétricas y dinámicas determinaban la estructura del diseño.⁵⁰

El comienzo del fotomontaje en Rusia coincidió con el desarrollo del montaje en la película cinematográfica, un enfoque conceptual nuevo para ensamblar información cinemática. Las técnicas incluían el mostrar acciones simultáneas sobreponer imágenes usar acercamientos extremos e imágenes en perspectiva, a menudo juntos, y la repetición rítmica de una imagen.⁵¹

Los fotomontajes de Rodchenko y Lissitzky testimoniaban su compromiso político y su pensamiento analítico. En los diseños de Rodchenko se visualizaba una composición tipográficamente limpia y clara en sus columnas. Las fotografías se insertaban en las columnas de texto, y los titulares y encabezados se destacaban por el contraste entre el blanco y el negro.⁵²

⁴⁹ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 265.

⁵⁰ MÜLLER, Josef-Brockmann: o. cit., p. 99.

⁵¹ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 269.

⁵² MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o. cit., p. 99.



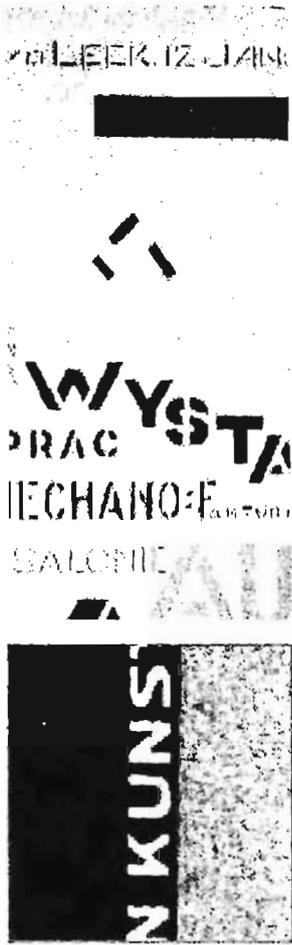
Georgy y Vladimir Stenberg, cartel cinematográfico, sin fecha. Este cartel nos muestra una perspectiva extrema, un tipo circular y la figura fragmentada.

Georgy (1900-1923) y Vladimir (1899-1982) Stenberg fueron dos talentosos hermanos que colaboraron en diseños teatrales y carteles cinematográficos. Conscientes de las dificultades de reproducción fotográfica de esa época, realizaron dibujos meticulosamente realistas para sus carteles al ampliar imágenes de formato fílmico, por medio de métodos de proyección y de cuadrículas. Estas ilusiones tridimensionales contrastaban con las formas planas de color brillante en los carteles bien diseñados, dinámicos, y con mensajes fuertes y directos.

El gobierno soviético toleró y hasta impulsó el arte de vanguardia hasta el año de 1922. A partir de ese momento, el ascenso del estalinismo provocó que sus practicantes fueron acusados de «cosmopolitismo capitalista». En cambio, el estado abogó por una pintura social realista. Buscando aires más propicios, los artistas de este florecimiento artístico tuvieron un desarrollo posterior en el oeste, donde el diseño gráfico innovador, en la tradición del constructivismo, continuó más allá de la década de 1920.⁵³

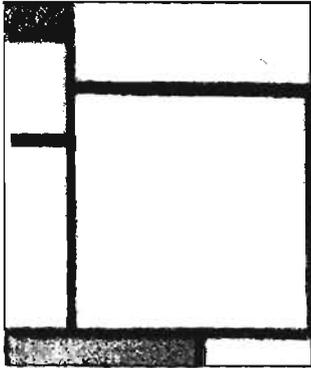
⁵³ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 270.

De Stijl:



Armonía y orden en el diseño

● 1.2.4 De Stijl: armonía y orden en el diseño



Piet Mondrian,
*Composition with red,
yellow and blue*, 1922.

El nombre del movimiento De Stijl proviene de la revista mensual holandesa de estética y teoría del arte fundada en octubre de 1917 y el financiamiento corrió a cargo de Theo van Doesburg. Su manifiesto se inspiró en la idea de que el arte que represente al mundo debe ser revolucionario; la revista pretendía crear un espacio abierto para la expresión de esa estética que estimulara a una nueva conciencia sobre un nuevo tipo de belleza. El estilo artístico que adoptaron fue el *neoplasticismo*, caracterizado por la austeridad estética y por sustraer del arte su dependencia respecto de las emociones subjetivas. Piet Mondrian (1872-1944) enunció los principios estéticos del movimiento en los once primeros números de la revista, convirtiéndose así en una de las publicaciones de arte más influyentes en la Europa de entreguerras.⁵⁴

Al fundador del movimiento Théo van Doesburg, se le unieron los pintores Bart van der Lek (1876-1958), Vilmos Huszar (1884-1960), el arquitecto Jacobus Johannes Pieter Oud (1890-1963) y otros. Trabajando en un estilo geométrico abstracto, De Stijl buscó leyes universales de equilibrio y armonía para el arte.⁵⁵

De todos sus miembros, Van der Leck ya creaba diseños gráficos con franjas negras sencillas, organizando el espacio y utilizando imágenes de formas planas. Las pinturas de Mondrian constituyen la fuente a partir de la cual se desarrollaron la filosofía y las formas visuales De Stijl. Cuando vio pinturas cubistas por primera vez en 1910, Mondrian evolucionó de la pintura del paisaje tradicional hacia un estilo simbólico. Influenciado por Van Gogh, que expresaba las fuerzas de la naturaleza. En los años siguientes, eliminó todo indicio de los elementos representativos y evolucionó del cubismo hacia una abstracción geométrica pura.⁵⁶

⁵⁴ «De Stijl», <http://www.masdearte.com>

⁵⁵ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 270.

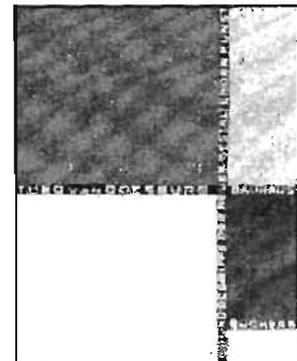
⁵⁶ «De Stijl», <http://www.unostiposduros.com>

Van Doesburg (1895-1946) y el artista húngaro Lazlo Moholy-Nagy diseñaron en 1925 la portada para el libro *Grundbegriffe der Neuen Gestaltenden Kunst* (Conceptos básicos de la producción de formas artísticas) donde se muestra la aplicación directa del vocabulario de De Stijl para el diseño gráfico.

Van Doesburg aplicó los principios De Stijl a la arquitectura, la escultura y la tipografía. Editó y publicó la revista *De Stijl* hasta su muerte en 1931. Esta publicación difundió la teoría y la filosofía del movimiento a un público mayor (el espíritu del arte podía entonces permear a la sociedad a través del diseño arquitectónico, de productos y gráfico).⁵⁷

Siguiendo sus planteamientos formales Van Doesburg, diseñó también el interesante logotipo de la revista, formado por letras construidas a partir de una red abierta de cuadrados y rectángulos. En 1921 Van Doesburg desarrolló un nuevo formato horizontal que se usó hasta el último número publicado en 1932 (Mondrian dejó de colaborar en la revista en 1924 después de desarrollar su propia teoría del elementarismo, donde declaraba a la diagonal como un principio de composición más dinámico que la construcción horizontal y vertical característica de De Stijl).

En sus diseños de alfabetos y carteles Van Doesburg aplicó igualmente una estructura horizontal y vertical a las formas de letras y a la composición total. El cuadrado fue usado como un módulo riguroso para el diseño de la forma de las letras. El color fue usado como un elemento estructural importante. El rojo fue favorecido como segundo color en la impresión porque, además de su poder gráfico, junto con el negro significaba revolución.⁵⁸



Theo van Doesburg y Lazlo Moholy-Nagy, portada de *grundbegriffe der Neuen gestaltenden kunst*, 1925.

⁵⁷ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 272.

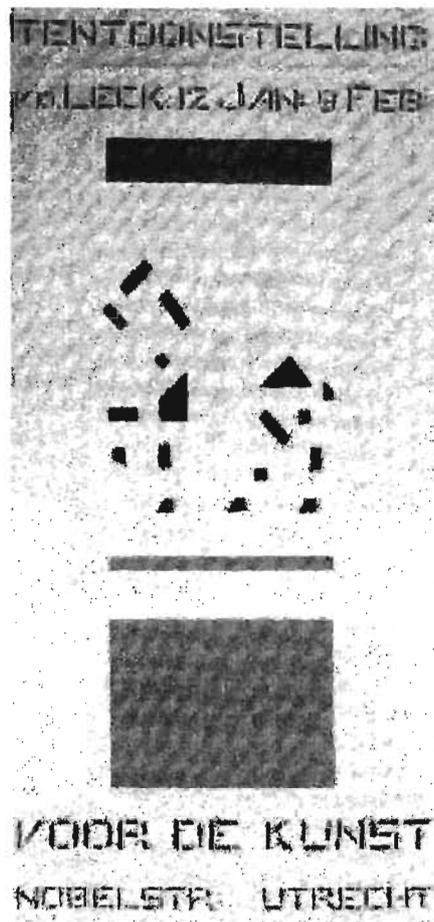
⁵⁸ *Ibidem*, p. 273.



Vilmos Huszar, diseño de portada de De Stijl, 1917. El logotipo de Van Doesburg, que se encuentra en la parte superior de esta portada, fue utilizado por Vilmos Huszar para crear un rectángulo conciso en el centro de la página.



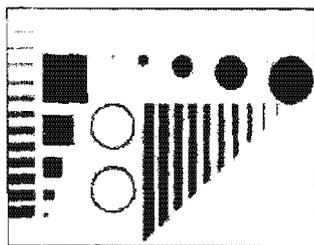
Théo van Doesburg, cartel para la exposición «Cubismo y Neocubismo-La sección de oro», 1920.



Bart van der Leck, cartel para una exposición, 1919.



Encuentro de constructivistas y dadaístas en Weimar, 1922.
Theo van Doesburg (con el sombrero de papel) con el Lissitzky
(fumando en pipa) detrás de él, y Tristan Tzara (con bastón),
Hans Arp (extremo derecha) y Hans Richter (en el suelo).



Henryk Berlewi, *Dinamic Contrasts*, composición Mechano-faktura, 1924.

Durante la Primera Guerra Mundial, los movimientos del suprematismo ruso y el De Stijl holandés al parecer estuvieron completamente aislados uno del otro. Sin embargo, ambos grupos impulsaron al cubismo hasta un arte geométrico puro. Después de la guerra, sus ideas se extendieron a otros países, incluyendo Checoslovaquia, Hungría y Polonia.⁵⁹

El diseñador polaco Henryk Berlewi (1894-1967), bajo la influencia en 1920 de las conferencias de Lissitzky en Varsovia y de los trabajos de Moholy-Nagy, van Doesburg, Raoul Hausmann y Hans Richter, publicó su teoría *Mechano-faktura*.⁶⁰ Creyendo que el arte moderno estaba lleno de trampas ilusionistas, Berlewi mecanizó la pintura y el diseño gráfico en una abstracción del dibujo que abolía cualquier ilusión de tridimensionalidad. Ello lo logró por medio de la colocación de simples formas geométricas sobre una base.

En 1924 Berlewi se unió a los poetas futuristas Alexander Wat y Stanley Brucz, para fundar una empresa publicitaria llamada Reklama Mechano. Introdujeron las formas del arte moderno a la sociedad polaca en los anuncios industriales y comerciales. Berlewi tenía la esperanza de que la publicidad comercial se convirtiera en un vehículo para abolir la división entre el artista y la sociedad.⁶¹ El trío basó sus trabajos gráficos en los principios del futurismo, el dadaísmo, el suprematismo y Mechano-faktura.

Por la misma época aparecía en Polonia la revista *Blok*. En su equipo de redacción figuraban Henryk Stazewski, Teresa Zarnower, Edmund Miller (creador de los vivaces tipomontajes de la publicación) y Mieczyslaw Szczuka. Este último fue autor de interesantes fotomontajes.⁶²

⁵⁹ *Ibidem*, pp. 275-276.

⁶⁰ MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o. cit., p. 102-103.

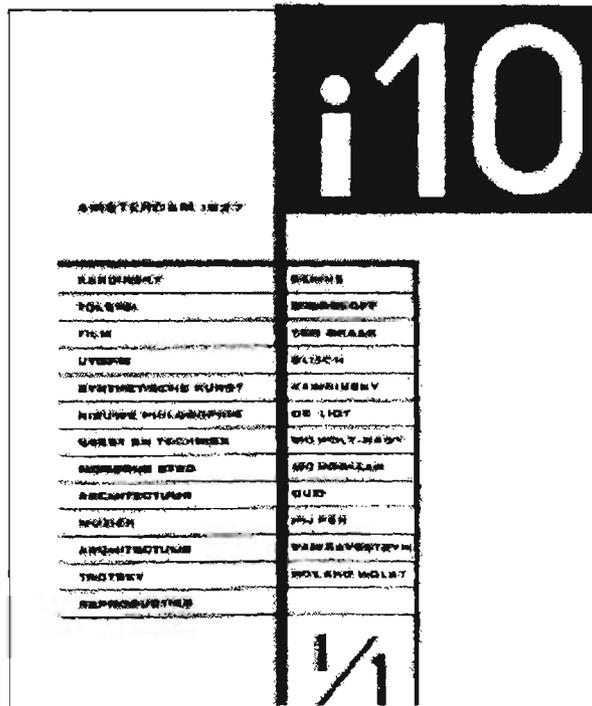
⁶¹ *Ibidem*, p. 276.

⁶² MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o. cit., p. 102-103.



Henryk Berlewi, cartel para una exposición automotriz de Varsovia, 1925.

Henryk Berlewi, cartel para una exposición automotriz de Varsovia, 1925.





Ladislav Sutnar, portada de *Getting Married* (Preparándose para casarse), 1929.

En Checoslovaquia, Ladislav Sutnar (1897-1976) se convirtió en el principal partidario del diseño funcional. Abogó por el ideal constructivista y por la aplicación de los principios de diseño para cada aspecto de la vida contemporánea. La casa impresora Druzstevni Prace contrató a Sutnar como director de arte. Sus diseños de cubiertas e interiores evidenciaron una gran simplicidad de organización y claridad tipográfica, como es evidente en el caso de la portada de *Getting Married*.

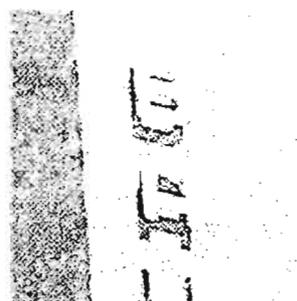
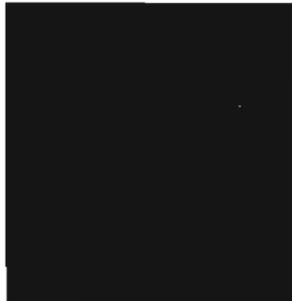
En 1919, después de completar sus estudios de derecho en Budapest, el mencionado Laszlo Moholy-Nagy recurrió a la pintura no representativa con influencias de Malevich. En 1921 se mudó a Berlín, donde Lissitzky, Schwitters y Van Doesburg lo visitaban con frecuencia en su estudio. Como veremos en el capítulo siguiente, se convirtió en un activo colaborador de la Bauhaus.

La búsqueda de un arte puro de relaciones visuales que inició en Holanda y Rusia ha permanecido como una influencia importante para las disciplinas visuales a lo largo del siglo xx. Algunos de los principios que ha retomado el diseño gráfico ha sido el uso de la construcción geométrica para la organización de la página impresa; y el uso de líneas, formas y colores puros creando composiciones armoniosamente ordenadas, heredadas de Malevich y Mondrian.⁶³



La Bauhaus

abcdef
ghijklmnop
qrstuvwxyz
a



● 1.2.5 La Bauhaus



Herbert Bayer, portada para la revista Bauhaus, 1928. Esta página con tipografía une las herramientas del diseñador y las formas geométricas básicas, logrando una integración del tipo y la imagen.

Casi al mismo tiempo que futuristas y constructivistas llevaban a cabo sus reformas de la tipografía, la utilización de la fotografía como nuevo medio de comunicación experimentaba un notable desarrollo. George Grosz, John Heartfield, Hannah Höch y Raoul Hausmann, ya habían experimentado en los años 1919-1920 con fotomontajes y collages. Rodchenko y Lissitzky vieron las posibilidades de la fotografía como vehículo de la propaganda y la información políticas, incluyéndola en sus trabajos desde una orientación funcional-constructivista.⁶⁴

En el núcleo central de la aparición de una nueva tipografía estaba la Bauhaus. Las obras producidas por sus profesores y estudiantes, revelaban una síntesis de las nuevas ideas artísticas. Esta escuela radicalmente nueva donde se enseñaba arquitectura y artes aplicadas como temas interdisciplinarios, combinando la gráfica y la escultura con estudios prácticos, y diluyendo la diferencia entre artistas y artesanos se fundó en Weimar en 1919. *Das Staatliches Bauhaus* (se traduce literalmente como La casa del estado para la construcción) nace de un instituto de Weimar anterior a la guerra que había sido dirigido por el arquitecto y diseñador belga Henry van de Velde, reconocido por su influyente contribución al Art Nouveau. Pero el programa del director de la nueva escuela, el arquitecto Walter Gropius (un antiguo ayudante de Peter Behrens), proyectaba una filosofía que aspiraba a expresar y expandir la naciente sensibilidad racionalista del Movimiento Moderno, en la que eran vitales la integración de arte y tecnología y el desarrollo de una estética de la producción en masa. Su novedad y sus problemas son una muestra de las dificultades del momento, con un período de vida que abarca desde 1919 hasta 1933, como un reflejo de la vida de la propia

⁶⁴ MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o. cit., p. 104.

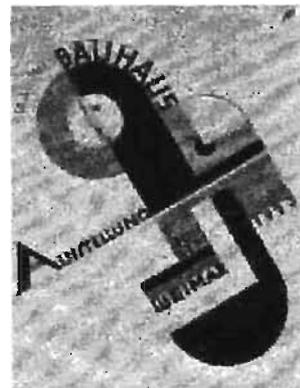
República de Weimar. La Bauhaus luchó arduamente para obtener fondos, tuvo que desplazar su sede tres veces en catorce años y fue atacada de forma sistemática por sus ideas socialistas.⁶⁵

Las ideas avanzadas acerca de la forma, el color y el espacio se integraron en el vocabulario del diseño cuando los pintores de Der Blaue Reiter (El jinete azul), Paul Klee y Wassily Kandinsky, se unieron al personal en 1920 y 1922 respectivamente.⁶⁶ Al principio, la tipografía no formaba parte del programa oficial de la Bauhaus. El primer director del curso preliminar de la Bauhaus, Johannes Itten (1888-1967), incluyó técnicas de rotulación y produjo algunas obras tipográficas propias influidas por el dadaísmo, pero hasta la llegada en 1923 de Moholy-Nagy (1895-1946), como director del curso preliminar. A raíz de ello Itten dejó la Bauhaus debido a su desacuerdo con la manera de conducir el curso por parte de Moholy-Nagy.⁶⁷

La Primera Exposición de Arte Ruso, organizada por El Lissitzky en Berlín en 1922, influyó con sus tesis constructivistas y futuristas en la Bauhaus. En 1923 tuvo lugar en Weimar la primera Exposición de la Bauhaus. En ella se hizo patente su alejamiento del arte y reemplazó el principio de la «unidad de arte y artesanía» por el de «arte y tecnología, una nueva unidad».

El cartel de Joost Schmidt para esta exposición combinó formas geométricas y mecánicas, reflejando la reorientación que estaba surgiendo en la Bauhaus.⁶⁸

El arte gráfico comercial, interesado por las posibilidades de un diseño constructivista, encontró un defensor del constructivismo en Theo van Doesburg cuando se estableció por aquella época en Weimar y dio a conocer a la Bauhaus las teorías de De Stijl.



Joost Schmidt, cartel de la exposición de la Bauhaus en 1923. En este cartel se puede ver la influencia de distintos movimientos, como son el cubismo, constructivismo y De Stijl.

⁶⁵ LEWIS, Blackwell: o. cit., p.63.

⁶⁶ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 278.

⁶⁷ LEWIS, Blackwell: o. cit., p.63.

⁶⁸ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 279



Laszlo Moholy-Nagy, diseño de portada, *Staatliches Bauhaus* en Weimar, 1919-1923.

Él tuvo un fuerte efecto al permitir que su casa se convirtiera en un lugar de reunión para los estudiantes y profesores de la Bauhaus. El diseño de mobiliario y la tipografía recibieron especial influencia de De Stijl.

Moholy-Nagy exploró la pintura, la fotografía, el cine, la escultura y el diseño gráfico. Nuevas técnicas como el fotomontaje, el fotograma y los medios visuales incluyendo el movimiento, la luz y la transparencia fueron incluidas en sus amplias investigaciones. A sus fotomontajes, no sólo los percibió como el resultado de una técnica de *collage* sino como una manifestación de un proceso para llegar a un nuevo lenguaje que pudiera ser más creativo y más funcional que la fotografía directamente imitativa.

Moholy-Nagy incitó a la exploración de las posibilidades de la tipografía y la fotografía como medios artísticos y publicitarios. Con Gropius proyectó y redactó los 14 libros de la Bauhaus de acuerdo a sus teorías expuestas en el primero de ellos: «La nueva tipografía debe ser una comunicación clara en la forma más eficaz». También experimentó con la fotografía con vistas a su utilización combinada con la tipografía, mezcla que denominó como *tipo-foto* y que consideró como la más exacta representación visual de la comunicación.⁶⁹

Gropius y Moholy-Nagy colaboraron como editores para el *Staatliches Bauhaus en Weimar, 1919-1923*, el catálogo para la exposición de 1923. La portada fue diseñada por un estudiante, Herbert Bayer (1900-1985), mientras que el interior fue diseñado por Moholy-Nagy. Este último contribuyó con su gran énfasis acerca de la tipografía al describirla como «una herramienta de comunicación. En el diseño gráfico Moholy-Nagy abogaba por un uso sin inhibiciones de todas las direcciones lineales (por lo tanto, no sólo una articulación horizontal).



Herbert Bayer, diseño de portada, *Staatliches Bauhaus* en Weimar, 1919-1923.

⁶⁹ MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o. cit., p. 104.



Laszlo Moholy-Nagy, portadas de cuatro libros Bauhaus, 1924-1930. Las portadas de los volúmenes 5 y 10 muestran una evidencia de De Stijl, y las portadas de los volúmenes 12 y 14 muestran la huella de la arquitectura moderna.

«Nosotros utilizamos todos los tipos de letra, tamaños de tipos, formas geométricas, colores, etcétera. Queremos crear un lenguaje nuevo de tipografía cuya elasticidad, variabilidad y frescura de la composición tipográfica son dictadas exclusivamente por la ley interna de la expresión y el efecto óptico».⁷⁰

La pasión de Moholy-Nagy por la tipografía y la fotografía inspiraron un vivo interés en la Bauhaus por la comunicación visual y condujo experimentos importantes en estas artes. A esta integración objetiva de la palabra y la imagen para comunicar un mensaje con rapidez la llamó «nueva literatura visual». También predijo que la fotografía influiría en el diseño de carteles, el cual demanda una comunicación instantánea, con técnicas de ampliación, distorsión, caídas, doble exposición y montajes. En la tipografía defendió los contrastes enfáticos y un uso de color audaz.

Como fotógrafo de imágenes fijas, Moholy-Nagy empleó la cámara como herramienta de diseño. Las ideas convencionales de composición dieron paso a una organización imprevista, principalmente por medio del uso de la luz y la sombra para diseñar el espacio. El punto de vista normal fue remplazado por acercamientos extremos y puntos de vista angulosos. La textura, la interacción de la luz y la sombra y la repetición son cualidades de sus fotografías, como la de *Chairs at Margate*.⁷¹



Laszlo Moholy-Nagy, *Chairs at Margate*, 1935.

⁷⁰ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 280.

⁷¹ *Ibíd.*, p. 281.

En abril de 1925, la Bauhaus se trasladó a Dessau. La escuela recibió el nombre de «Hochschule für Gestaltung» (Escuela Superior de la Forma). Nuevos profesores se integraron en ella: Joseph Albers, Joost Schmidt, Marcel Breuer, Hinnerk Scheper y Herbert Bayer, este último como director de la sección de artes gráficas, que pasó a llamarse Departamento de Tipografía y Diseño Publicitario (*Typographie und Werbesachengestaltung*).⁷² Durante el periodo en Dessau (1925-1932) la Bauhaus estuvo influenciada por De Stijl y los constructivistas, sin embargo la Bauhaus no copió servilmente estos movimientos, sino que, entendió los principios formales que se podían aplicar a los problemas de diseño.⁷³

Ideas abundantes fluyeron de la Bauhaus para influir en la vida y el diseño del siglo XX: diseño de productos, mobiliario de acero, arquitectura funcional, diseño del medio ambiente y la tipografía. Se comenzó a publicar la influyente revista *Bauhaus*. Esta revista y la serie de catorce Bauhausbüchers (libros de la Bauhaus) se convirtieron en importantes vehículos para las ideas avanzadas acerca de la teoría del arte y su aplicación a la arquitectura y al diseño. Kandinsky, Klee, Gropius, Mondrian, Moholy-Nagy y Van Doesburg fueron editores o autores de volúmenes en la serie. Moholy-Nagy diseñó doce de los libros y ocho portadas.⁷⁴

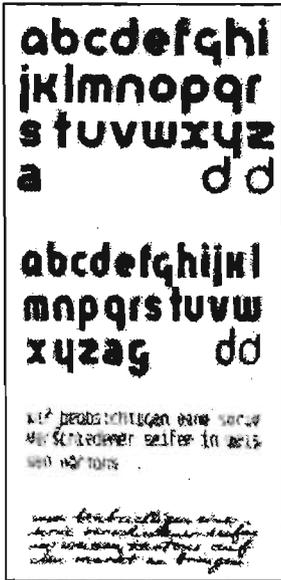


Walter Gropius, el edicio Bauhaus en Dessau, 1925-1926.

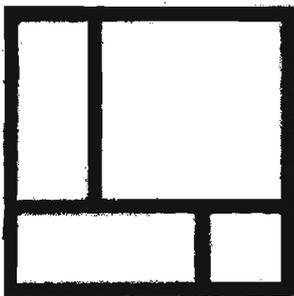
⁷² MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o. cit., p. 106.

⁷³ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 282.

⁷⁴ *Ibidem*, p. 283.



Herbert Bayer, alfabeto universal, 1925.



Herbert Bayer, símbolo del taller de vitrales de **Kraus**, 1923.

Herbert Bayer fue estudiante en la Bauhaus de 1921 a 1923; como profesor y encargado del taller de tipografía. Bayer desempeñó un gran papel en el desarrollo de «una nueva tipografía» que utilizaba tipos de sans serif, filetes gruesos y retículas sistematizadas para conseguir composiciones limpias y lógicas. Bayer esperaba trascender los caprichos pasajeros de la cultura, basando sus diseños en leyes intemporales, objetivas. Las consideraciones de estilo y expresión propia se subordinaron a la «pureza» de la geometría y a las exigencias de funcionalidad. Este método culminó en el intento de Bayer de diseñar una tipografía con formas de letra tan «esenciales» que se entendieran como universales.⁷⁵

Bayer innovó en el diseño por sus contrastes extremos de tamaño y el tono o peso de los tipos se usaron para establecer una jerarquía visual de énfasis, determinada por la importancia relativa de las palabras. Se emplearon barras, reglas, puntos y cuadrados para subdividir el espacio y guiar la atención del observador hacia los elementos importantes. Se favorecieron las formas elementales combinadas con el uso del negro. La composición abierta sobre una cuadrícula implícita y un rango sistemático de tamaños de tipos y plecas proporcionaron unidad a los diseños.

El círculo, el cuadrado, el rectángulo, el triángulo y los tres colores primarios constituyeron los elementos básicos de la tipografía. La composición dinámica con líneas horizontales y verticales (y en ocasiones diagonales) caracterizaron el periodo de Bayer en la Bauhaus.

En 1928 Walter Gropius renunció a su cargo para continuar con la práctica privada de la arquitectura. Al mismo tiempo Bayer y Moholy-Nagy se establecieron en Berlín, donde el diseño gráfico y la tipografía figuraron marcadamente en las actividades de cada uno. Joost Schmidt siguió los pasos de Bayer como maestro del taller de tipografía y diseño gráfico de la Bauhaus. Él se alejó de la

⁷⁵ LUPTON, Ellen/ J. Abbott Miller: *el abc de la bauhaus y la teoría del diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 1994, p. 38.

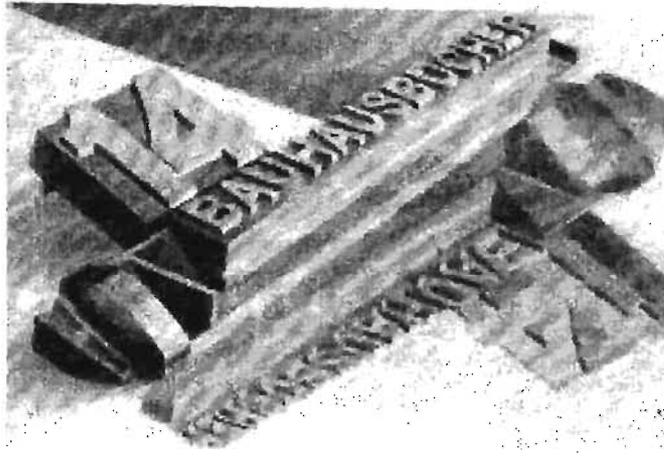
tipografía rigurosamente constructivista e introdujo una mayor variedad de tipos. El cargo de director de la Bauhaus fue ocupado por Hannes Meyer (1889-1954), un arquitecto suizo con fuertes creencias socialistas, contratado para preparar el programa de arquitectura en 1927. Por el año de 1930 los conflictos con las autoridades municipales forzaron a Meyer a renunciar. Ludwig Mies van der Rohe (1886-1969), prominente arquitecto de Berlín, quien había afirmado acerca del diseño «menos es más», fue nombrado director.⁷⁶

En 1931 el partido nazi dominó el Consejo de la Ciudad de Dessau y canceló los contratos de la Bauhaus en 1932. Mies van der Rohe trató de dirigir la escuela desde una fábrica vacía de teléfonos en Berlín-Steglitz, pero el acoso nazi hizo insostenible su continuación. La Gestapo demandó la destitución de los «bolcheviques culturales» de la escuela y los reemplazó por simpatizantes nazis. La facultad votó a favor de la disolución de la Bauhaus y ésta fue cerrada definitivamente el 10 de agosto de 1933. De esta forma terminó la más importante escuela de diseño del siglo XX.

La creciente persecución nazi condujo a que muchos miembros de la Bauhaus se unieran a la emigración de intelectuales y artistas hacia Estados Unidos. En 1937 Gropius y Marcel Breuer enseñaron arquitectura en la Universidad de Harvard, y Moholy-Nagy estableció la Nueva Bauhaus (hoy en día el Instituto de Diseño) en Chicago. Un año después Herbert Bayer inició la fase estadounidense en su carrera de diseño.

⁷⁶ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 284.

Los logros e influencias de la Bauhaus trascendieron sus catorce años de vida. La escuela creó un movimiento de diseño moderno que incluía arquitectura, diseño de productos y comunicación visual. Al disolver el límite entre las bellas artes y las artes aplicadas, la Bauhaus intentó llevar el arte a una cercana relación con la vida por medio del diseño. Su influencia se extendería por décadas a lo largo de todo el siglo XX.⁷⁷

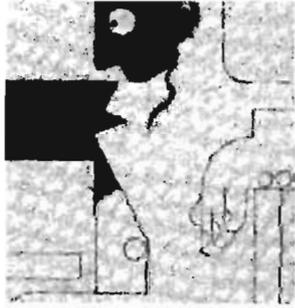


Laszlo Moholy-Nagy, portada de folleto de la Serie de Catorce *Bauhaus büchers*, Libros Bauhaus, 1929. Se muestran dos fotoimpresiones de tipo de metal que se agrupan formando un collage. Sobre el número catorce superior se imprimió tinta azul.

⁷⁷MEGGS, Philip B: o. cit., p. 285.



Art Déco



en la comunicación publicitaria

● 1.2.6 Art Déco en la comunicación publicitaria

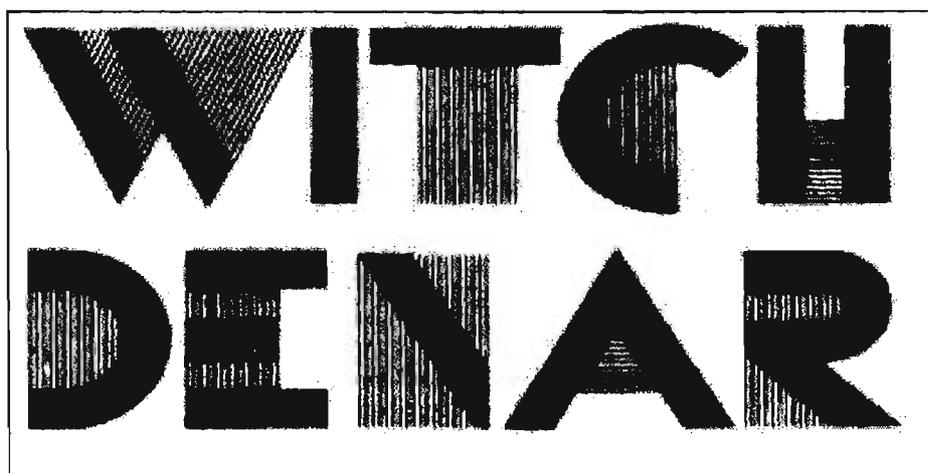
Bajo la denominación de art déco se desarrolló durante los años veinte una corriente artística de naturaleza muy diferente. Ciertos tipos y prácticas tipográficas o caligráficas infundieron un fuerte aroma a algunas obras de imprenta del período de entreguerras, y muy notablemente en aplicaciones publicitarias elegantes en forma de carteles y revistas. El estilo art déco se inspira formalmente en la Exposition Internationale des Art Décoratifs et Industriels de 1925, en París, y en la exaltación del renacimiento de las artes decorativas de producción moderna. Sin embargo, de hecho se aplicó la etiqueta déco a todas las áreas creativas que iban desde la arquitectura a la publicidad. Este movimiento tuvo diferentes inflexiones en cada país siendo particularmente vigoroso al principio en Francia y más tarde en Estados Unidos, continuando hasta los últimos años treinta. Los artistas gráficos que trabajaban en esta área combinaban los nuevos planteamientos del cubismo y postcubismo con las audaces tradiciones ilustrativas del art nouveau y los desarrollos del lenguaje publicitario del Plakatstijl.

129



A. M. Cassandre, cartel de *Dubonnet*, 1932. **DUBO** (duda): el hombre mira a su copa inciertamente; **DUBON** (de algo bueno): prueba la bebida y **DUBONNET**: el producto se identifica a medida que la bebida se vuelve a llenar.

Tal vez el más notable de los cartelistas de este período fuera A.M. Cassandre (1901-1968). En sus carteles exprimía el lenguaje de las imágenes pictóricas y de las formas tipográficas, y posteriormente lo pasaba por el cedazo de planteamientos inspirados en los artistas del Movimiento Moderno, cubistas, constructivistas y otros. Ese sistema de trabajo dio como fruto su primer diseño tipográfico, el semiabstracto y altamente estilizado tipo Bifur, lanzado en 1929 por la fundición Deberny and Peignot. Cassandre explicaba que «era un tipo diseñado para la publicidad... para una palabra, una sola palabra, un cartel-palabra». No es un tipo ornamental, subrayaba Cassandre, sino un intento de volver a la característica esencial de las letras individuales. «Si Bifur tiene un aspecto extraño y poco familiar no es debido a que lo haya disfrazado de manera excéntrica, sino a que está desnudo en medio de una muchedumbre completamente vestida». Cassandre explicaba las diferentes formas posibles de utilización del tipo, como por ejemplo coloreando la parte sombreada de la letra.

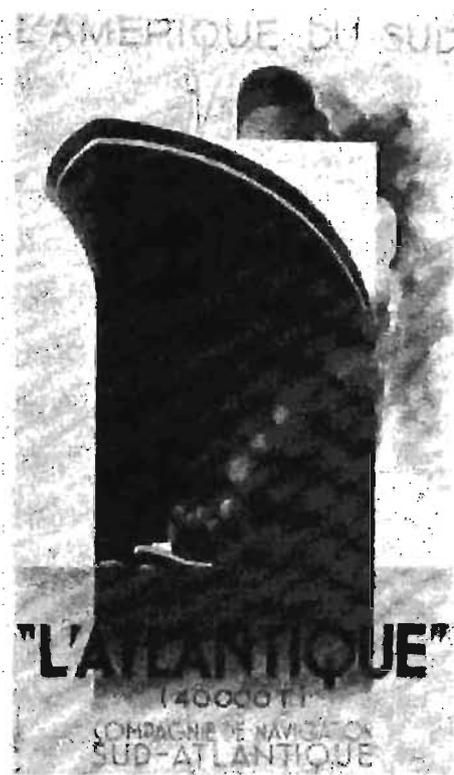


A. M. Cassandre, tipo de letra Bifur, 1929.

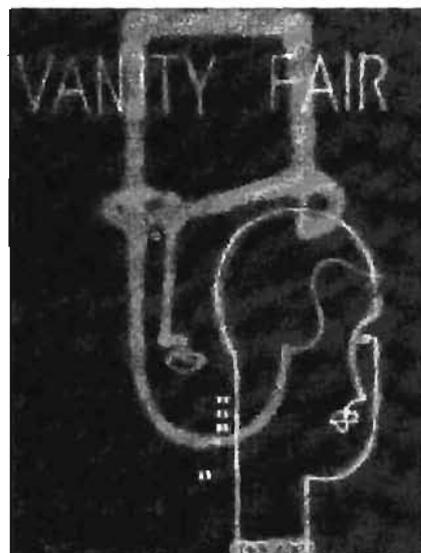
El art déco se extendió rápidamente al campo de la comunicación publicitaria y, a finales de los años veinte y comienzos de los treinta, era común que una página de una revista cualquiera estuviera repleta de pequeños anuncios publicitarios diseñados con una variedad de imaginativos tipos art déco, hoy en día en absoluto desuso. Uno de los más empleados fue el tipo Broadway, diseñado por Morris Fuller Benton y lanzado a finales de los años veinte por American Type Founders y también por Monotype. Sus duros contrastes entre trazos finos y gruesos, aún más exagerados en la versión de la letra hueca, reflejan una preocupación por el estilo, no por el contenido: la verdad es que el tipo Broadway no funciona como letra legible o flexible para usos diferentes. Pero como ocurre con muchos otros tipos radicales, su inherente obsolescencia lo convierte en una pieza caracterizadora del período.

Gran parte de lo tipográficamente interesante en el campo de la rotulación y composición de la página art déco no llegó a materializarse en forma de un tipo de fundición o bajo unas reglas claras. Pero en cambio hubo una influyente publicación de Albert Tolmer que estaba relacionada con el art déco: *Mise en Page*. Publicada en París, establecía unos principios dirigidos a diseñadores publicitarios e impresores y tuvo una aplicación práctica comercial que garantizaba mayores éxitos que las posiciones teóricas, más sustanciales, de los diseñadores de la Bauhaus. El art déco enfatizaba la necesidad de claridad y audacia de ejecución para infundir el máximo impacto al anuncio publicitario, explorando nociones relacionadas con publicidad efectiva.

Los carteles de Cassandre y Jean Carlu en Francia, de E. Mcknight Kauffer en Gran Bretaña, de Robert Bereny en Hungría y de otros artistas comerciales clave del período, con frecuencia despliegan originales variaciones dibujadas a mano sobre temas tipográficos art déco, combinadas a menudo con diversos elementos decorativos.



A. M. Cassandre, cartel (izquierda) del tren nocturno Estrella del Norte de París Amsterdam, 1927. Cartel (arriba) del transatlántico *L'Atlantique*, 1931.



Jean Carlu, portada de *Vanity Fair*, 1930. Los rostros geométricos estilizados evocan las luces de neón, y al cubismo cuando resplandecen contra el cielo nocturno.

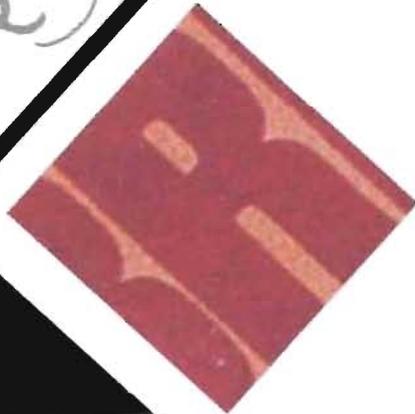


E. McKnight Kauffer, carteles del tren subterráneo de Londres *Underground*, 1922, 1924.

Los tipos sin remate combinados con los de serif cuadrado (diseñados en forma de bloque, prácticamente sin modulaciones de trazo, compuestos en ángulo recto respecto al asta de la letra) son comunes en las composiciones tipográficas de esa época, pero igualmente la integración de imagen, mensaje e identidad en este vitalista florecimiento del arte publicitario provocaron la creación de formas de letra de un solo uso. En términos de composición de la página, las pautas empleadas parecen seguir en cierto modo los derroteros conceptuales de la Bauhaus, pero también se recurre a disposiciones simétricas de la máxima simplicidad, con bloques de titulares de caja alta. Además, la enorme diversidad de artificios empleados para captar la atención, los trucos tipográficos inherentes a este tipo de obras, tan propios de la época, son también uno de los primeros síntomas indicadores de la explosión de la demanda comercial de una variedad casi infinita de tipos, que sólo hasta hoy en día pudo encontrar su adecuada respuesta práctica a través de la tecnología digital.⁷⁸

⁷⁸ LEWIS, Blackwell: *La tipografía del siglo XX*, Barcelona, Gustavo Gilli, 1998, pp. 92-96.

El diseño y la propaganda entre guerras



● 1.3 El diseño y la propaganda entre guerras



Ludwig Hohlwein, cartel de reclutamiento, principios de la década de 1940. ¿Y usted?

El diseño de carteles alcanzó una gran importancia como medio de comunicación durante la Primera Guerra Mundial (1914-1918). La tecnología de impresión había avanzado rápidamente, mientras que la radio y otros medios electrónicos de comunicación pública aún no se usaban con amplitud. En este conflicto global, los gobiernos recurrieron al cartel como medio de propaganda y persuasión visual. Fue necesario reclutar gente para el ejército y levantar la moral pública para conservar el apoyo popular a la guerra. Se realizaban campañas de recolección de fondos que se usarían para financiar la guerra y prevenir la bancarrota de los gobiernos. Como los recursos se desviaron hacia la guerra, fue necesario el apoyo del público para acciones como la conservación de la energía y el cultivo de huertos familiares para prevenir el riesgo de una escasez.

Los carteles de las potencias centrales (dirigidas por Alemania y Austria-Hungría) y de los aliados (guiados por Francia y la Gran Bretaña, a los cuales se unió Estados Unidos en 1917) fueron radicalmente diferentes. En Austria-Hungría y Alemania, los carteles de guerra siguieron la simplicidad del Plakatstil cultivada por Lucian Bernhard, donde la esencia de la comunicación se transmitió simplificando las imágenes en formas y motivos poderosos. Por su parte los carteles de guerra de Julius Klinger expresaban ideas complejas con símbolos pictográficos simples.⁷⁹

Cuando se hizo evidente que la guerra submarina era la única forma posible de que Alemania rompiera el bloque inglés, Hans Rudi Erdt creó carteles en donde celebró a los héroes submarinos.

⁷⁹ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 251.



Hans Rudi Erdt, cartel anunciando los submarinos alemanes, 1916. ¡Fuera los buques U!

138

Julius Klinger, cartel de la octava campaña para el empréstito de la guerra alemana, 1917. Las echas que atraviesan al dragón recuerdan a los ciudadanos que sus contribuciones han ayudado a herir al enemigo.





Alfred Leete, cartel de reclutamiento militar, 1915.

Con frecuencia se usaron como instrumentos de propaganda los carteles que mostraban la destrucción de símbolos enemigos o su bandera. Un ejemplo muy efectivo es el cartel del diseñador de Colonia, Otto Lehmann, representando a los trabajadores industriales y los granjeros sosteniendo sobre sus hombros a un soldado que está derribando una bandera inglesa.

El enfoque de los aliados en la propaganda fue más ilustrativo. Los carteles ingleses afirmaban la necesidad de proteger los valores tradicionales, el hogar y la familia. Tal vez el cartel inglés más efectivo de los años de la guerra es el del reclutamiento militar de 1915 de Alfred Leete (1882-1933) que muestra al popular lord Horatio Kitchener, secretario de guerra británico, apuntando directamente al observador. Esta imagen apareció por primera vez como la portada de la edición del 5 de septiembre de 1914 de la revista *London Opinion*.⁸⁰



James Montgomery Flagg, cartel de reclutamiento militar, 1917. Se imprimieron 5 millones de copias, lo que lo convierte en uno de los carteles más reproducidos en la historia.

James Montgomery Flagg (1877-1960), cuyo estilo de pintura bocetado era ampliamente conocido, elaboró de prisa cerca de 46 carteles de guerra durante el año y medio en que Estados Unidos estuvo involucrado en la primera guerra mundial, incluyendo su versión (1917) del cartel de Leete. La versión de Flagg mostraba el retrato muy conocido del Tío Sam, con el fin de atraer reclutas al ejército de los Estados Unidos. El cartel muestra al Tío Sam con el semblante serio, los labios apretados y el dedo índice apuntando también al observador. En grandes letras están las palabras: «Te necesito para el ejército de Estados Unidos». El cartel resultó tan eficaz en la inscripción de reclutas que se utilizó nuevamente en la Segunda Guerra Mundial.

El Tío Sam no fue un personaje ficticio, como muchos suponen, sino que comenzó su vida como una persona real. Según los historiadores, fue un comerciante en carnes llamado Samuel

⁸⁰ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 252.

Wilson, quien nació en 1766 y peleó en la Guerra de Independencia cuando aún era adolescente. Cuando estalló la Guerra de 1812, Sam Wilson, quien para entonces ya era un próspero hombre de negocios, fue nombrado inspector de los suministros de alimentos del ejército en el estado de Nueva York y el vecino estado de Nueva Jersey. Un día, cuando el gobernador de Nueva York, Daniel D. Tompkins, visitaba la planta de Wilson, observó que los barriles de carne que esperaban ser despachados llevaban impresas las marcas «EA-US» en grandes letras.

El gobernador preguntó: «¿Qué significan las iniciales?» Uno de los ayudantes de Wilson respondió que uno de los contratistas a quien Wilson enviaba carne era un tal Elbert Anderson, y en cuanto a «US», contestó que, por supuesto, quería decir que la carne iba destinada al ejército de Estados Unidos, y en tono de broma añadió: «O también significa Uncle Sam (Wilson)». Esa anécdota, que se repitió ampliamente, fue especialmente apreciada por los vecinos de Wilson, quienes lo estimaban mucho por su patriotismo, su rígido código de honor y su autosuficiencia. Para cuando la guerra había terminado, dos años después, Sam Wilson era conocido en todo el país como Tío Sam, el hombre que tipificaba al norteamericano promedio. Siglo y medio más tarde, Sam Wilson fue reconocido oficialmente por el gobierno de Estados Unidos como el prototipo del Tío Sam. En 1961, el Congreso aprobó una resolución que lo declaró «representante del símbolo nacional de Estados Unidos».⁸¹

En uno de los carteles más poderosos de la Primera Guerra Mundial, Joseph Pennell (1851-1926) representó la destrucción de la ciudad de Nueva York y de la Estatua de la Libertad por los aviones de los enemigos.



Joseph Pennell, cartel para la cuarta campaña de bonos de guerra, 1918.

⁸¹ «¿Quién es el Tío Sam?», www.comunidadboliviana.com.ar



Joseph C. Leyendecker, cartel invitando a la tercera campaña de bonos de guerra, 1917.

Joseph C. Leyendecker recibió un impulso a sus carteles populares cuando se le pidió honrar el papel de los *boy scouts* en la tercera campaña de bonos de guerra. Leyendecker combinó los símbolos patrióticos comunes: la Estatua de la Libertad vestida con la bandera, sosteniendo un escudo impresionante y la leyenda «esté preparado» en la espada que le ofrecía el niño explorador. Esta habilidad mantuvo a Leyendecker en una buena posición después de la guerra, como lo muestran sus 322 portadas para el *Saturday Evening Post* y un sinnúmero de ilustraciones publicitarias.

Honrar a los soldados y crear un culto alrededor de los líderes nacionales o figuras simbólicas, fueron dos importantes funciones del cartel; ridiculizar o desacreditar a los líderes de las fuerzas enemigas fue otro.

El principal diseñador del Plakatstil, Ludwig Hohlwein (1874-1949) de Munich, inició su carrera como ilustrador gráfico haciendo trabajos para la revista *Jugend* desde 1904. Durante la primera mitad del siglo evolucionó al reducir sus imágenes a formas planas. Sin embargo al contrario de los *Beggarstoffs* y su rival berlinés Bernhard, Hohlwein aplicó una rica variedad de textura y patrones decorativos a sus imágenes. Muchos de estos primeros carteles fueron realizados para los fabricantes de ropa y tiendas de venta al menudeo. En los carteles que diseñó durante la Primera Guerra Mundial comenzó a combinar formas sencillas más naturalistas. La obra de Hohlwein mantiene una posición media entre los carteles simbólicos de los diseñadores gráficos de las otras potencias centrales y los carteles pictóricos de los Aliados. Después de la Primera guerra Hohlwein recibió numerosos encargos para anunciar diversos productos.



Ludwig Hohlwein, cartel de ropa para hombres ya hecha, 1908. La forma orgánica/geométrica y las imágenes figurativas/abstractas, fascinaron a Hohlwein.

Años después, mientras que Hitler emitía discursos radiofónicos a la nación acerca de la «raza superior» y de la triunfante superioridad de los atletas y de la cultura alemana, los carteles de Hohlwein llevaban estas imágenes a lo largo y ancho de la nación, preparándola para la Segunda guerra Mundial. Las ideas de Hitler ganaron presencia visual a medida que las imágenes de Hohlwein reforzaban la propaganda nazi.

La obra de Hohlwein abarca las primeras cinco décadas del siglo xx, evolucionando con las cambiantes corrientes políticas y eventos sociales. Su reputación como diseñador gráfico quedó en entredicho por su colaboración con los nazis.

Después de la Primera Guerra Mundial, la maquinaria de la guerra se orientó hacia las necesidades de los tiempos de paz y una década de relativa prosperidad se inició para los países beligerantes. La fe en las máquinas y la tecnología estaba en su punto más alto.

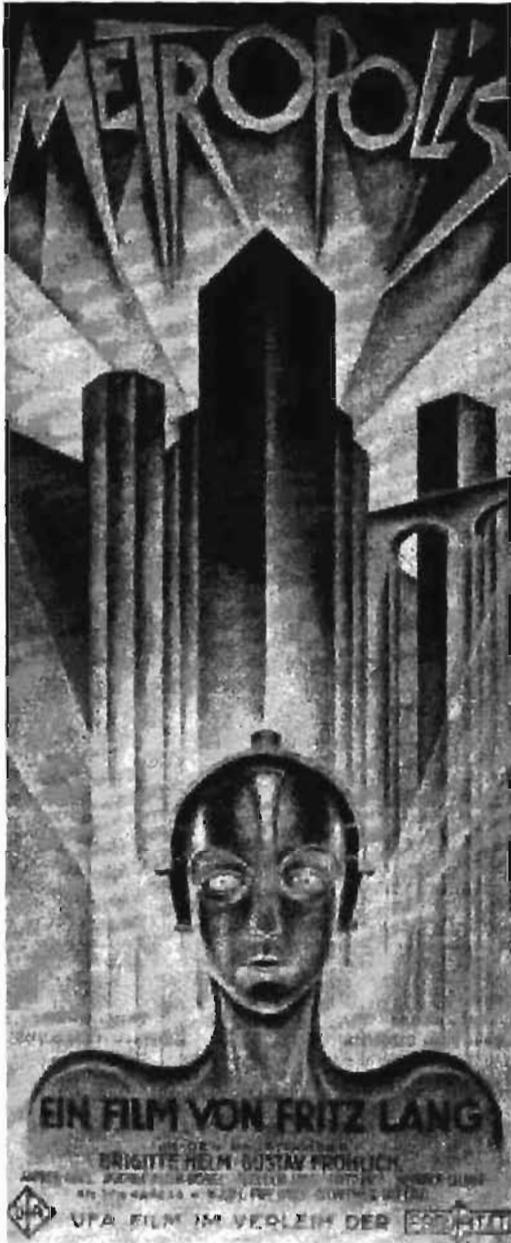
Entre las guerras mundiales, Alemania se volvió un importante centro cultural, por las ideas avanzadas en todas las artes que fluyeron a través de sus fronteras con otros países europeos. Las imágenes pictóricas geométricas inspiradas por el cubismo y el arte francés publicitario, junto con los rótulos, la tipografía y los movimientos de los constructivistas rusos y el De Stijl holandés, se combinaron con formas vigorosas en un enfoque nacional único. Los avances en la tecnología de impresión y los rigurosos institutos de entrenamiento del arte permitieron que los diseñadores gráficos alemanes lograran un alto nivel de excelencia. Schulz-Neudamm, diseñador encargado de la publicidad cinematográfica para la Universum-Film Aktiengesellschaft, se destaca entre muchos diseñadores alemanes durante este periodo. Su cartel para la película *Métropolis* de Fritz Lang es una excelente muestra.

En Inglaterra, Abram Games (1914-1996) desarrolló la filosofía del modernismo pictórico poscubista durante la Segunda Guerra Mundial y hasta bien entrada la segunda mitad del siglo xx. Comenzó su carrera en la víspera de la Segunda Guerra Mundial y se convirtió en el más importante diseñador británico al producir gráficas educativas, instructivas y de propaganda durante ésta. Las imágenes y formas comunes se organizaron en nuevas formas para hacer el mensaje más lúcido y memorable. El cartel de Games para el Servicio de Emergencia de Transfusión de sangre pregunta al observador: «Si él cayera herido, ¿está allí tu sangre para salvarlo?».

Las gráficas pictóricas modernistas en Europa se enfocaron a la integración total de la palabra y la imagen, lo que se convirtió en una de las tendencias más persistentes del diseño gráfico del siglo xx.



Ludwig Hohlwein, cartel para recolectar fondos, 1914. Este cartel muestra un símbolo gráfico -el de la cruz roja- y un símbolo pictórico -el soldado herido-, que al unirse dan un fuerte efecto visual.



Schulz-Neudamm, cartel cinematográfico de *Metropolis*, 1926. Este cartel art déco comunica un optimismo ilimitado por las máquinas y el progreso humano, pero a la vez oscuro donde en el futuro los robots reemplazan a la gente.

143

Abram Games, cartel para reclutar donadores de sangre, 1942.



El enfoque sintético que comenzó con el cartel de 1905 de Bernhard para los cerillos Priester, respondió posteriormente a las necesidades de comunicación de la Primera guerra Mundial, fundido con las innovaciones formales del cubismo y otros movimientos anteriores al arte moderno. Permaneció lo suficiente como para proporcionar soluciones gráficas a los problemas de comunicación durante la Segunda Guerra Mundial y más allá.⁸²

Durante la Segunda Guerra Mundial, la mayoría de los países europeos tuvieron que imitar o suspender los empeños educativos y culturales. Los trabajos de diseño se relacionaron a menudo con intereses militares.⁸³

Un grupo de pintores, ilustradores y diseñadores recibió encargos de parte de la Oficina de Información de guerra de Estados Unidos.

En 1941, a medida que la participación de los Estados Unidos en el conflicto global se volvía inevitable, el gobierno federal comenzó a desarrollar carteles de propaganda para promover la producción.

Charles Coiner se convirtió en asesor artístico del gobierno a medida que el ejército estadounidense comenzó a aumentar. Coiner pidió a Jean Carlu que creara uno de los mejores diseños de su carrera, el famoso cartel *America's answer! Production.*



Lucian Bernhard, cartel de cerillos *Priester*, 1905.



Jean Carlu, su famoso cartel *America's answer! Production.*

⁸² MEGGS, Philip B: o. cit., p. 260.

⁸³ MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o. cit., p. 133.

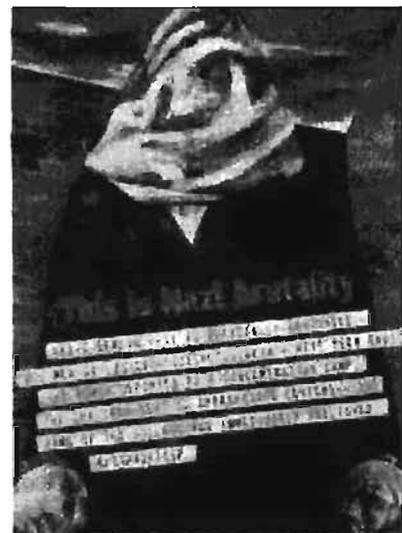
Los sentimientos apasionados en contra de Hitler, la ofensa de Pearl Harbor y la guerra desatada parecían extraer poderosos mensajes de los diseñadores gráficos, ilustradores y artistas a quienes la Oficina de Información de guerra comisionaba para crear carteles.⁸⁴

La propuesta de un cartel de Joseph Binder para la Army Air Corps de Estados Unidos transmite potentemente la esencia de ese cuerpo militar a través de recursos minimalistas; Binder elaboró una composición de grandes superficies diagonalmente acentuadas, con siluetas de aviones y una estrella sobre una gran ala.

El rebelde social Ben Shahn (1898-1969), cuyas pinturas reflejaban la injusticia política y económica durante la era de la Depresión, llegó a un público mayor con sus carteles al plasmar en ellos la brutalidad nazi.



Joseph Binder, propuesta de cartel para la **Army Air Corps** de Estados Unidos, 1941.



Ben Shahn, cartel para la Oficina de Información de guerra de Estados Unidos, 1943. Se transmite una severa crisis, usando palabras más directas e imaginación posibles.

⁸⁴ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 307.

El grafismo de posguerra. El diseño estadounidense de la segunda mitad del siglo XX es inimaginable sin el éxodo de los grandes talentos europeos iniciado a partir de finales de la década de los treinta. Personalidades como Max Ernst, Marcel Duchamp, Piet Mondrian, Walter Gropius, Mies van der Rohe, Marcel Breuer, Herbert Bayer y Laszlo Moholy-Nagy, contribuyeron decisivamente a la modernización del lenguaje visual en el diseño y la publicidad. Entre los diseñadores gráficos europeos que llegaron a Estados Unidos hay que incluir a Will Burtin (1908-1972), Jean Carlu, George Giusti (1908-1990), Herbert Matter y Ladislav Sutnar.

En 1946 Moholy-Nagy publicó *The New Vision*, y en 1947 apareció su segunda obra, *Vision in Motion*. En ella exponía nuevos métodos de diseño y de educación.

Josef Albers introdujo a los estudiantes estadounidenses en la teoría elemental del diseño y de los colores. Expuso su teoría de los colores en el libro *Interaction of Color*. Sus amplios conocimientos sobre los efectos físicos y psíquicos de los colores quedaron recogidos en lo que llegaría ser el estándar de la teoría del color.

Moholy-Nagy no fue el único diseñador europeo que experimentó dificultades al traer su obra creativa a través del Atlántico; tanto Carlu como Bayer encontraron difícil localizar clientes que comprendieran su trabajo durante los primeros meses en Estados Unidos.

Will Burtin, diseñador alemán, huyó de su país en 1938 después de que el régimen nazi lo obligó a trabajar para él. La portada «Design Decade» de *Architectural Forum* (1940) demuestra su habilidad para conjuntar la forma estructural y la información simbólica en un todo coherente. Las fechas, impresas en acetato, se combinan con las herramientas del arquitecto para significar el diseño durante la década anterior; las sombras se convierten en formas integrales en el diseño. El profundo interés de Burtin en la ciencia se refleja en sus diseños para la compañía farmacéutica Upjohn, donde interpreta temas tan complejos como la bacteriología.



Will Burtin. Portada de la primera edición de *Scope*, 1941.



Will Burtin, portada de *Architectural Forum*, 1940.

En 1943 Burtin dejó esa compañía para trabajar en manuales de entrenamiento del gobierno; posteriormente trabajó tres años como director artístico de la revista *Fortune*.

Una de las figuras más importantes en el desarrollo moderno estadounidense que inició en la década de 1930 fue un industrial de Chicago, Walter P. Paepcke (1896-1960), quien fundó la Container Corporation of America (CCA) en 1926. Paepcke fue el pionero en la fabricación de empaques de cartón y fibra corrugada. Las adquisiciones le permitieron a la CCA convertirse en la productora más grande de Estados Unidos en materiales de empaque. En 1936 Egbert Jacobson (1890-1966) fue seleccionado como primer director del nuevo departamento de diseño de la CCA. Jacobson tenía bastante experiencia como experto en el color y lo aplicó al sustituir los interiores monótonos de colores gris y café de los talleres y las fábricas por colores brillantes. Una marca comercial se aplicó en la papelería, cheques, facturas, señalización en vehículos y sellos. Fue un formato que usó tipos *sans-serif*.

Paepcke, conmovido por el empeño y la determinación de Moholy-Nagy, proporcionó el apoyo moral y económico que necesitaba el naciente Instituto de Diseño de Chicago fundado en 1939 por el artista húngaro.

En los primeros días de mayo de 1937, A. M. Cassandre fue comisionado para diseñar una serie de anuncios de la CCA que desafiaron las convenciones publicitarias estadounidenses. El encabezado y el cuerpo del texto tradicionales fueron remplazados por una imagen visual dominante que desarrollaba una declaración sencilla acerca de la compañía.

Alexey Brodovitch de *Harper's Bazaar* también le encargó el diseño de algunas portadas para la revista. Cuando Cassandre decidió regresar a París en 1939, la CCA preservó su punto de vista al encargar anuncios a otros artistas y diseñadores de estatura internacional, incluyendo a Herbert Bayer, Fernand Léger, Man Ray, Herbert Matter y Jean Carlu.⁸⁵

Los carteles que Herbert Bayer produjo durante y después de la guerra fueron sorprendentemente ilustrativos, comparados con su ardiente insistencia en el constructivismo durante su periodo en la Bauhaus de Dessau.

En 1949 Bayer realizó el cartel para la investigación de la polio en Estados Unidos. La fotografía y la tipografía del periodo Bauhaus de Bayer dieron paso a la ilustración y las letras dibujadas a mano, pero el compromiso con la comunicación funcional, la integración de palabras e imágenes y el balance minucioso permanecieron constantes.



A. M. Cassandre, portada de *Harper's Bazaar*, 1939.



Herbert Matter, anuncio de la CCA, 1943. En este conjunto de imágenes se sugiere un enfoque global, se muestran las cajas de cartón y la comida para las tropas en condiciones ambientales difíciles.

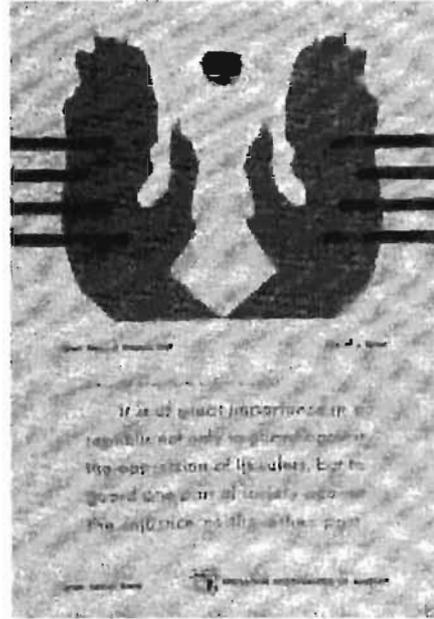
⁸⁵ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 307.



Herbert Bayer, cartel que apoya la investigación de la polio, 1949.

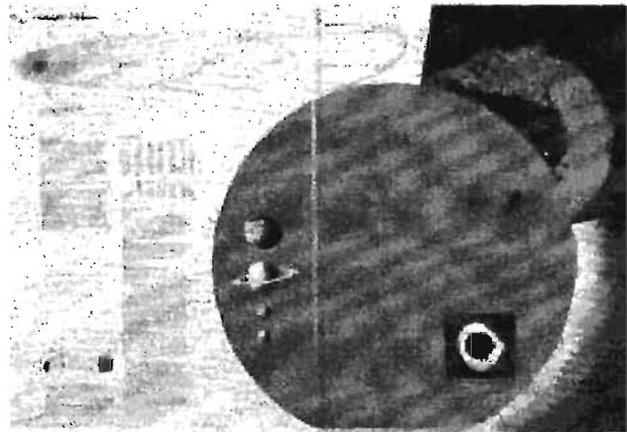
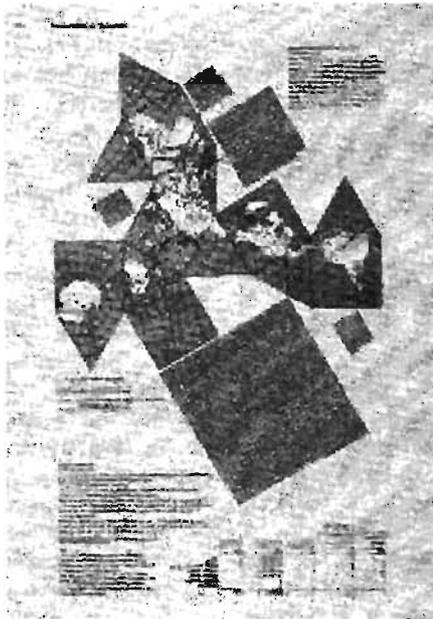


Herbert Bayer, anuncio Grandes ideas de la CCA, 1960. El collage representa la afluencia y la decadencia.



Herbet Bayer, anuncio Grandes ideas de la CCA, 1954. La protección contra la injusticia y opresión es transmitida por las manos que se protegen de las flechas, que penetran la página desde los extremos.

Uno de los logros más importantes en la presentación visual de la información fue la publicación del *Atlas geográfico mundial* de Container Corporation of America (CCA) en 1953. El diseñador y editor, Herbert Bayer, trabajó durante cinco años en el proyecto. El atlas de 368 páginas se llenó con 120 mapas del mundo a toda página, apoyados con 1 200 diagramas, gráficas, figuras, símbolos y otras comunicaciones gráficas acerca del planeta. Luego se distribuyó a clientes, proveedores, bibliotecas y museos. Bayer presentó la información detallada acerca de los estados y países. La sección final del atlas analiza la conservación de los recursos incluyendo el crecimiento de la población y el agotamiento de los recursos.



Herbert Bayer, página del Atlas geográfico mundial, 1953.

Herbert Bayer, página del Atlas geográfico mundial, 1953. Bayer compiló la información a partir de múltiples disciplinas científicas, incluyendo la geografía y las presentó a través de diagramas.

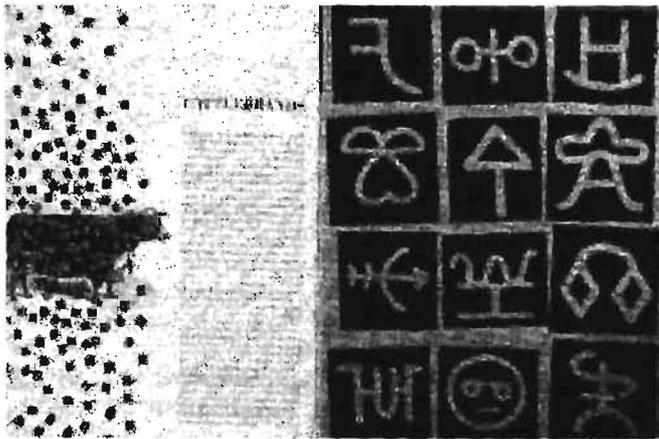
El inmigrante ruso-francés Alexei Brodovitch (1898-1971) fue invitado en 1934 por Carmen Snow editora de Harper's Bazaar, para hacerse cargo de la dirección artística de la revista, donde permaneció desde 1934 hasta 1958. Brodovitch, un ruso que había peleado en la caballería del zar durante la Primera Guerra Mundial, inmigró a París y se estableció como uno de los principales diseñadores contemporáneos antes de viajar a Estados Unidos en 1930. Con una pasión por el espacio en blanco, y un amor por el tipo exacto y anguloso sobre páginas nítidas y abiertas, reconsideró el punto de vista del diseño editorial. Buscó «un sentimiento musical» en el flujo del texto y las figuras. El medio rítmico del espacio abierto que balancea el texto fue reforzado por el arte y la fotografía, que encargó a los principales artistas europeos, entre ellos Henri Cartier-Bresson, A.M. Cassandre, Salvador Dalí y Man Ray. Además Brodovitch enseñó a los diseñadores a usar la fotografía. Todas sus imágenes recortadas, alargadas y yuxtapuestas, y su exquisita selección de hojas de contacto se elaboraron con un juicio intuitivo extraordinario. Él vio al contraste como una herramienta dominante en el diseño editorial y puso mucha atención a la página individual, a las páginas dobles y al movimiento gráfico por medio de las páginas editoriales de cada edición.⁸⁶

Durante los inicios de la década de 1950 Brodovitch diseñó la efímera revista de artes visuales *Portfolio*. El ritmo, el recortado de imágenes y el uso del color y la textura fueron extraordinarios. En la cúspide de su capacidad gráfica Brodovitch dio a esta publicación elegancia y flujo visual raramente igualados. El ritmo, el recortado de imágenes y el uso del color y la textura fueron extraordinarios. Las grandes imágenes, el espacio dinámico y las inserciones sobre papeles de colores o de textura rugosa, contrastan con el papel cuché blanco y sedoso.

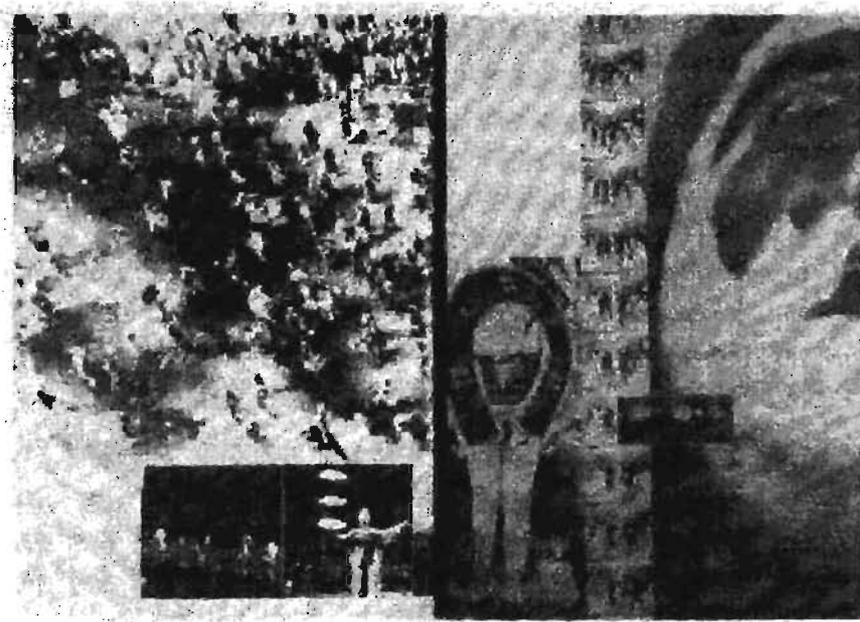


Alexei Brodovitch,
portada de *Portfolio*,
1951.

⁸⁶ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 303.



Alexei Brodovitch, páginas de *Portfolio*, 1951.



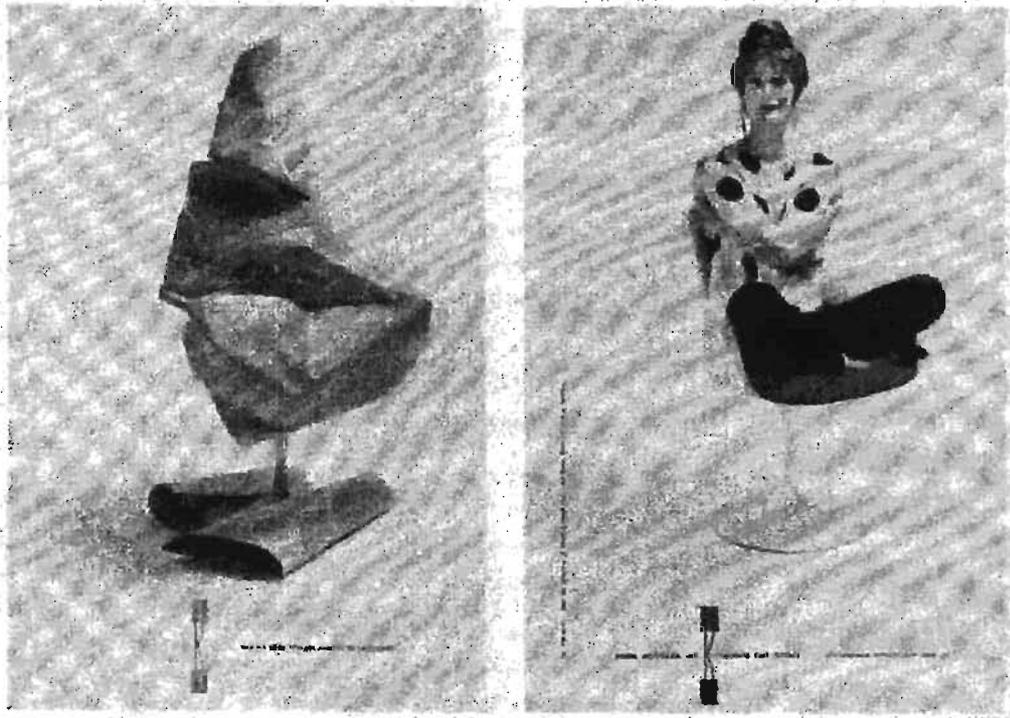
Alexei Brodovitch, páginas de *Portfolio*, 1951.
Páginas plegables del desfile de Mummer revelan recortes dinámicos y yuxtaposición de imágenes.

La experiencia táctil y de percepción de la lectura de una revista fue intensificada. Un ensayo fotográfico plegable de 138 cm. Del desfile Mummer, acentuado con columnas verticales formadas con franjas de película cinematográfica, es secuencial y cinético.

Así como la CCA puso las normas de la excelencia para la publicidad institucional en la época de la posguerra, Alexei Brodovitch permaneció como el modelo a seguir por las revistas. Desarrolló gran destreza y seguridad como diseñador editorial a lo largo de las décadas de 1940-1950.

El diseñador y fotógrafo suizo Herbert Matter (1907-1984), mientras estudiaba pintura en París bajo la dirección de Fernand Léger, Matter se interesó en la fotografía y el diseño. A principios de 1930 trabajó con la fundición de tipos Deberny y Peignot como fotógrafo y diseñador tipográfico; también ayudó a Cassandre en el diseño de carteles. A los 25 años regresó a Suiza y comenzó a diseñar carteles para el Ministerio Nacional de Turismo. Comprendió perfectamente los nuevos enfoques y técnicas visuales del movimiento moderno, tales como el *collage* y el montaje. Al igual que Laszlo Moholy-Nagy, aplicó este conocimiento a la fotografía y al diseño gráfico. En sus carteles de 1930 usó el montaje, los cambios dinámicos de escala y una integración efectiva de la tipografía y la ilustración. Matter fue el pionero de los contrastes extremos de la escala y de la integración de la fotografía en blanco y negro, de los pequeños anuncios y de las áreas de color.⁸⁷ Además de sus comisiones de diseño por encargo para la CCA, Herbert Matter recibió asignaciones fotográficas para las revistas *Vogue*, *Fortune* y *Harper's Bazaar*. En 1946 comenzó un periodo de 20 años como asesor de diseño gráfico y fotografía para la firma de diseño de mobiliario y manufactura Knoll Associates. Sobresalen sus composiciones dinámicas de los anuncios para sillas moldeadas de plástico de Eero Saarinen.

⁸⁷ MEGGS, Philip B: o. cit., pp. 298-299.



Herbert Matter, portada de folletos para la introducción de una silla **Knoll**, 1956.

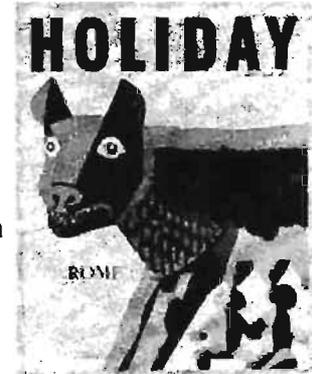
Durante los años de 1950, después de un cuarto de siglo de integración de elementos gráficos y fotográficos Matter volvió a soluciones puramente fotográficas.

De ascendencia italiana y padres suizos, George Giusti trabajó en Italia y Suiza antes de llegar a la ciudad de Nueva York en 1938 y abrir una oficina de diseño. Poseía una gran habilidad para reducir las formas y las imágenes a sus mínimos elementos. Desde inicios de los años de 1940 hasta bien entrados los de 1960, Giusti recibió frecuentes encargos de imágenes iconográficas para campañas publicitarias y diseños de portadas de las revistas *Holiday* y *Fortune*.

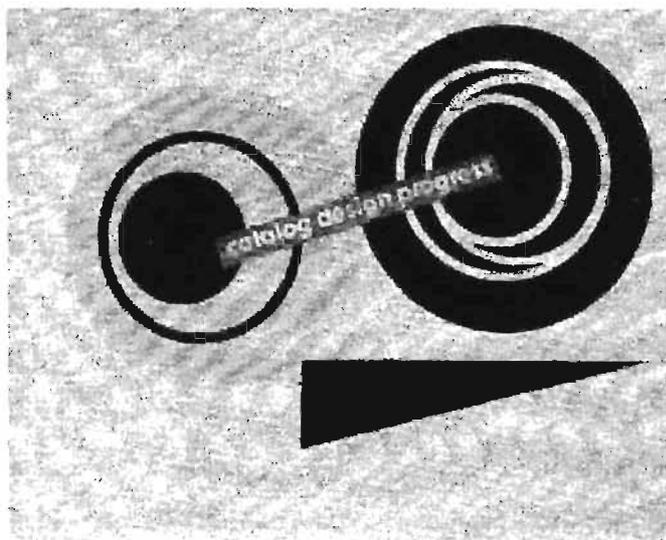
En Checoslovaquia, Ladislav Sutnar (1897-1976) se convirtió en el principal partidario y prácticamente del diseño funcional. Abogó por el ideal constructivista y por la aplicación de los principios de diseño para cada aspecto de la vida contemporánea.

Ladislav Sutnar llegó a Nueva York como director de diseño del pabellón checoslovaco en la Feria Mundial de Nueva York en 1939, el año en que Hitler amenazó con destruir Praga por medio de un ataque aéreo si no le entregaban más territorio. Sutnar permaneció en Nueva York y se convirtió en una fuerza vital en la evolución del diseño moderno en Estados Unidos. Una asociación cercana con el *Sweet's Catalog* le permitió dejar una marca indeleble en el diseño de la información de productos industriales.

Desde 1906 Sweet había realizado un compendio de información de productos arquitectónicos e industriales. Trabajando estrechamente con el director de investigación de Sweet, Knut Lönberg-Holm, en dos libros muy importantes, *Catálogo de diseño* y *Progreso del catálogo de diseño*, documentaron y explicaron su enfoque a una generación de diseñadores, escritores y clientes. El diseño informativo fue definido como una síntesis de la función, del flujo y de la forma, en donde existía una necesidad utilitaria de facilitar la información, leer, comprender y recordar. Sutnar creía que la función básica debería ser la «unidad visual», es decir, la doble página extendida, en vez de la página simple.

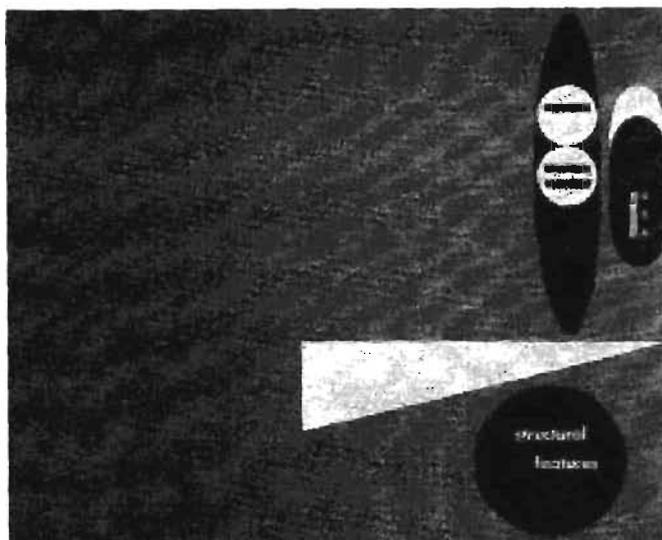


George Giusti, portada de *Holiday*, 1960.



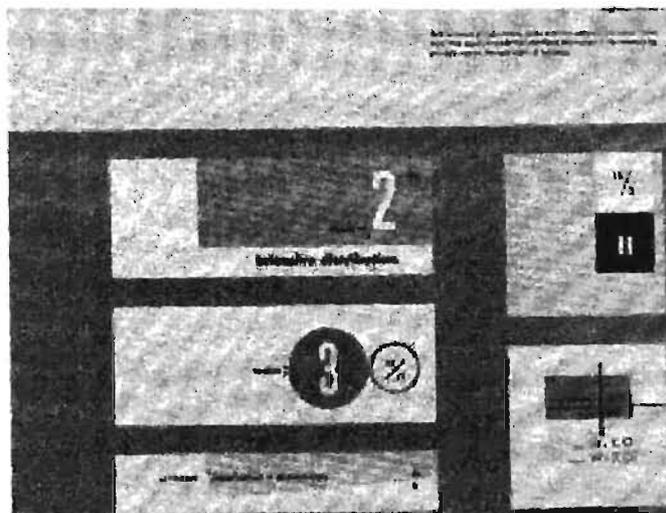
Ladislav Sutnar, portada del Progreso del catálogo de diseño, 1950.

Ladislav Sutnar, página divisora de una sección del Progreso del catálogo de diseño, 1950. Las formas geométricas hacen referencia a la parte uno, sección dos, tópicos cuatro, cinco y seis: características estructurales.



Sutnar empleó la forma, la línea y el color como elementos funcionales para dirigir la vista a medida que se movía a través del diseño buscando la información.

A medida que Sutnar se aproximaba a los problemas de la forma, las composiciones estáticas y uniformes de la información del catálogo cedieron ante modelos de información dinámica y a una organización clara y racional. La tipografía simétrica fue descartada porque carecía de una relación con el flujo funcional de la información. La articulación visual del tipo, el subrayado, los contrastes de tamaño y peso, el espaciado, y el color, se empleaban para ayudar a la búsqueda, la exploración y la lectura. La unidad óptica se consiguió mediante el uso sistemático de líneas, formas, colores y tipos.



Ladislav Sutnar, página del Progreso del catálogo de diseño, 1950. Sutnar, se aproximó a los problemas de la forma, lo cual se demuestra en sus composiciones en esta página para un catálogo de tubos de electrones.



Carlo L. Vivarelli, portada de *New Graphic Design* 2, 1959.

En Europa, y gracias a que Suiza no tuvo contacto con los países que participaron en la Segunda Guerra Mundial, los diseñadores de ese país pudieron proseguir su labor. El diseño suizo tenía como principales características el uso frecuente de la fotografía de objetos y el tipo de letra sans serif Akzidenz-Grotesk, el empleo del color en relación con el tema, la ausencia de ornamentación, el texto de contenido objetivo y la composición rigurosa basada en tramas.

Después de la guerra, el sistema basado en tramas siguió utilizándose en Europa por diseñadores gráficos como Bill, Neubeurg, Lohse, Vivarelli y Müller-Brockmann en folletos, libros y exposiciones.

La revista internacional *Neue Grafik*, fundada en 1958 por Lohse, Müller-Brockmann y Vivarelli informaba a los diseñadores sobre los objetivos y realizaciones de la «escuela suiza». En sus páginas se presentaban comentarios sobre temas relacionados con el diseño gráfico y también acerca de los fundamentos intelectuales y artísticos del diseño de ese momento.

Richard P. Lohse, pintor y diseñador que incursionó en el terreno de la publicidad, trabajó conforme a principios rigurosamente constructivos, integrando en sus trabajos con máximo acierto la tipografía en la composición.⁸⁸

El diseñador suizo Max Huber (1919-?), tras experimentar con el fotomontaje en la Escuela de Artes y Oficios de Zurich, colaboró con Max Bill en proyectos de diseño de exposiciones. En su cartel para el gran premio de Monza (1948) aprovechó la transparencia de las tintas de impresión y su experiencia en la perspectiva fotográfica para crear una compleja composición visual.

Emil Ruder (1914-1970) diseñador suizo y maestro de tipografía, después de un temprano entrenamiento como compositor

⁸⁸ MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o. cit., pp. 134-135.

en Zurich (1929-1933) continuó sus estudios en París (1938-1939) en la escuela Kunstgewerbe, Zurich (1941-1942). Enseñó en la Allgemeine Gewerbeschule y fue director del museo Kunstgewerbe, en Basilea (1965-1970). Su trabajo y escritos fueron una influencia sobresaliente en el diseño Suizo, contribuyendo sustancialmente a la racionalización sistemática del estilo tipográfico internacional. Usando la retícula para unificar elementos tipográficos dispares, postuló que la legibilidad tipográfica clara era esencial para una comunicación visual efectiva. Esta filosofía fue tratada más a fondo en *Tipography* su principal manual de diseño. Seguidor de formas tipográficas san serif, demostró inicialmente el potencial de diseño de Univers en un importante artículo en el periódico profesional llamado *Tipografía Mensual*, en 1961.⁸⁹

Josef Müller-Brockmann exploró desde 1951 nuevos enfoques en sus carteles para la Tonhalle-Gesellschaft de Zurich. En ellos reafirmaba elementos musicales como el ritmo, el timbre y la métrica mediante formas geométricas. Como profesor de la Escuela de Artes y Oficios de Zurich elaboró un método de aprendizaje que permitía al estudiante desarrollar sus intuiciones en lo tocante a la tipografía, la forma, el color y la construcción. En 1961 apareció su libro *Gestaltungsprobleme des Grafikers* (Problemas del diseñador gráfico), donde analizaba los elementos de diseño gráfico y proponía métodos de enseñanza.

⁸⁹ LIVINGSTON, Isabella: *The thames and hudson dictionary of graphic design and designers.*

Desde la fundación en 1917 de la American Association of Advertising Agencies, el trabajo de las agencias no dejó de expandirse en E.U. Se estudiaba científicamente el mercado, se analizaba la conducta de los consumidores, se probaban los efectos de la forma y el color de los productos. Se perfeccionaron los estudios de mercado, la psicología de la publicidad, el *marketing* (mercadotecnia) la investigación de medios publicitarios y los controles sobre el éxito de la publicidad. Después de la Segunda Guerra Mundial, Europa adoptó la ciencia publicitaria americana y sus métodos.⁹⁰

⁹⁰ MÜLLER-BROCKMANN, Josef: o.cit., p. 118.

Capítulo 2

La tipografía del siglo XX antes de la era digital y sus creadores

● 2.1 A. M. Cassandre

Nombre: A. M. Cassandre, seudónimo de Adolphe Jean-Marie Mouron (1901-1968).

País de origen: Ucrania.



Aportación tipográfica. Su carrera como diseñador gráfico la inició a la edad de 22 años en París a donde de había trasladado al cumplir 14 años, elaborando carteles para la imprenta Itachard.⁹¹ En sus diseños extraía el lenguaje de las imágenes pictóricas y de las formas tipográficas, y posteriormente lo pasaba por el cedazo de planteamientos inspirados en los artistas del Movimiento Moderno, cubistas, constructivistas y otros. Ese sistema de trabajo dio como fruto su primer diseño tipográfico, el semiabstracto y altamente estilizado Bifur, lanzado en 1929 por la fundición Deberny & Peignot. Cassandre explicaba que Bifur “era un tipo diseñado para la publicidad... para una palabra, una sola palabra, un cartel-palabra”. Según Cassandre, el diseño de Bifur era un intento de vuelta a la característica esencial de las letras individuales.⁹²

Otra de sus tipografías fue el tipo Peignot, diseñado en 1937, según el Browser. En Peignot todas las letras minúsculas son pequeñas mayúsculas, excepto las letras b, d y f.

Durante los últimos años de la década de 1930, Cassandre trabajó en Estados Unidos para clientes como Harper's Bazaar, Container Corporation of America y la agencia de publicidad N.W. Ayer. Después de regresar a París en 1939, empezó a pintar y a diseñar para el ballet y el teatro, haciendo un lado el diseño durante las siguientes décadas.⁹³

Tipografías diseñadas:

Bifur (1929)

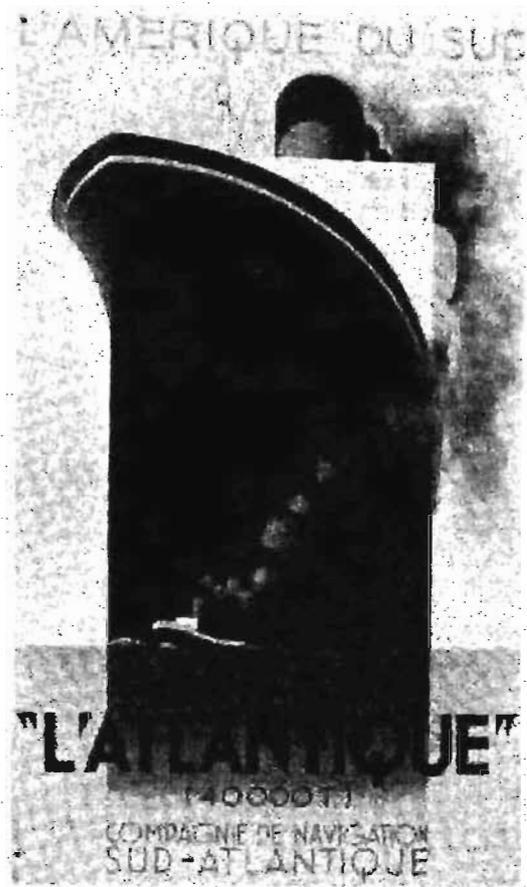
Acier Noir (1936)

Peignot (1937)

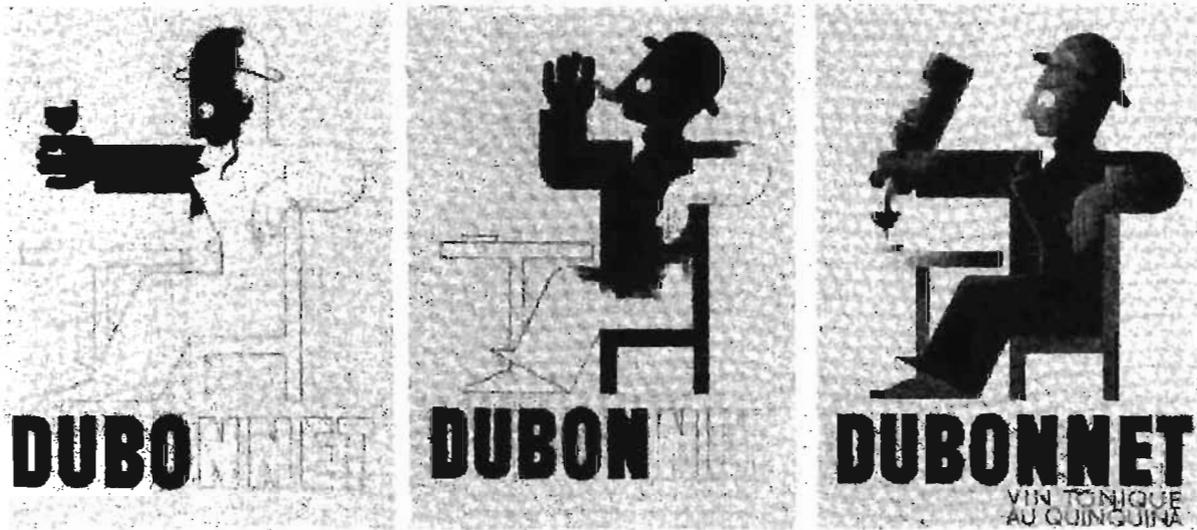
⁹¹ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 257.

⁹² BLACKWELL, Lewis: o. cit., pp. 98-112.

⁹³ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 259.



Cartel del trasatlántico *L'Atlantique*, 1931.



Cartel de Dubonnet, 1932.

DUBO (duda), el hombre mira su vaso inciertamente; **DUBON** (de algo bueno) prueba la bebida y **DUBONNET**: el producto se identifica a medida que la bebida se vuelve a llenar.

WITCH
DENAR

PEIGNOT DEMI

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

PEIGNOT Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

RAINES
SOUVE

En la composición se muestran las diferentes tipografías de Cassandre, en la parte superior está el tipo *Bifur* (1929), en medio aparece el tipo *Peignot* (1937) y en la parte inferior izquierda esta el tipo de letra *Acier Noir* (1936).

2.1 Morris Fuller Benton

Nombre: Morris Fuller Benton (1872-1948).

País de origen: Estados Unidos.



Aportación tipográfica. A la temprana edad de 11 años hacía pequeños trabajos de impresión como boletos de entrada, folletos y recibos para sus vecinos en una pequeña imprenta que montó en casa de sus padres. Se graduó en 1896 como ingeniero y unos pocos meses más tarde se incorporó a American Type Founders como ayudante de su padre Linn Boyd Benton, viéndose inmerso en el dibujo y diseño de tipos y aplicando su conocimiento mecánico en el campo de la maquinaria para artes gráficas. Su padre era famoso en esa época por su invento de una máquina para la elaboración automática de punzones, que le valió pasar a ser el director técnico de American Type Founders.

En el año de 1900, Morris Fuller Benton pasó a ser diseñador jefe de ATF, donde ejerció hasta su retiro en 1937 a la edad de 65 años.⁹⁴ De 1901 a 1935 diseñó aproximadamente 225 tipos, incluyendo 9 miembros más de la familia Goudy y más de dos docenas de miembros de la familia Cheltenham, la cual comenzó como un tipo de letra diseñado por el arquitecto Bertram Goodhue. Sin duda, las enseñanzas de su padre, quien había sido comisionado por Theodore Low de Vinne, para diseñar los altamente legibles tipos Century en 1894, fueron una influencia decisiva en el posterior desarrollo de los tipos Century Schoolbook entre 1918 y 1921.⁹⁵

La vida profesional de Benton se caracterizó por combinar la creatividad tipográfica con la precisión del ingeniero. Quizá una de sus creaciones más recordada sea el tipo Franklin Gothic, creado en 1904, y que fue una versión del tipo egipcio que hiciera popular Vincent Figgins hacia 1815.⁹⁶

⁹⁴ «Grandes maestros de la tipografía: Morris Fuller Benton», www.unostiposduros.antaviana.com

⁹⁵ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 178.

⁹⁶ «Grandes maestros de la tipografía: Morris Fuller Benton», www.unostiposduros.antaviana.com

Tipografías diseñadas:

Franklin Gothic (1905)
Alternate Gothic (1906)
Clearface (1907)
News Gothic (1908)
Cloister Bold (1913)
Souvenir (1914)
Century Schoolbook (1918-1921)
Stymie Medium (1931)

Franklin Gothic Book Heavy

Franklin Gothic Book Medium

Franklin Gothic Book Medium Condensed

Franklin Gothic Book

Franklin Gothic Extra Condensed

Franklin Gothic Condensed

Franklin Gothic

Franklin Gothic Condensed

Franklin Gothic Extra Condensed

0123456789+++

El tipo original de Morris Fuller Benton, Franklin Gothic de 1905, fue revisado por Vic Caruso en 1979 para American Type Founders. Las versiones condensadas fueron agregadas en 1991 por David Berlow, y el conjunto completo aparece aquí según las versiones digitales de ITC (International Typeface Corporation).

Clearface
Clearface
Clearface

Clearface Italic

Clearface Bold

Clearface Bold Italic

171

A partir del diseño original de Morris Fuller Benton para los tipos Clearface (1907), Vic Caruso se encargó de producir en 1978 un conjunto de cuatro pesos diferentes, con sus correspondientes itálicas, según se ve en estas versiones digitales, de la colección Adobe.

News Gothic Bold

News Gothic

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Diseñado en 1902 para American Type Founders (ATF), Franklin Gothic fue bautizado así por Morris Fuller Benton en honor de Benjamín Franklin. En 1908 Fuller Benton diseñó News Gothic como una extensión de Franklin Gothic. Sin embargo, estos diseños sans serif norteamericanos declinaron debido al empuje de los diseños europeos (Gil Sans, Futura, Kabel...). Fue hasta fines de la década de 1940 que finalmente alcanzaron éxito comercial (la compañía Intertype lanzó la versión Bold de News Gothic en 1955). En sus versiones más pesadas, así como en las comprimidas, Franklin Gothic se convertiría en un verdadero clásico para encabezados de periódico y publicidad. Las versiones digitales de Franklin Gothic N° 2 y Franklin Gothic Extra condensada que vemos aquí, procedentes de la colección Adobe, son las más aproximadas al diseño original de Morris Fuller Benton.

AaBbCcDdEeFfGgHh

Cloister Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIj

Cloister Regular Italica

ABCDEFGHIJ

KLMNOPQRS

TUVWXYZ a

bcdefghijklmnop

qrstuvwxyz 0123

Tipo Cloister (1913), tipografia digital de
www.myfonts.com

173

AaBbCcDdEeFfGgH

Cloister Bold

S

Souvenir

Souvenir Italic

Souvenir Bold

Souvenir ***Souvenir Bold Italic***

Souvenir Medium

Souvenir Medium Italic

Souvenir Bold Italic

Tipo Souvenir (1914), muestra tomada de
Adobe Type Manager.

2.3 Roger Excoffon



Nombre: Roger Excoffon (1910-1983).

País de origen: Francia.

Aportación tipográfica. La obra de este diseñador francés, con su trabajo para la pequeña fundición Olive, es una demostración de su interés por la letra. En los diseños de Excoffon de la década de 1950 —Banco, Choc, Mistral y Diane— encontramos una amplia cobertura de la forma caligráfica, que abarca desde los rasgos gruesos como trazados con pincel de Banco y Choc, hasta los más ligeros y modulados de Diane. Pero tal vez el más interesante de éstos sea el Mistral, un intento serio de producir un tipo caligráfico en el que los caracteres de caja se conectaran entre sí, como si de escritura manual se tratara, conservando las irregularidades caligráficas sin perder por ello legibilidad. Este tipo tuvo que ser grabado con punzones para la composición de metal fundido. Lo que más llamó la atención del tipo Mistral es que Excoffon logró cumplir todos esos requerimientos con un tipo que no tenía una línea de base clara: las letras se apoyan en diferentes puntos de la línea base, según el capricho de la propia escritura manual.

Los diseños de Excoffon, se vieron poco fuera de Francia, aunque en este país alcanzaron una gran popularidad y sigan contribuyendo hoy al carácter gráfico de la comunicación comercial francesa. Su tipo más severo, el Antique Olive, un sans serif lanzado en los primeros años sesenta, tuvo como antecedente el rótulo —de línea gruesa, aunque elegante— que diseñó a finales de los cincuenta para el logotipo de Air France, y cuyo diseño básico sigue formando parte de la imagen corporativa de la compañía aérea.⁹⁷

⁹⁷ BLACKWELL, Lewis: o. cit., p. 138.

Tipografías diseñadas:

Mistral (1953)

Antique Olive (1962-1966)⁹⁸

Choc (19??)

Diane (19??)

Antique Olive Roman

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Antique Olive

Antique Olive Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Antique Olive Black Condensed

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

En Francia, el término "antique" se usa para denominar genéricamente a los tipos sans serif. Diseñado entre 1962-1966 para rivalizar con los entonces novedosos tipos Univers y Helvetica, Antique Olive posee, en cambio, un aspecto mucho menos mecánico. La altura "X" es muy amplia, a costa de las ascendentes y descendentes. Estas muestras digitales de Antique Olive proceden de la colección Adobe.

⁹⁸PERFECT, Christopher: o.cit, p. 32.

2.4 Adrian Frutiger

Nombre: Adrian Frutiger (1928-).

País de origen: Suiza.



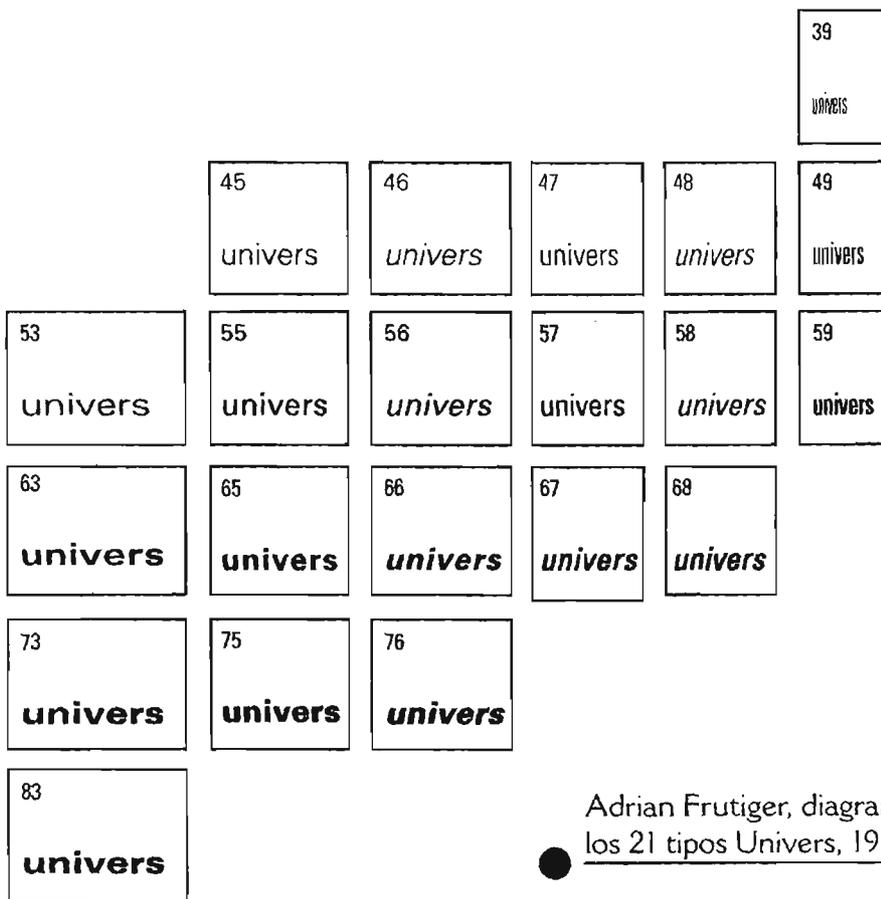
Aportación tipográfica. Adrian Frutiger se desempeñó como aprendiz en la imprenta de Otto Schaeffli al mismo tiempo que estudiaba con la Escuela de Artes y Oficios de Zurich. En 1951 realizó un estudio sobre la escritura occidental que mereció un premio del Ministerio del Interior. Al llegar su trabajo a oídos de Charles Peignot, presidente de la fundición francesa Deberny & Peignot, este le ofreció ese mismo año un puesto en la empresa, iniciándose una colaboración que duraría casi una década. Entre otras tareas, Frutiger supervisó la adaptación de las versiones de Deberny & Peignot de varios tipos clásicos (Garamond, Baskerville, Bodoni) para el sistema de fotocomposición Lumitype (conocido como "Photon" en Estados Unidos) y en el año 1955 diseñó el tipo Meridien para este sistema. Al abandonar Deberny & Peignot en 1960, Frutiger abrió su propio estudio cerca de París (este estudio todavía existe y está ocupado por su socio, Bruno Pfäffli).

El mayor logro de Frutiger fue la creación del tipo *Univers*. Este tipo fue introducido en 1957 para fotocomposición y composición en metal. Frutiger creó un ingenioso sistema de numeración para diferenciar los 21 pesos, lo que significó un hito para la denominación y catalogación de tipos.⁹⁹ La nomenclatura convencional fue reemplazada por números. La familia varía desde Univers 39 (condensada ligera/ extra) hasta Univers 83 (expandida/ extra negrita), pasando por las variaciones de este y proporciones que Frutiger consideró pertinentes. Debido a que los 21 tipos tienen la misma altura "x" y la misma longitud de ascendentes y descendentes, forman un todo uniforme que pueden emplearse en completa armonía, como puede comprobarse en el siguiente diagrama:¹⁰⁰

⁹⁹ «Grandes maestros de la tipografía: Adrian Frutiger», www.unostiposduros.antaviana.com.

¹⁰⁰ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 325.

Frutiger volvió a Suiza en 1994 y estableció su estudio en Bremgarten (Berna), desde donde rediseñó la imagen corporativa del correo suizo y la señalética del aeropuerto Charles de Gaulle (para el que creó el tipo Frutiger). Tanto en estos como en otros trabajos para las compañías francesas de gas y de electricidad, Frutiger se reveló como un gran creador de signos. El 6 de mayo de 1997, dentro del evento Typomedia 97, Frutiger presentó su nuevo proyecto de la familia Linotype Univers con 59 pesos diferentes.



Adrian Frutiger, diagrama esquemático de los 21 tipos Univers, 1954.

Univers-*Univers* | altura X

Tipografías diseñadas:

Univers (1950-1957)
President (1953)
Phoebus (1953)
Ondine (1954)
Méridien (1955)
Egyptienne F (1956)
Apollo (1964)
Serifa (1967)
OCR-B (1968)
Frutiger (1968-1976)
Glypha (1977)
Versailles (1984)
Linotype Centennial (1986)
Avenir (1988)
Herculanum (1990)
Vectora (1991)
Linotype Didot (1992)
Pompeijana (1992)
Rusticana (1992)

Méridien Bold	Frutiger 45	Avenir Black
<i>Méridien Bold Italic</i>	Frutiger 47	Avenir Book
<i>Méridien Italic</i>	Frutiger 55	<i>Avenir Book Oblique</i>
Méridien Medium	Frutiger 57	Avenir Heavy
	Frutiger 57	Avenir Light
<i>Méridien Medium Italic</i>	Frutiger 87	Avenir Medium
Méridien Roman	Frutiger 87	<i>Avenir Oblique</i>
	Frutiger 95	Avenir Roman

Frutiger 95

Algunas tipografías de Adrian Frutiger: Meridien (1955), Frutiger (1976) y Avenir (1988). Muestra tomada de Adobe Type Manager.

2.5 Eric Gill



Nombre: Eric Gill (1882-1940).

País de origen: Inglaterra.

Aportación tipográfica. Gill estudió en la escuela de arte de Chichester y a la edad de 17 años se emplea como aprendiz de W.H. Caroë, arquitecto de la Comisión Eclesiástica en Westminster. En la Escuela Central de Artes y Oficios asiste a clases de caligrafía impartidas por Edward Johnston y en un corto período de tiempo se convierte en un reputado artesano.¹⁰¹

Sus actividades abarcaron el grabado de inscripciones para monumentos, la escultura, el grabado en madera, el diseño de tipos, la rotulación, el diseño gráfico y la caligrafía.¹⁰² Gill llegó a ser conocido por sus trabajos escultóricos para la sede de la BBC en Portland Place y para la catedral de Westminster.

Eric Gill comenzó a diseñar tipos de imprenta solamente después de una gran labor de persuasión ejercida sobre él por

Perpetua

Perpetua Bold

Perpetua Bold Italic

Perpetua Italic

0123456789*

Stanley Morison (1889-1967) de la Monotype Corporation alrededor de 1925, año en que inicia el reto de diseñar un tipo que posteriormente se llamaría Perpetua, caracterizado por su ojo antiguo romano inspirado en las inscripciones de la columna de Trajano, pero sutilmente rediseñado para satisfacer las necesidades del vaciado de tipos y la impresión. Charles Malin, un

¹⁰¹ «Grandes maestros de la tipografía: Eric Gill», www.unostiposduros.antaviana.com

¹⁰² MEGGS, Philip B: o. cit., p. 290.

grabador que Stanley Morison introdujo en el proyecto, fue el que resolvió los problemas que se presentaban para la producción mecánica. Perpetua, después de algunos ajustes en su diseño, fue publicada por Monotype en 1929.

Aunque durante su vida activa diseñó otros tipos, los más conocidos son Gill Sans y Perpetua. El primero de ellos es uno de los tipos sans serif más destacados del siglo XX, y fue publicado por Monotype en Inglaterra para composición mecánica en 1929.

Gill Sans está inspirado en las letras rotuladas que Edward Johnston diseñó para los señalamientos del metro de Londres en 1916. La serie de Gill Sans eventualmente llegaría a incluir catorce variantes; su expresiva apariencia se debe a que sus proporciones provienen de la tradición humanística.

En una carta escrita pocos meses antes de su muerte, ocurrida en 1940 Gill decía: “No pienso que haya mucho que escoger entre la Gill Sans y la Johnston Sans, pero sí creo que podría decirse que las alteraciones que hice constituyen una mejora desde el punto de vista de los métodos de producción modernos”. Esta afirmación posiblemente tenga relación con el hecho de que la Johnston Sans fuera originalmente diseñada para señalización, y posteriormente producida como tipografía, en tanto que la Gill Sans se diseñó para la Monotype Corporation y por eso se desarrolló como tipografía desde el principio.

C	B	H	A
D	E	T	M
G	F	K	N
Q	L	U	X
O	I	V	
	P	W	
	R		
	S		

Comparación de los anchos de las mayúsculas de la Gill Sans. Algunas de las características del tipo se visualizan en el anillo relativamente bajo de la B; la suave curva en la unión de la R, que sugiere un movimiento “caligráfico” y el remate extendido de la cola en la Q.

Otra aportación fue su tipo Golden Cockerel creado en 1931 para el libro *The Four Gospels* (*Los cuatro Evangelios*), una pieza maestra de la imprenta donde se conjunta lo antiguo con lo nuevo. Durante el mismo año publica su *Essay on Typography* (*Ensayo sobre tipografía*) usando su propio tipo Joanna (nombrado así en honor de su hija). En este libro Gill compuso el texto alineado a la izquierda, convencido de que poseía mayor legibilidad y presentaba menos problemas de diseño que el uso de un bloque justificado.



Eric Gill, página de *The Four Gospels*, 1931. Las letras mayúsculas en las líneas de apertura, los márgenes derechos no justificados y las letras mayúsculas iniciales son integradas con ilustraciones y forjadas en un todo unificado.

paper making are necessarily separate trades. But the hand press printer should make his own ink, as the painter should make his own paints. Ink is not a raw material. Oils and pigments are the raw material of ink; patience in grinding is the only virtue required in the craftsman. Of patience there is this to be said. To be patient is to suffer. By their fruits men know one another, but by their sufferings they are what they are. And suffering is not merely the endurance of physical or mental anguish, but of joy also. A rabbit caught in a trap may be supposed to suffer physical anguish; but it suffers nothing else. The man crucified may be supposed to suffer physical & mental anguish, but he suffers also intense happiness and joy. The industrialist workman is often simply as a rabbit in a trap; the artist is often as a man nailed to a cross. In patience souls are possessed. No lower view of the matter will suffice.

¶ But the question of colour must be considered. Even black can be made in a variety of tints, & the use of red and blue and other colours is not a quite simple matter. Traditional uses are safe guides, but fancy intelligently curbed has also its legitimate places. Here again the question is vastly more complicated for those who by inclination or necessity

Eric Gill, página sobre tipografía, 1931. Gill habló acerca del industrialismo, el humanismo, las formas de letra y la legibilidad, al mismo tiempo que demostraba su creencia en la tipografía sin justificar.

Desde finales de 1928 hasta su muerte el 17 de noviembre de 1940, Gill trabajó en la imprenta que fundó con su yerno René Hagne, Hagne and Gill, usando una prensa manual, papel hecho a mano y los tipos que él diseñó exclusivamente para la prensa. En el campo de la tipografía se le recuerda por su combinación entre la disciplina del grabador y la finura de trazo que provenía de su formación caligráfica.¹⁰³

Tipografías diseñadas:

- Gill Sans series 231 (1928)
- Perpetua (1929)
- Solus (1929)
- Golden Cockerel Roman (1930)
- Hague & Gill Joanna (1930)
- Bunyan (1934)

¹⁰³ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 291.

Gill Sans Regular

Gill Sans Light

Gill Sans Light Italic

Gill Sans Italic

Gill Sans Bold

Gill Sans Bold Italic

Gill Sans Extra Bold

Gill Sans Ultra Bold

Gill Sans Ultra Bold Condensed

Gill Sans (1928), uno de los tipos más conocidos de Eric Gill, aparece aquí en ocho de sus variantes según las versiones digitales de la colección Adobe.

2.6 Frederic W. Goudy

Nombre: Frederic W. Goudy (1865-1947).

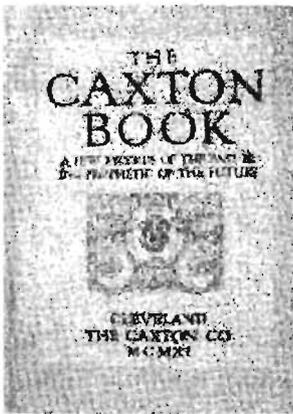
País de origen: Estadounidense.



Aportación tipográfica. Después de graduarse en la Shelbyville High School en 1883, trabaja durante un tiempo como contador en la oficina inmobiliaria de su padre. Posteriormente se traslada a Chicago y empieza a trabajar como oficinista en una librería;¹⁰⁴ los libros de la imprenta Kelmscott, incluyendo la edición de Chaucer y los de otras imprentas privadas en el departamento de libros raros de la librería Mc Clurg, dispararon la imaginación de Goudy y su interés en el arte, la literatura y la tipografía que se dirigía a “un plano más alto que un simple comercialismo”.

En 1894 Goudy estableció la imprenta Camelot con la ayuda de un amigo, pero regresó al trabajo de tenedor de libros al año siguiente, cuando surgieron desacuerdos irresolubles entre ellos. En 1895 montó la imprenta Booklet, que tuvo una corta vida, y durante este periodo de desempleo diseñó su primer tipo de letra, al que llamó Camelot, el cual vende a la Dickinson Type Foundry. En 1899 se convirtió en diseñador independiente en Chicago y se especializó en rótulos y diseño tipográfico. Otra empresa arriesgada de impresión modelada en el ideal de la destreza manual de la imprenta privada, la imprenta Village, fue reubicada primero en Boston y después en Nueva York, donde un terrible incendio la destruyó por completo en 1908. Ese mismo año marcó el final de los esfuerzos de Goudy como impresor y enfoca su energía al diseño, tallado y fundición de tipos de letras e inicia una larga asociación con la Lanston Monotype Company.

Goudy diseñó un total de 122 tipos de letras por su cuenta, incluyendo algunos que nunca fueron producidos. Muchos de sus diseños están basados en el sentimiento de la tipografía del Renacimiento veneciano y francés. Con una personalidad amigable y graciosa y una maravillosa habilidad para la escritura,



Frederic W. Goudy, portada de un folleto, 1911. Las ideas del movimiento Artes y oficios fueron actualizados para el comercio.

¹⁰⁴ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 291.

conectó a los impresores comunes con William Morris por medio de sus ideales. Sus interesantes libros incluían *The Alphabet* (1908), *Elements of Lettering* (1921) y *Typology* (1940). Los dos periódicos que editó, *Ars Typographica* y *Typographica*, repercutieron en el diseño de libros. En 1923 estableció la Village Letter Foundry en un viejo molino a orillas del río Hudson, y se convirtió en un exitoso diseñador de tipos independiente que cortaba moldes y después fundía y vendía los tipos.

En 1939 un segundo desastroso incendio consumió el molino y destruyó cerca de 75 diseños originales y miles de moldes. Esto no desanimó a Goudy, quien continuó trabajando hasta su muerte a la edad de 82 años.¹⁰⁵

Tipografías diseñadas:

- Camelot (1896)
- Pabst Roman (1902)
- Village (1902)
- Copperplate Gothic (1905)
- Goudy Old Style (1914)
- Hadriano (1918)
- Goudy Newstyle (1921)
- Deepdene (1927)
- Goudy Text (1928)
- Kennerley (1930)
- Tory Text (1935)¹⁰⁶



Frederic W. Goudy,
Página 45 del *Specimen
Book and Catalogue* 1923
(Libro de Modelos y
Catálogo de 1923) de la
American Type Founders.

¹⁰⁵ MEGGS, Philip B: o. cit., pp. 175-176.

¹⁰⁶ PERFECT, Christopher: o.cit, pp. 21-179.

COPPERPLATE 29 AB

COPPERPLATE 29 BC

COPPERPLATE 30 AB

COPPERPLATE 30 BC

COPPERPLATE 31 AB

COPPERPLATE 31 BC

COPPERPLATE 32 AB

COPPERPLATE 32 BC

COPPERPLATE 33 BC

COPPERPLATE GOTHIC

189

Copperplate Gothic (1905), versión digital de
la colección Adobe.

Goudy Old Style 24 pt

Goudy Old Style 18 pt

Goudy Old Style 15 pt

Goudy Old Style

Goudy Old Style Italic 15 pt

Goudy Old Style Italic 18 pt

Goudy Old Style Italic 24 pt

Goudy Old Style (1914), podemos ver todas sus variantes que fueron tomadas de la versión digital de Adobe.

Goudy Sans Black
Goudy Sans Black Italic

Goudy Sans Light

Goudy Sans Light Italic

Goudy Sans Medium

191

Tipo Goudy Sans, tipografía digital de
la tipoteca Adobe.

Goudy Sans Medium Italic

Goudy Sans Medium Bold

Goudy Sans Medium Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Goudy Text

A B C D E F G H I J K L M

N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

192

Tipo Goudy Text (1928), muestra tomada de la versión digital de Adobe.

2.7 Rudolf Koch

Nombre: Rudolf Koch (1876-1934).

País de origen: Alemania.



Aportación tipográfica: Fue profesor en la Escuela de Artes y Oficios de Offenbach, donde encabezó una comunidad creativa de escritores, impresores, albañiles y trabajadores de tapicería y metales. Después de la Primera Guerra Mundial, Koch recurrió a los pliegos sueltos escritos a mano y después se convirtió en un cercano colaborador de la Klingspor Type Foundry. Sus diseños de tipos variaban desde interpretaciones originales de formas medievales hasta inesperados diseños nuevos, como las formas de letras toscamente labradas y regordetas de su tipo Neuland.¹⁰⁷

Sus técnicas caligráficas fueron fundamentales para su arte, como revelan dos de los tipos que diseñó en esta década, Frühling y Maximilian (desarrollados ambos en 1914). El primero de ellos es una versión más ligera de una clase de letra gótica, conocida como fraktur¹⁰⁸, y que es extremadamente elegante. El segundo es un tipo gótico que se distingue por tener un juego de letras mayúsculas romanas huecas. Esto lo hizo para proporcionar una mayor legibilidad al uso de la letra gótica. Las mayúsculas tenían la virtud de ser muy adecuadas para rotulación comercial y publicitaria, razón por la cual alcanzaron cierto éxito fuera de Alemania.¹⁰⁹

Además diseñó un tipo *sans-serif* geométrico muy popular, el Kabel, el cual fue animado por inesperadas sutilezas de diseño, lanzado por la fundición Klingspor en 1928. El tipo Kabel, así llamado por el cable telefónico submarino extendido bajo el océano Atlántico, satisfizo la demanda existente de un tipo sin remate que desplegara algunas de las características de la

¹⁰⁷ MEGGS, Philip B: o. cit., pp. 173-174.

¹⁰⁸ Cuando Hitler llegó al poder, escogió la letra gótica Fraktur para la caligrafía oficial alemana, aunque en 1940 cambiaría de idea, al pensar que las letras romanas serían comprendidas más fácilmente en los países que intentaba dominar.

¹⁰⁹ BLACKWELL, Lewis: o. cit., p. 58.

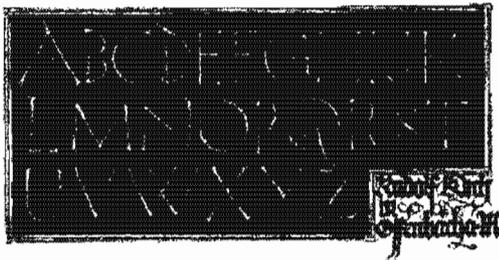
escritura manual. Monotype produjo una versión de Kabel, pero nunca llegó a obtener la universal aceptación de su cuasicontemporánea, la Futura.

Tipografías diseñadas:

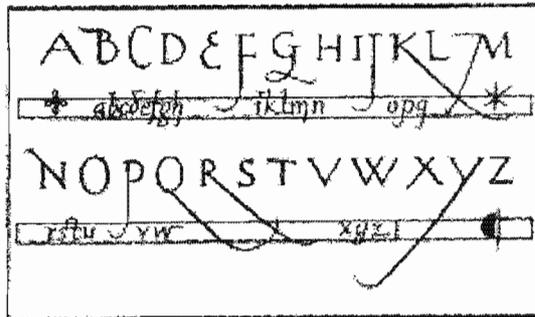
Frühling y Maximilian (1914)

Kabel (1928)

Stahl (Completado por Hans Kuehne) (1939)



Rudolf Koch, muestras de sus caligrafías.



LUBECK-HANNOVER
ABCDEFGHIJKLMN
HAMBURG-BREMEN
OPQRSTUVWXYZ
+ 1234567890 +

195

Rudolf Koch, Neuland, tipo hecho directamente en el punzón para la fundidora Klingspor, 1923.

Kabel Black

Kabel Book

Kabel Light

Kabel Bold

Kabel

Tipo Kabel (1928), muestra tomada de la
versión digital de Adobe.

2.8 Jan van Krimpen



Nombre: Jan van Krimpen (1892-1958).

País de origen: Holanda.

Aportación tipográfica. Van Krimpen nació en Gouda el 12 de enero de 1892 y a la edad de treinta y un años era un diseñador freelance que había estudiado arte en la Academia de Arte de La Haya y que se encontraba fuertemente influenciado por el libro del calígrafo Edward Johnston, *Writing and Illumination and Lettering*.¹¹⁰ Van Krimpen fue calígrafo, diseñador de libros y tipógrafo. A pesar de haber estudiado y practicado la caligrafía sus diseños no tenían la influencia caligráfica que revelaban por ejemplo los trabajos de Zapf o Dwiggin. Como él mismo escribió, “los tipos y la caligrafía son dos cosas esencialmente diferentes y la influencia caligráfica en los tipos no debe pasar de ser algo subyacente”. Van Krimpen pasó casi toda su vida laboral en la imprenta de Enschedé en Haarlem (Holanda). Fundada a principios del siglo XVIII y todavía en manos de la misma familia, a la imprenta se añadió una librería en 1724, el periódico *Oprechte Haarlemsche Courant* en 1737, y una fundación de tipos en 1743. Fue un diseño de rotulación de un sello del joven Van Krimpen el que llamó la atención sobre él de Johannes Enschedé, director de la firma, en 1923. Para festejar las bodas de plata de la reina Guillermina se preparó una edición especial de sellos; el artista encargado de la realización de los mismos, Van Konijnenbur, se encontró con problemas a la hora de encontrar la tipografía adecuada. Van Royen, secretario general del correo holandés le sugirió a Enschedé que contactara a Van Krimpen para resolver el problema.

A finales de 1923, en las celebraciones del quinto centenario del impresor Laurens Janszoon Coster, Enschedé le propuso el diseño de un nuevo tipo que sería grabado por Radisch y editado por su fundición.

¹¹⁰ «Jan van Krimpen», <http://www.linotype.com>

Esta primera creación de Van Krimpen muestra claridad en su forma. Da la impresión de que estaba preparado para el encargo de Enschedé ya que los dibujos del tipo los preparó en un corto período de tiempo. Una vez realizado, Van Royen sugirió su utilización en el pabellón holandés de la Feria de Diseño Industrial que tuvo lugar en París en 1925. Por esta razón el tipo tomó el nombre de la ciudad de París en la época romana, Lutetia. Stanley Morison saludó al nuevo tipo en el número 6 de la revista *The Fleuron*, llamando la atención sobre el renacer de los tipos romanos tras la aparición de Lutetia y el aire fresco que aportaba sobre los diseños antiguos.

En el año de 1928 Morison ofrece a Van Krimpen incorporar a Lutetia al catálogo de Monotype, cosa que éste aceptó con la condición de ser autorizado a vetar cualquier diseño que no le convenciera. Posteriormente el impresor Porter Garnett llevó a cabo una revisión del tipo con la colaboración del propio Van Krimpen, en la que se niveló el travesaño inclinado de la e de caja baja; los puntos de la i y la j también de caja baja fueron situados más cerca de la letra y se modificaron las proporciones de lagunas otras letras.

A cerca de la bella y original itálica de Lutetia Stanley Morison escribió: "Quizás la única crítica que pueda hacerse es que la itálica de Lutetia es tan buena por sí misma que no puede combinarse con la debida eficiencia con la romana". Walter Tracy, en su crítica del trabajo de Van Krimpen, considera esto un problema aunque no descarta el uso de la itálica por sí sola para trabajos de poesía.

Además de tipos, Van Krimpen diseñó muchos libros para Enschedé, comenzando con bellos catálogos de la casa y continuando con ediciones de lujo de editores atraídos por la reputación de la firma. Asimismo se prestó a colaborar en trabajos de otros impresores como los de la Nonesuch Press de Francis Meynell. Frederic Warde visitó Harlem en 1927 y Van Krimpen pasó a convertirse en comisionado de las ediciones de la

Par-dessus les paysages et les ports de mauvaise mine
Idem les pavés échaudés et creusés de roues de buggys

THE GOSPEL ACCORDING TO SAINT JOHN
In the beginning was the Word, and the Word was with God, and the Word
was God. The same was in the beginning with God. All things were made by

●

Lutetia, 1925. Romana e itálica.

Pleiade and Pegasus Press y más tarde del Limited Editions Club of New York. También diseñó unas capitales decoradas para la Curwen Press (1929) de Oliver Simon así como una preciosa cabecera para su publicación periódica *Signature* (1947).

Su siguiente diseño de una romana partió de un catálogo de Enschedé del año 1768 en el figuraba un tipo llamado Kreine Text N° 2 atribuido al diseñador holandés Christoffel van Dijck (1606-69). Los únicos punzones que existían eran los de la itálica y Van Krimpen diseñó un tipo romano que los acompañara al que denominó Romanée. Como resultado, la romana y la itálica, aún pudiéndose utilizar juntas no suele hacerse debido a su origen distinto. Veinte años más tarde Van Krimpen diseñó una itálica que acompañara a su diseño de romana. Este tipo no tiene capitales propias sino que usa las de las romanas y su f de caja baja basada en la de Arrighi está un poco fuera de lugar.

En 1931 Van Krimpen realiza su tipo más exitoso al que bautiza como Romulus por sugerencia de Beatrice Warde. La ausencia de los rasgos caprichosos de Lutetia, así como su tensión vertical, lo convierten en un tipo de proporciones agradables y forma vigorosa que aún hoy presenta la misma frescura que el día de su aparición. En cambio la itálica que lo acompañaba fue motivo de crítica. Por aquel entonces Van Krimpen estaba muy influido por su amigo Stanley Morison, concretamente por el ensayo de éste, *Towards an ideal italic*, y por esto dotó a Romulus de una romana inclinada en vez de una itálica auténtica. Esta influencia negativa de Morison perduraría por décadas, lamentablemente acerca de este punto, en 1940 A.F. Jonson escribió en *Signature*: "Esto puede ser lógico, pero el resultado es una letra monótona y rígida", aparte de la difícil diferenciación de la romana y la cursiva. Van Krimpen más tarde se arrepintió de ello pero no obstante el tipo aguantó las críticas. Romulus fue editado por Monotype en la década de 1930.

Durante la Segunda Guerra Mundial y bajo la ocupación alemana, Van Krimpen y sus colegas W. G. Hellings y A. A.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
LMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ&ŒÆÇØ

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
LMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ&ŒÆÇØ*

Se muestra el tipo Romulus, en la parte superior esta en redonda y en la inferior se encuentra la cursiva, esta última se percibe mas como una romana inclinada en vez de una itálica auténtica.

Balkema produjeron trabajos de calidad en The Five-pound Press, teniendo un papel relevante en la impresión de libros prohibidos por las fuerzas de ocupación; a pesar de todo, estos años difíciles verán el nacimiento del mejor tipo de Van Krimpen Spectrum, originalmente para la editorial del mismo nombre entre 1941 y 1943 y editado por Monotype en 1955.

Dibujado originalmente como un tipo de Biblia, esto es, con una gran altura x, no demasiada anchura y capitales discretas, Spectrum trasciende estas limitaciones y no aparenta en ninguna situación estrechez; el contraste entre los trazos gruesos y delgados es notable y sus bellas capitales, especialmente en tamaños grandes, tiene mucho de la elegancia de sus diseños caligráficos. Spectrum fue el último tipo que realizó Jan Van Krimpen antes de su fallecimiento en Harlem el 20 de octubre de 1958.

Tipografías diseñadas:

Lutetia 1925

Antigone 1927

Romanée 1928

Romulus 1931

Haarlemmer 1938

Spectrum 1941-1943 ^{III}

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZÀ

ÅÉÊËÏÏÏÜabcdefghijklmnop

qrstuvwxyzàåéê

õø&1234567890(\$£.,!?)

53

203

Jan van Krimpen, tipo Spectrum, fue originalmente dibujado como un tipo de Biblia y editada para Monotype en 1955.

AÆBCDĒDEFGHIJKL̄LMN
OĒØPƆQRSTUVWXYZ
aæbcdĕeffiflghijkl̄mn
oœøpƆqrsſtuvwxyz

*ABCDEFGHIJK
LMNOPQRSTU
VWXYZ&ŒÆÇØ*
**ABCDEFGHIJK
LMNOPQRSTU
VWXYZ&ŒÆÇ**

2.9 Max Miedinger

Nombre: Max Miedinger (1910-1980).

País de origen: Suiza.



Aportación tipográfica. Al mismo tiempo que trabaja como tipógrafo, Miedinger asiste a clases en la Escuela de Artes y Oficios de Zurich; con el tiempo se convertiría en representante de la Fundación Haas, donde a la edad de 46 años se instala como diseñador “freelance”.

En 1956 Miedinger recibe el encargo de Edouard Hoffmann, de la fundición Hass, de modernizar el estilo de un tipo sans-serif de la firma. El tipo era Haas Grotesk de la Fundición Berthold de finales del siglo XIX y Miedinger lo convirtió en el Neue Haas Grotesk, un tipo sans-serif con una altura x aún más grande que la de Univers.

De 1957 a 1961 el tipo conserva el nombre original, Neue Haas Grotesk pero cuando fue producido por la fundición Stempel AG en 1961, los alemanes convencieron a Hoffman para rebautizar a este tipo como Helvética, que es el nombre latino tradicional de Suiza y que aparece en sus estampillas postales.¹¹²

Las formas bien definidas y el excelente ritmo de las figuras positivas y negativas de Helvética, además de su legibilidad, la convirtieron en uno de los tipos más usados durante el largo periodo en que la corriente del diseño internacional marcó la pauta del diseño gráfico a partir de fines de los años 50, con una fuerza dogmática que llegó a rayar en la tiranía.

A medida que las composiciones digitales se volvieron dominantes en la década de 1980, otras versiones de Helvética fueron desarrolladas, incluyendo la de Linotype de 1983, Neue Helvética, con ocho pesos, cada uno con versiones extendidas, condensadas e itálicas.¹¹³

Tipografías diseñadas:

Helvética —Neue Haas Grotesk— (1956)

¹¹² «Grandes maestros de la tipografía: Max Miedinger», www.unostiposduros.antaviana.com

¹¹³ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 335.

<i>Helvetica Extra Black Condensed Oblique</i>	Helvetica Bold Extended
Helvetica Medium Condensed	Helvetica Medium Condensed
Helvetica Roman	<i>Helvetica Medium Italic</i>
<i>Helvetica Italic</i>	Helvetica Bold

NEUE HAAS GROTESK

Helvetica Condensed	<i>Helvetica Bold Italic</i>
<i>Helvetica Condensed Oblique</i>	Helvetica Bold Condensed
Helvetica Medium	Helvetica Black
<i>Helvetica Medium Italic</i>	<i>Helvetica Black Italic</i>
Helvetica Medium Extended	Helvetica Black Condensed
<i>Helvetica Medium Extended Oblique</i>	<i>Helvetica Black Condensed Oblique</i>
Helvetica Extra Black Condensed	

2.10 Stanley Morison



Nombre: Stanley Morison (1889- 1967).

País de origen: Inglaterra.

Aportación tipográfica. En 1913 Morison empieza a trabajar como asistente editorial con Gerard Mynell, el editor de la revista *Imprint*. Al final de la guerra, en 1918, pasó a ser supervisor de diseño de Pelican Press, puesto que desempeñó durante dos años. En 1921 se asoció a Cloister Press y fue uno de los fundadores de la Fleuron Society así como editor de su revista de tipografía, *Fleuron*. Los volúmenes 1-4 de la revista fueron editados por Oliver Simon e impresos en la Curwen Press, apareciendo el último número (el 7) en 1930. Fue en Fleuron donde Morison publicó sus famosos *Firts Principles of Tipography* (Principios fundamentales de tipografía).

En 1923 pasa a ser consejero tipográfico de la British Monotype Corporation, donde inicia un vasto programa de recuperación de los tipos clásicos, así como de la imprenta de la Universidad de Cambridge. En 1929 Morison entra en el equipo del periódico *The Times* para el que crea su tipo más famoso: Times New Roman, con la colaboración del punzonista Victor Lardent. De 1935 a 1952 edita la historia de *The Times* y durante los años 1945-1947 el suplemento literario del periódico.¹¹⁴

Morison utilizó como modelo los tipos Perpetua y Plantin para crear el tipo Times New Roman, cuyo espíritu moderno derivó en una redonda legible con buen peso, ascendentes y descendentes cortos, trazos terminales breves, encuadrados y finamente tallados, y una gran altura x. Fue utilizado como tipografía oficial del periódico *The Times* desde el 3 de octubre de 1932.¹¹⁵

En un inicio la fundición inglesa Monotype Corporation fue la única en poseer la licencia del tipo bajo el nombre Times New Roman, pero cuando la compañía competidora Linotype quiso

¹¹⁴ «Grandes maestros de la tipografía: Stanley Morison», www.unostiposduros.antaviana.com

¹¹⁵ MEGGS, Philip B: *op.cit.*, p.292

THE TIMES

En la parte superior se muestra el encabezado renovador del periódico londinense The Times, utilizando para ello el tipo que lleva su nombre, Times New Roman (1932).

distribuir el tipo le cambió el nombre llamándolo Times Roman o Times a secas, una vez obtenido el registro de marca en 1945 (la historia de Times New Roman puede encontrarse en el libro *A tally of Types* de Stanley Morison, publicado por la Imprenta de la Universidad de Cambridge).

En 1980 revivió el pleito legal para aclarar los derechos de Monotype para el uso del nombre en Estados Unidos, a pesar del registro de Linotype. Al final del proceso, Linotype tuvo el derecho de conceder sus licencias a las compañías Adobe y Apple usando el nombre "Times Roman", mientras Monotype realizó el mismo procedimiento pero con la compañía Microsoft, utilizando el nombre "Times New Roman".¹¹⁶

Durante la transferencia de los tipos de metal a la era digital, se desarrollaron varias diferencias entre las versiones comercializadas por Linotype y Monotype. Estas diferencias se hicieron evidentes cuando Adobe (Linotype) produjo implementaciones para el lenguaje PostScript del tipo original Times. Las medidas del ancho del tipo fueron modificadas al igual que varias proporciones y detalles.

A finales de los ochenta Monotype a su vez redibujó su Times New Roman para ajustar las proporciones y medidas de la versión Adobe Linotype, porque las curvas se suavizaron, se

¹¹⁶ <http://www.rodwell.pwp.blueyonder.co.uk/morison.htm>

detallaron y en general se le dio mayor sensibilidad al diseño original realizado por Víctor Lardent bajo la supervisión de Stanley Morison.

Cuando Microsoft produjo su versión de Times New Roman bajo la licencia de Monotype en el formato TrueType y Apple produjo su versión de Times Roman bajo la licencia de Linotype, en formato TrueType, la competencia tomó un nuevo aspecto, porque tanto Microsoft como Apple invirtieron dinero en la realización de dichas versiones TrueType que pretendían mejorar la versión PostScript. Durante el mismo período Adobe lanzó a su vez rasterizador postscript Adobe Type Manager, mejorando el aspecto en pantalla de Times Roman a partir de su propia versión.

A pesar de todas las discusiones, con el advenimiento masivo de la tipografía digital a partir de 1984, Times New Roman (o Times) ha sido elegida como una de las fuentes tipográficas básicas en todos los sistemas operativos.

Desde 1961 hasta su muerte en 1967 a la edad de 78 años, Stanley Morison trabajó como miembro del equipo editorial de la Enciclopedia Británica.

Entre sus publicaciones se incluye:

- *Four Centuries of fine print* (Cuatro siglos de impresores), Londres 1924;
- *The calligraphy of Ludovico degli Arrighi* (La caligrafía de Ludovico degli Arrighi), París 1929;
- *The English newspaper, 1622-1932* (El periódico inglés), Cambridge 1932;
- *First Principles of Typography* (Principios fundamentales de tipografía), Cambridge 1936.¹¹⁷

Tipografías diseñadas:

Times New Roman (1932)

¹¹⁷ «Linotype library: Stanley Morison», www.linotype.com

Times New Roman
Times New Roman **Times New Roman Bold**
Times New Roman **Times New Roman Bold Italic**
Times New Roman Times New Roman Italic
Times New Roman Times New Roman Regular
Times New Roman Times New Roman
Times New Roman Times New Roman
Times New Roman Times New Roman
Times New Roman Times
Times New Roman Times
Times New Roman

Se muestra uno de los tipos mas conocidos de Stanley Morison, el tipo Times New Roman (1932), creada para el periódico The Times. En la versión de Adobe Microsoft.

2.11 Paul Renner



Nombre: Paul Renner (1878-1956).

País de origen: Alemania.

Aportación tipográfica. Trabajó como diseñador gráfico, tipógrafo, pintor y maestro.

A pesar de no estar directamente relacionado con el movimiento Bauhaus de los años 20 pronto pasó a defender sus posturas y convertirse en un ferviente defensor de la Nueva tipografía. En 1926 es nombrado director de la Escuela de Oficios de Impresión en Munich y asimismo es cofundador y director de la Escuela de Maestros para Impresores alemanes (*Meisterschule Für Deutschlands Buchdrucker*).

Renner publicó un folleto en el año de 1932 titulado *Kulturbolschewismus* en el que criticó la política cultural de los nazis y a raíz del mismo y por la consolidación en el poder del partido nazi, es despedido de la escuela pero consigue que su amigo y miembro de la plantilla académica, George Trump, asuma la dirección de la misma evitando que el puesto fuera ocupado por alguien afín a los nazis.

Su principal aportación fue el tipo Futura que diseñó entre los años 1924 y 1926. Está basado en formas geométricas (rectas, cuadrados y círculos) representativas del estilo visual de la Bauhaus de los años 1919-1933, y pronto llegó a ser considerado un modelo de la Nueva Tipografía.¹¹⁸ Inicialmente la fundición Bauer de Alemania emitió Futura con seis pesos distintos, cuatro itálicas y dos fuentes de fantasía (o *display*) poco usuales¹¹⁹ y con licencia de la fundición Deberny & Peignot la editó en Francia bajo el nombre de Europa.

Los dibujos originales del tipo Futura se pueden contemplar en la Fundición Tipográfica Neufville de Barcelona. Otro tipo no

¹¹⁸ «Grandes maestros de la tipografía: Paul Renner», www.unostiposduros.antaviana.com

¹¹⁹ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 292.

muy conocido diseñado por Paul Renner es Topic o Steile Futura, es un sans-serif condensado con trazos redondeados en las letras A, E, M y W. Este tipo fue editado por la fundición Bauer en el año 1953.

Tipografías diseñadas:

Futura (1928)



Se muestra uno de los tipos mas conocidos de Stanley Morison, el tipo Times New Roman (1932), creada para el periódico The Times. En la versión de Adobe Microsoft.

Futura
Futura Italic
Futura Bold
Futura Bold Italic
Futura Condensed Extra Bold
Futura Condensed Light
Futura Condensed Light Italic
Futura Condensed Medium
Futura Condensed Medium Italic
Futura Extra Bold Italic
Futura Extra Bold
Futura Light
Futura Light Italic
Futura Medium
Futura Medium Italic
Futura Bold Italic
Futura Bold

Futura

2.12 Bruce Rogers



Nombre: Albert Bruce Rogers (1870-1957).

País de origen: Estados Unidos.

Aportación tipográfica. Fue una figura clave en la comunidad estadounidense de la tipografía durante la primera mitad del siglo XX. Estudió arte en la Universidad de Purdue y en sus primeros trabajos se aprecia una gran maestría caligráfica. Empieza a trabajar para J.M. Bowles, que editaba la revista *Modern Art*, y en 1896 se convierte en director de arte de la Riverside Press, donde trabaja durante los próximos seis años. En el año 1909 produce una versión de Caslon que se conoce como Riverside Caslon, y en 1912 se convierte en diseñador independiente con clientes como Alfred Knopf, Pynson Press, Lakerside Press, entre otros.

Bruce Rogers diseña su primer tipo, conocido como Montaigne, en 1902 la Riverside Press, y en 1914 diseña Centaur para el Museo Metropolitano de Nueva York, ambos alfabetos están basados en los tipos tallados por el impresor francés Nicolás Jenson, vecindado en Venecia hacia fines del siglo XV, en 1929, Monotype lanzaría Centaur al público. En 1916 Rogers se traslada a Inglaterra para trabajar junto a Emery Walker en la Mall Press, donde compone e imprime personalmente una exquisita colección de copias sobre la forma de la letra de Durero, tarea que completa a principios de 1917.

A finales de este año se convierte en consejero tipográfico de la imprenta de la Universidad de Cambridge, y es aquí donde entra en contacto con la alta calidad de la tipografía inglesa y nace su entusiasmo por los tipos de Baskerville, maravillado por la magnífica impresión que éste hizo de la Biblia en 1763. Durante su estancia en Cambridge, Rogers también diseñó un tipo para usar en carteles para la Meynell's Pelican Press, pero el comienzo de la guerra impidió su emisión comercial. En 1919, Rogers vuelve a Estados Unidos y comienza a diseñar libros para William E. Rudge, entre los que se encuentra una pieza maestra del diseño tipográfico del siglo XX, la *Oxford Lectern Bible*, que se enlaza en

el tiempo con la Biblia de John Baskerville que tan honda impresión había causado en Rogers.¹²⁰

Tipografías diseñadas:

Montaigne (1902)

Centaur Monotype (1929)

Poster (1918)¹²¹



Bruce Rogers, página de tipografía clásica basada en el estilo veneciano de fines de siglo XV.

Bruce Rogers, página de *The Centaur* de Maurice de Guérin, 1915. En este caso, Rogers se basó en el diseño tipográfico del Renacimiento francés.



¹²⁰ «Grandes maestros de la tipografía: Bruce Rogers», www.unostiposduros.antaviana.com

¹²¹ Adobe Systems, *Adobe Type Browser* v. 2.3, 1997.

Centaur Monotype

Centaur Monotype Italic

Centaur Monotype Bold

Centaur Monotype Bold Italic

Tipo Centaur Monotype (1929),
muestra tomada de la versión
digital de Adobe.

2.13 Jan Tschichold

Nombre: Jan Tschichold (1902-1974).

Nacionalidad: Alemania.



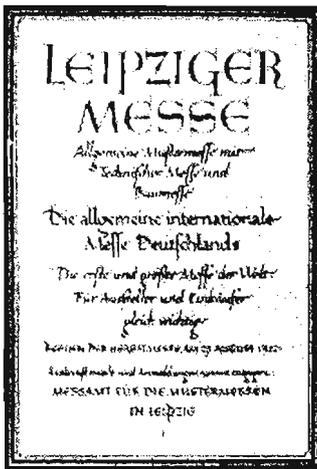
Aportación tipográfica. A los 12 años visitó en Leipzig la *Internationale Ausstellung für Buchgewerbe und Graphik*, más conocida como Bugra, en el año de 1914. Esta exposición mostraba un panorama de la industria editorial alemana de aquel momento.

Tschichold decidió convertirse en profesor de dibujo, para lo que se trasladó a Grimma, una ciudad cercana a Leipzig. Sus ratos libres los dedicaba al estudio de la caligrafía y tuvo en sus manos una traducción alemana del *Writing, Illuminating & Lettering* de Edward Johnston. En la Academia de Artes Gráficas de Leipzig fue admitido como alumno de Herman Delitsch, con quien aprendió caligrafía, grabado y encuadernación; fue Delitsch quien y le introdujo en los creadores antiguos: Palatino, Tagliente y Jan van de Velde.

Pasó después a la Escuela de Artes y Oficios de Dresde y más tarde regresó a Leipzig para hacerse cargo de algunas clases nocturnas de rotulación; por entonces estaba muy interesado en Rudolf Koch, especialmente en su Maximilian Gothic.

Entre 1921 y 25 dibujó numerosos carteles caligráficos para las distintas ferias comerciales que tenían lugar en Leipzig y comenzó a ser conocido como calígrafo y rotulista, incluso fuera de Alemania. Uno de esos trabajos fue seleccionado para una exposición internacional de caligrafía que tendría lugar en Viena en 1926, en la que se mostrarían también obras de Eric Gill y Edward Johnston.

Hacia 1923 se interesó por el suprematismo y el constructivismo, y asistió a la primera gran exposición de la Bauhaus en Weimar, donde conoció el catálogo que para la ocasión había diseñado Herbert Bayer. Profundamente impresionado, su concepto de la tipografía daría un giro radical que habría de manifestarse en un cartel que realizó para el editor



Jan Tschichold, anuncio rotulado a mano para la Feria de Comercio de Leipzig, 1922.

de *Varsovia Philobiblon*, en el que aplica las nuevas ideas del movimiento moderno con una composición asimétrica e inclinada. Poco a poco estas ideas le van separando de la tipografía tradicional y en octubre de 1925 publica en la revista de Leipzig, *typographische mitteilungen*, una especie de manifiesto bajo el título de *elementare typographie*.

Tschichold fue el único difusor de las corrientes de vanguardia cuyo mensaje podía ser entendido por los impresores y por la gente de las artes gráficas. Ese mismo 1925 se fue a Berlín y se estableció como diseñador por proyecto para la Insel Verlag. En junio de 1926, por recomendación de Paul Renner, fue a Munich para enseñar en la Escuela de Artes Gráficas.

Fue ahí donde hizo sus célebres carteles de cine para el Phoebus Palace en los que utilizaba tipografía, fotos y colores planos, muy influido por Lissitsky, Moholy-Nagy y Man Ray. En 1928 diseñó y publicó su primer libro: *Die Neue Typographie*, obra pionera sobre los principios del diseño tipográfico. Este libro fue concebido especialmente para diseñadores y contenía cuantas innovaciones estaba introduciendo el movimiento moderno en aquellos años.

Tschichold sufrió las consecuencias de la llegada de Hitler a la chancillería de Alemania. Su casa fue registrada y él y su esposa fueron detenidos. Tschichold llegó a estar seis meses en la cárcel. Su contrato como profesor fue rescindido y tuvo que escapar del país. Gracias al requerimiento del director de una escuela de Basilea, pudo ir a esa ciudad donde le proporcionaron algún trabajo.

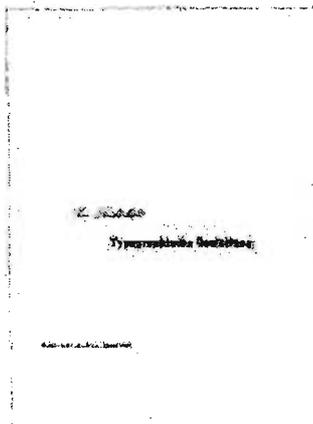
En Suiza sus trabajos van a centrarse en el campo editorial, esencialmente en la puesta en orden de los elementos tipográficos de diversos editores establecidos en Basilea. Para Benno Schwabe estableció una serie de reglas tipográficas que debían contribuir a crear la imagen de la editorial. En 1935 publicó *Typographische Gestaltung* bajo el sello de esa casa.



Jan Tschichold, portada del en carte de *elementare typographie* contenido en el número de octubre de 1925 de la revista *typographische mitteilungen*.



Jan Tschichold, folleto publicitario para *Die Neue Typographie* (La nueva tipografía), 1928.



Página titular del **Typographische Gestaltung** de Jan Tschichold, se muestra un contraste en el ancho de los trazos del tipo manuscrito en relación al tipo de trazo cuadrangular monolineal (1935).



Trazos originales del tipo Sabon (1964-1967).

Con el tiempo resultó evidente que la composición asimétrica y otras ideas modernas eran menos aplicables en diseños de libros que en los carteles. Sin embargo, sus diseños de colecciones de libros de gran tirada para Birkhäuser Classics interesaron a los responsables de Penguin en Inglaterra iniciándose una colaboración que sería muy fructífera, puesto que las limitaciones económicas de la posguerra motivaron un gran interés por las colecciones de libros baratos. En diciembre de 1949, Tschichold regresó a Suiza como consultor de diseño de la firma farmacéutica F. Hoffman.

Hacia 1961, una comisión de impresores alemanes, deseosos de un nuevo tipo de letra, encargaron a Tschichold la creación de una tipografía que pudiera emplearse tanto en monotipia, linotipia y composición manual sin que fuera distinguible el procedimiento empleado. El estilo debía estar próximo al Garamond de Monotype pero un poco más estrecho para poder ahorrar espacio. Con estas condiciones Tschichold dibujó para la fundición Stempel los originales de la excelente tipografía Sabon, cuyo nombre se debe a Jaques Sabon, un impresor francés nacido en Lyon que trabajó en Francfort hacia 1580 con matrices originales de Garamond,¹²² aunque Tschichold trabajó en realidad a partir de un muestrario de tipos impreso en 1592 por Konrad F. Berner, quien se había casado con la viuda de Sabon. Para las cursivas, Tschichold se basó en los diseños de Robert Granjon, contemporáneo de Garamond.¹²³

En 1968 Tschichold abandonó Basilea para irse a vivir a Berzona en el Ticino, aunque regresó a Locarno en Suiza a pasar sus últimos días.

Tipografías diseñadas:

Sabon (1964-1967)¹²⁴

¹²² «Grandes maestros de la tipografía: Jan Tschichold», www.unostiposduros.antaviana.com

¹²³ <http://www.sabon.org>

¹²⁴ Adobe Systems, Adobe Type Browser v. 2.4, 1997.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo

SABON

Sabon Roman

Sabon Bold

Sabon Bold Italic

Sabon Italic

Sabon (1964-1967) de Jan Tschichold, es una de las más refinadas interpretaciones de Garamond entre las innumerables que se han hecho hasta la fecha.

2.14 Beatrice Warde



Nombre: Beatrice Warde

País de origen: Estadounidense.

Aportación tipográfica. Su pasión por el estudio de la tipografía se reflejó en sus escritos, especialmente en «La copa de cristal» (The crystal goblet), ensayo incluido en su libro *The Crystal Goblet, Sixteen Essays on Typography*.

La inclinación de Warde por la literatura se debió a su madre, May Lamberton Becker, quien trabajó en el *Herald Tribune* como columnista, y rápidamente expandió su trabajo hacia la literatura para niños.

Del matrimonio de May Lamberton Becker con Gustave Becker, nació el 20 de septiembre de 1900 en Nueva York su única hija, Beatrice Lamberton Becker. Beatrice tomaría el apellido de su esposo Frederic Warde, quien colaboró con Bruce Rogers en el trazo de las cursivas de los tipos Centaur.

Fue una estudiante extremadamente activa, graduándose de la secundaria dos años antes que el promedio de su generación. En 1916, Beatrice entró al Barnard College de la Universidad de Columbia en Nueva York. Durante su estancia se interesó por la caligrafía y la forma de las letras,¹²⁵ además de estudiar francés, latín y filosofía entre otras materias.

En el otoño de su tercer año en el Barnard conoció a Frederic Warde y se casaron el 30 de diciembre de 1922, poco después de que Frederic se convirtiera en jefe de taller de la imprenta de la Universidad de Princeton.

Algunos años antes, la American Type Founders (ATF) había abierto un archivo y una biblioteca cerca de Nueva York, que llegó a tener más de siete volúmenes, incluyendo una muy completa colección acerca del estudio de los tipos. Beatrice empezó a trabajar en dicha biblioteca al poco tiempo de graduarse

¹²⁵ GRUENDLER, Shelley «Beatrice Warde», www.stbride.org/conference2002

del Barnard, gracias a una carta de recomendación de Bruce Rogers.

Desde 1921 a 1925 se dedicó a crear material promocional y preparar visitas y pláticas a los grupos de visitantes.¹²⁶

En el otoño de 1924, tras una visita a los Estados Unidos, Stanley Morison ofreció a los Warde un trabajo en Inglaterra, a donde viajaron en diciembre de 1925. Una vez establecidos, Beatrice empezó a publicar artículos bajo el seudónimo masculino de Paul Beaujon en la revista *The Fleuron*, cuyo editor era Stanley Morison.

El matrimonio de los Warde se fue deteriorando a causa de los múltiples y largos viajes de Frederic por compromisos de trabajo. Como consecuencia, sobrevendría la separación en noviembre de 1926, y posteriormente el divorcio. A pesar de ello, Beatrice y Frederic siguieron cultivando una relación amistosa y profesional.

Después de la separación, Stanley Morison contrató a Beatrice como su asistente en la revista *Monotype Recorder*. Warde tuvo gran éxito formando la revista y también aportó algunos artículos. En 1927, Beatrice sería nombrada oficialmente como editora de la publicación. *The Fleuron* fue un vehículo muy importante para difundir los textos de Paul Beaujon, es decir, de Beatrice Warde. Preparando un artículo sobre Garamond para la revista, encontró la portada de un libro impreso por Jean Janon (1580-1658), que era tallador de punzones de la Academia de Sedán. Aquel libro estaba impreso con los mismos caracteres que siempre se habían adjudicado a Claude Garamond; sin embargo, el libro los atribuía a Janon. Este descubrimiento confirmaba las sospechas que le había sugerido su jefe Henry L. Bullen cuando trabajaba en la biblioteca de la ATF: los tipos pretendidamente de Garamond eran demasiado barrocos para la época que se les asignaba. Por tal motivo se trasladó a Francia para comprobarlo y

¹²⁶ www.identifont.com

en la Biblioteca Mazarina se dio cuenta que los tipos de Janon efectivamente eran los mismos que se conservaban en la Imprimerie Royale bajo el nombre de *Caractères de l'Université* y que habían sido entregados por le cardenal Richelien dando por sentado que se trataba de los apreciados punzones originales de Garamond; por lo tanto, todas las versiones de los tipos Garamond que hasta entonces se habían realizado no partían de la fuente original.

El artículo de cuarenta y ocho páginas fue publicado en 1926 en el número 5 de *The Fleuron* y causó tal revuelo que los ejecutivos de Monotype le solicitaron enseguida a «Paul Beaujon» que se hiciera cargo de la dirección de publicidad *The Monotype Recorder* para descubrir que se trataba de una joven, hermosa e inteligente mujer. A partir de entonces Beatrice firmaría sus escritos con su verdadero nombre. Su cartel de 1932, *This is a printing office*, originalmente fue escrito y diseñado por ella para promover una versión para titulares de los tipos Perpetua de Erick Gill, recién lanzada por Monotype. El texto de este cartel ha sido traducido por lo menos a 28 idiomas. En muchos de sus artículos para *Monotype Recorder*, Beatrice propugnó la claridad y la simplicidad en tipografía. Bajo esa idea, el 7 de octubre de 1930, dio una conferencia titulada *Printing Should Be Invisible* ante el gremio de tipógrafos ingleses del Instituto St. Bride en Londres. Después de seis días de la presentación, el texto de la conferencia fue publicado en el *British & Colonial Printer & Stationer*, el semanario de la industria inglesa de las artes gráficas. En 1932 y 1937 se reimprimió como un folleto por la Imprenta Marchbank. Finalmente el ensayo fue publicado bajo el título *The Crystal Goblet* en referencia al título original de la conferencia, junto con otros textos suyos sobre tipografía.¹²⁷

Su intensa personalidad le atrajo muchos admiradores, incluyendo al artista y tipógrafo Eric Gill a quien conoció a finales de 1920.



Colofón de la editorial Cassel, 1929. Diseñado por Eric Gill.

Beatrice fue modelo de Gill en varias de sus obras, siendo las más conocidas dos xilografías de *La Belle Sauvage* utilizadas como colofón de la editorial Cassel en 1929.

Durante la Segunda Guerra Mundial Beatrice concibió los llamados libros a través del mar, una sociedad basada en el intercambio de obras entre Estados Unidos e Inglaterra para promover el entendimiento cultural y literario, contando entre sus vóceros al poeta T.S. (Thomas Stearns) Eliot, ganador del Premio Nobel en 1948; algunos de estos libros pueden encontrarse todavía en la Universidad de Columbia, pero los libros británicos han sido dispersados. La colección incluía un libro llamado *The Token of Freedom* (La señal de libertad), que fue entregado a niños británicos reubicados en Estados Unidos durante la guerra, incluyendo el trabajo de Dante, Shakespeare, Chaucer, Milton, Ruskin y de Abraham Lincoln.

En septiembre de 1960, cuando cumplió 60 años, Beatrice se retiró de Monotype. Para entonces, la tipografía en metal ya estaba siendo desplazada por la fotocomposición. Después de la muerte de Stanley Morison en 1967, la salud de Beatrice se deterioro rápidamente; la muerte de sus padres la entristeció profundamente, pero la de Morison la devastó. El 14 de septiembre de 1969 se colapsó y murió, seis días antes de cumplir 69 años.¹²⁸

¹²⁸ <http://www.letterpress.ch/APINET/MONOTYPE.timeline>

2.15 Hermann Zapf

Nombre: Hermann Zapf (1918-).

País de origen: Alemania.

Aportación tipográfica. En 1934 comienza un aprendizaje de 4 años como de retocador de fotografías en la imprenta Karl Ulrich & Co., trasser rechazado como aprendiz de litógrafo. En 1935 se interesa por la caligrafía después de visitar una exposición itinerante de los trabajos del tipógrafo Rudolf Koch y de haber adquirido una copia del manual *Das Schreiben als Kunstfertigkeit* (La escritura como habilidad) del propio Koch y *Writing, Illuminating and Lettering* de Edward Johnston.

En 1938 comienza a trabajar en el taller que dirigía en Frankfurt el hijo de Rudolph Koch, Paul, estudiando al mismo tiempo el arte de la imprenta y el tallado de punzones con el maestro grabador August Rosenberg. Durante la Segunda Guerra Mundial, Zapf se desempeñó como cartógrafo y rotulista en las diferentes unidades a las que fue asignado. Al mismo tiempo con la colaboración de Rosenberg Zapf produce un libro de 25 alfabetos caligráficos titulado *Feder und Stichel* (Pluma y buril) y que fue publicado por Stempel en 1949.¹²⁹

“Como cuestión de principios, nunca trabajé para agencias de publicidad”, afirma Zapf. En vez de ello, colaboró con las editoriales e imprentas más importantes de Frankfurt, Munich, Wiesbaden y Maguncia.¹³⁰

Entre los libros publicados por Zapf destacan: *Manuale Typographicum* (con ediciones en 1954 y 1968); *About alphabets, some marginal notes on type design* (1960); *Typographische Variationen* (1963); *Hunt Roman, the birth of a type* (1965); *Orbis Typographicus* (1980); y *Hermann Zapf and his design Philosophy* (1987).¹³¹



¹²⁹ «Grandes maestros de la tipografía: Hermann Zapf», www.unostiposduros.antaviana.com

¹³⁰ MEGGS, Philip B: o. cit., p. 391.

¹³¹ *Ibidem*, p. 325.

Entre los alfabetos que Zapf ha diseñado, todos ellos con una marcada huella de su amor por el rotulado y la caligrafía, se encuentran Palatino (1950), Melior (1952), Aldus (1954), y Optima (1958), todos ellos para la fundición Stempel, así como Comenius (1976) para Berthold. Incansable, el maestro Zapf diseñó en los años recientes un maravilloso alfabeto caligráfico con una gran cantidad de variaciones y rameados al que bautizó como Zapfino, y con el cual la compañía Linotype publicó un cartel en ocasión del ochenta aniversario de Zapf en 1998.¹³²

Tipografías diseñadas:

Gilgengart (1941)
Palatino (1950)
Michelangelo (1950)
Aldus (1952)
Melior (1952)
Optima (1958)
Hunt roman (1962)
Medici (1969)
Orion (1974)
Zapf Chancery (1979)
Aurelia (1983)
Zapfino (1998)¹³³

¹³² <http://www.linotype.com>, «The lifestory of Hermann Zapf.»

¹³³ Adobe Systems, *Adobe Type Browser* v. 2.3, 1997.

DANIEL B. UPDIKE * TYPOGRAPHY IS CLOSELY ALLIED TO THE FINE ARTS & TYPES HAVE ALWAYS REFLECTED THE TASTE * OR FEELING OF THEIR TIME

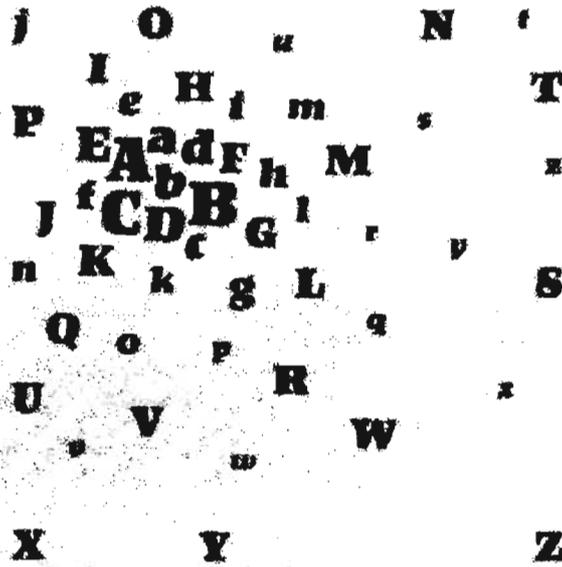
A B C D
E F G H I
J K L M
N O P Q
R S T V
W X Y Z

Hermann Zapf, página del
Manuale Typographicum, 1968.
Utilizando su tipografía
Michelangelo, Zapf organizó
esta página con una simetría
clásica que se corresponde con
la amplia prosa entre las letras.

Słowo jest potęgą. Utrwalone w pamięci, zdobywa nie dającą się ob-

liczyć ani przeliczyć władzę nad myślą i wyobraźnią ludzi, panuje nad czasem i przestrzenią. Tytuł myśli pochwycony w sieć liter żyje, działa, tworzy. Wszystko inne przonoś wiatr. Każdy posocy w rozwoju narodzi ludzkiego, wszystkie jego zdobycze narodziły się między wędrujących budyłobów, wschodzących na karcie papirusu.

Jan Parandowski



Das Wort ist eine Macht. Es bewirkt durch die Schrift, gewissermaßen über die Zeit und den Raum hinweg, die Gedanken und die Willenskräfte der Menschen. Es beherrscht die Zeit und den Raum. Nur durch die Macht der Buchstaben ergründet die Seele die Welt, schließt. Alles andere wird vom Wind verweht. Jeder Fortschritt in der Entwicklung des menschlichen Wortes, alle seine Errungenschaften, werden durch die Zeit hinweggeführt und können nur durch die Macht der Buchstaben bewahrt werden.

Hermann Zapf, página del
Manuale Typographicum, 1968.
"Gobernar el tiempo y el espacio"; esta cita de Parandowski acerca de la palabra impresa, inspiró la elaboración de este diseño.

Palatino Bold Italic

Palatino Bold

Palatino Light

Palatino Italic

Palatino Light Italic

Palatino Roman

Palatino Bold

PALATINO

231

Palatino Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Tipo Palatino (1950), muestra
tomada de la versión digital de
Adobe.

Aldus Roman 14 pt

Aldus Italic 14 pt

AaBbCcDdEeFfGgHh
IiJjKkLlMmNnOoPpQq
RrSsTtUuVvWwXxYyZz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Aldus Roman 18 pt

Aldus Italic 18 pt

Aldus

AaBbCcDdEeFfGgHh
IiJjKkLlMmNnOoPpQq
RrSsTtUuVvWwXxYyZz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Aldus Roman 24 pt

Aldus Italic 24 pt

Aldus Roman 30 pt

Aldus Italic 30 pt

232

Tipo Aldus (1952), muestra
tomada de la versión digital de
Adobe.

MeliorMeliorMeliorMeliorMelior

Melior

Melior *Melior Italic*

Melior Bold

Melior Bold Italic

MeliorMeliorMeliorMeliorMelior

MeliorMeliorMeliorMeliorMelior

Tipo Melior (1952), muestra
tomada de la versión digital de
Adobe.

Optima
Optima Italic
Optima Bold
Optima Bold Italic

Tipo Optima (1958), muestra
tomada de la versión digital de
Adobe.

Zapf Chancery

Zapf Chancery Light

Zapf Chancery Light Italic

Zapf Chancery Bold

Zapf Chancery Roman

Zapf Chancery Roman Italic

Zapf Chancery Roman Bold

235

Tipo Zapf Chancery (1979),
muestra
tomada de la versión digital de
Adobe.

Capítulo 3

La tipografía como medio creativo y de comunicación en los libros electrónicos

● 3.1 Tipografía, medios digitales y comunicación

Desde la letra hasta el párrafo, desde el fonema hasta el discurso, el mensaje hablado o escrito es una concatenación de partículas que, al mirar las piezas individuales de una obra escrita, sus signos, letras, palabras y oraciones, adquieren un valor específico sólo al formarse el entramado. Aisladas, pueden significar cualquier cosa, pues los perceptores las interpretan según sus propias experiencias, cultura y conocimientos. Pero el autor tiene la facultad de reunir las palabras para dar formas a los conceptos, y de esa manera estrechar el significado de los vocablos y conducirlos hacia un propósito determinado.

El cuerpo de la obra debe tener una organización, y esta tiene que ser evidente para el lector desde la primera vez que entra en contacto con ella. La comunicación ha de ser directa y diáfana para que las palabras del autor alcancen al lector con impacto, y para que el vínculo no decaiga mientras dure la lectura.

En cada libro, folleto o cualquier otro material, mientras esté bien escrito, existe una organización más o menos compleja. Un volumen debe ser una pieza prácticamente independiente, aunque la obra se divida en varios libros; el volumen puede estar dividido en tomos o en partes, cada uno de los cuales trata un asunto particular; las partes se separan en capítulos, los capítulos en artículos y los artículos en incisos. Desmembrando los incisos se llega al párrafo, que desde el punto de vista editorial, es la unidad fundamental.

El texto es con mucho, la mayor parte de una obra normal; sus características determinan las de los demás rangos. Algunos editores utilizan letras de mayor tamaño que las del texto para los órdenes superiores, mientras otros prefieren denotar la organización, dejando áreas blancas de diversas dimensiones, arriba y debajo de los párrafos destacados.

Existen composiciones editoriales que, contempladas simplemente como manchas de color, recuerdan las obras de Pierre Mondrian y otros genios contemporáneos de la composición geométrica. De hecho, es posible tomar inspiración de algunas obras de arte abstracto, especialmente del neoplasticismo¹²¹. Sin embargo, cualquier esfuerzo de interpretación estética estará, obligatoriamente, supeditado a la función ortodoxa primordial de la tipografía: la comunicación precisa y diáfana.¹²²

La tipografía por una parte está condicionada por la finalidad práctica, y por la otra, se expresa en un lenguaje artístico formal. Ambos aspectos, el utilitario y el formal, son determinados directamente por la época, por las prioridades del día, que acentúan algunas veces la forma y otras la función se alían en un armonioso equilibrio. La tipografía es la expresión conjunta de tecnología, precisión y buen orden. Ya no se trata de esforzarse en interpretar complejos postulados artísticos. La tipografía se dedica a la tarea de resolver formal y funcionalmente la exigencia cotidiana, con la que debe cumplir todo diseño tipográfico.¹²³

Para dominar la nueva tipografía es imprescindible conocer, al menos en lo esencial la vieja tipografía. El conocimiento, y sobre todo, la comprensión de la metodología ya desecha puede facilitar en grado sumo la adquisición de los nuevos métodos, de las nuevas formas. Debemos recuperar, en la medida de lo posible y de lo útil, la terminología de la vieja tipografía y mezclarla con la terminología aplicada a la nueva tipografía, la esencia no cambia, pero la forma si, y las nuevas formas traen nuevas palabras,

¹²¹ El Neoplasticismo es una corriente artística impulsada por Piet Mondrian en 1917 que proponía despojar al arte de todo elemento accesorio en un intento de llegar a la esencia a través de un lenguaje plástico objetivo y, como consecuencia, universal.

¹²² DE BUEN, Jorge: *Manual de diseño editorial*, México, Santillana, 2000, pp. 21, 23, 24, 152.

¹²³ RUDER, Emil. «Manuales, recetas y consejos prácticos», www.unostiposduros.antavia.com

nuevos términos, incluso nuevas metodologías. La obra, mejor o peor organizada en sus elementos es la misma, pero se llega a ella por otros caminos.¹²⁴

Los medios digitales y la comunicación

El diseño editorial digital o autoedición es el resultado de la producción de equipos y programas de cómputo, iniciadas por tres compañías en la década de 1980, las cuales son: la Apple Computer, que desarrolló la computadora Macintosh; Adobe System que inventó el lenguaje de programación Postscript, fundamentalmente los programas de composición de página y de la tipografía generada electrónicamente, y Aldus publicó Pagemaker, una de las primeras aplicaciones de programas en las que se usó el lenguaje Postscript para diseñar páginas en la pantalla de la computadora. Desde ese momento se inicia lo que llegará a ser un movimiento propio de los medios digitales de información, revolucionando no sólo las artes gráficas, sino la misma relación del individuo con su entorno.

Estos equipos de producción digital en la actualidad ofrecen al usuario una plataforma distinta para crear, de manera personalizada e instantánea, lo que hasta entonces venía haciéndose con largos procesos y con herramientas tradicionales de trabajo: lápices de color, pinceles, tintas, etc.; utensilios ahora integrados virtualmente en programas de diseño. Por decirlo de alguna manera, los programas de computación gráfica son ahora el instrumento con variadas herramientas digitales que agiliza la producción, y pone en bandeja de plata la posibilidad de proponer lenguajes y lecturas completamente nuevos.

La aparición de programas de manipulación digital de imágenes, y ahora los más recientes de producción multimedia,

¹²⁴ <http://www.martinezdesousa.net>

ofrecen posibilidades limitadas en la creación y la composición audiovisual, sólo superables por la creatividad individual.¹²⁵

Los medios interactivos, también llamados *hypermedia*, extienden el concepto del hipertexto a una combinación de comunicaciones auditivas, visuales y cinemáticas unidas para formar un cuerpo coherente de información. El CD-ROM (acrónimo de *compact disk read only memory* o disco compacto de memoria de lectura únicamente, un medio para almacenar 600 megabytes de sonido, imagen, video y/o información codificada de computadora de acceso por medio óptica l´ser) contiene diversos medios de comunicación como animación, ilustración, aún fotografías, sonido, texto y video. Estos medios están enlazados para permitir que el espectador acceda en una forma no lineal permitiéndole obtener la información que necesita a lo largo de una trayectoria personalmente escogida. Al contrario de los libros o las películas, las cuales presentan la información en secuencias lineales, los medios de comunicación interactivos tienen una estructura no lineal. En contraste con las comunicaciones impresas que se consideran terminadas salen de la imprenta, algunos programas de comunicación interactivos, tienen un aspecto final abierto, de modo que son posibles las revisiones ilimitadas para agregar o modificar el contenido.

El internet representa un avance sin precedente en las comunicaciones humanas. El crecimiento que ha experimentado a finales de los años de 1990 abrió nuevos horizontes para el diseño gráfico por profesionales e individuos que usan sus computadoras caseras y el acceso al internet para producir un sitio en la web. El interactivo es un conjunto de herramientas para diseñar, ensamblar y proporcionar aplicaciones, es decir, programas. Este conjunto de herramientas contribuye a facilitar una relación «persona-máquina» cada vez más fluida y rica en

¹²⁵ SALDAÑA, Hernández Juan Carlos: *La tipografía digital en pro de un aspecto meramente ornamental*, www.quanax.ugto.mx/INTERIORGRAFICO/tipogdgtl.html.

medios. La interactividad es, pues, aplicable a la comunicación entre las personas, en un abanico de contenidos que va desde la entrega de instrucciones hasta la expresión artística, pasando por el entretenimiento. Los medios de comunicación interactivos permiten que las pequeñas empresas e individuos se comuniquen eficientemente con el público y comercialicen productos y servicios.¹²⁶

En los últimos años las tecnologías digitales han pasado a tener un papel cada vez más importante en la producción y el consumo de textos, en su mediación así como en la forma en que nos imaginamos el espacio y nos movemos en él.¹²⁷

¹²⁶ MEGGS, Philip B: *Historia del diseño gráfico*, Barcelona, McGraw-Hill, 2000, pp. 470-474.

¹²⁷ <http://aleph-arts.org/pens/digitalstud.html>

● 3.2 De los medios impresos a los digitales

En los últimos años se ha avanzado de manera extraordinaria en el mejoramiento de las técnicas, esto quiere decir, que se han eliminado algunas etapas. Se dice que el primero en sufrir un duro golpe fue el plomo.

La evolución de los medios impresos se debe en gran medida a la imprenta de Gutenberg, por ser uno de los avances más importantes del ser humano, gracias a ella la difusión de ideas, noticias, libros, etc. pudo estar al alcance de todos.

Hace varias décadas, algunas empresas comenzaron a producir plantillas de letras transferibles. El uso de estas letras transferibles tenía sentido solo cuando se trataba de letreros cortos; además era muy complicado controlar los espacios entre los caracteres, y también era imposible formar una serie de renglones justificados. Los años cuarenta ya se habían construido los primeros prototipos de máquinas de fotocomposición, pero su comercialización comenzó, a mediados de los cincuenta. Hubo dos generaciones de aparatos de fotocomposición que tuvieron éxito, pero se extinguieron velozmente, rigiendo el mundo editorial durante unos cortos quince años. Cabe destacar que la composición de letra por letra había durado más de cuatrocientos treinta años, y el linotipo, más de ochenta. Las primeras máquinas de fotocomposición estaban equipadas con un cilindro en forma de tambor. Este servía para sujetar una película en la que las letras estaban impresas en negativo, el tambor giraba, haciendo pasar una película entre una lámpara y un papel fotosensible. Se incorporaron arreglos de lentes que permitían ampliar o reducir las letras, aumentando enormemente la capacidad de la máquina. La segunda generación recurrió a los tubos de rayos catódicos. La ventaja de estos es que no se requerían negativos, ya que la letra era información electrónica almacenada en discos magnéticos. El tubo de rayos catódicos lanzaba fotones sobre el papel fotográfico en una operación similar a la de un cinescopio de televisión. Con este sistema se pudo mejorar considerablemente el registro; en

otras palabras, las letras podían colocarse casi siempre en la posición que les correspondía, con toda exactitud. Los anteriores aparatos de matrices fotográficas estaban expuestos a ligeras imprecisiones mecánicas, debidas principalmente al desgaste.

Con las máquinas de fotocomposición y las letras transferibles, la impresión de textos finalmente pudo hacerse prescindiendo de la tipografía metálica ordinaria. Los originales ahora podían componerse pegando trozos de papel fotográfico en una cartulina, tanto letras como ilustraciones, acompañadas de algunos trazos a tinta. Las prensas litográficas comenzaron a sustituir con más frecuencia a las tipográficas.

La autoedición, fue de las más importantes por la supresión de pasos. Hay que recordar que la tipografía se construía en galera, pero al llegar a la fotocomposición, el proceso exigía algunas maniobras intermedias. Si estos pasos se hacían bien, el resultado final era seguramente mejor que el de la composición ordinaria, pero la calidad solía perderse gradualmente entre una operación y otra. Al tocar el papel, la tinta se extiende a lo largo de las fibras debido a un fenómeno llamado capilaridad, esto hace que algunos rasgos muy finos parezcan más gruesos, lo cual resulta especialmente notable en los remates y en los contornos internos de algunas de las letras muy delicadas. Antes se hacían correcciones en los tipos de metal. En cuanto a la manufactura del papel: se han reproducido papeles muy lisos y poco absorbentes, ideales para los detalles finos que exige el mercado contemporáneo de los impresos. Desde que aparecieron, las letras de la fotocomposición ya no estaban tan expuestas a las dificultades físicas del transporte de la tinta al papel, como la capilaridad excesiva, sino que sufrían otras deformaciones propias.¹²⁸

¹²⁸ DE BUEN, Jorge: o. cit., pp. 78-80.

La asequibilidad y efectividad de coste de la nueva tecnología computarizada implicó que los estudios e imprentas de todo el mundo comprarán sistemas de autoedición que les capacitaban para hacer composiciones, compaginadas, originales y en algunos casos, incluso selecciones de color en películas. Adicionalmente los sistemas de autoedición proporcionaron a los diseñadores una herramienta rápida de visualización que reemplazó muchos métodos laboriosos y que requerían una gran inversión de tiempo en el estudio. El fácil manejo de la Mac, líder del mercado en el inicio de la nueva tecnología, y la incorporación de otros sistemas como el de las IBM compatibles, permitieron que los tipógrafos, tanto inexpertos como profesionales trabajaran con ellos tras un aprendizaje relativamente corto.¹²⁹

¹²⁹ PERFECT, Christopher: o. cit., p. 216.

● 3.3 Antecedentes de los libros electrónicos

A la par de las nuevas tecnologías, nacen otras formas de concebir y escribir un libro. Ahora la pantalla electrónica ofrece una gama de dimensiones que permite manipular los textos a voluntad. El placer y beneficio de la lectura en papel es un acto que aún tardará en ser totalmente desplazado, a pesar de que las nuevas generaciones se adaptan mejor a los formatos electrónicos y –contrario a lo que se piensa– cada vez se acercan más a la lectura en la pantalla de una computadora. La tecnología ha modificado la cultura que rodea al libro, las librerías, la industria editorial, las bibliotecas y la difusión de libro. Simplifica las tareas, disminuye distancias y economiza costos y tiempo. Respecto de los libros que se editan en soporte electrónico, para ser leídos en una pantalla, existen dos tipos: los que se publican en Internet y los editados en discos compactos. Ambos tipos se conocen como *e-books* –o libros electrónicos–, y comúnmente constituyen una nueva versión de una obra que anteriormente había sido impresa en papel, los cuales tuvieron su inicio en la década de los 60's, al comenzar Usenet como un antecedente directo de Internet.

Entre los libros editados en páginas electrónicas también encontramos dos tipos:

- a) aquellos que han sido llevados del papel a la pantalla, en cuyo caso se digitaliza un texto, se «sube» a una página electrónica y se le destina un uso específico, ya sea que sólo se pueda leer, se pueda comprar vía red o se pueda bajar a un disco duro. Aquí se incluyen clásicos de la literatura o de la ciencia política que ya se pueden consultar gratuitamente, como son las obras de Shakespeare, John Milton, Miguel de Cervantes, Dante, Esquilo, Maquiavelo, Rousseau, etcétera.

b) El otro tipo de libros en páginas electrónicas son aquellos escritos especialmente para la red. Éstos comprenden, en su mayoría, obras de autores que aprovechan el medio para promoverse sin demasiados costos. También se incluyen aquí las *cibernovelas* donde los visitantes participan en la modificación de la trama, personajes y final de las historias, creando así una nueva modalidad de interacción en la lectura de un mismo texto. Por otro lado, ciertos autores reconocidos que están valorando la importancia de estos medios para la venta de sus obras: Stephen King tiene varios títulos dispuestos en línea donde se cobra por los derechos de lectura; sin embargo, el lector no puede imprimirla en papel ni bajarla al disco duro de su computadora. Simplemente se le vende la oportunidad de leerla en pantalla durante cierto tiempo. Las nuevas tecnologías buscan cada día más emular el formato del libro tradicional, sólo que ahora con mayores posibilidades de almacenamiento de información en un mismo sistema de reproducción. Actualmente existen en el mercado máquinas que reproducen libros electrónicos en formatos fijos para ser leídos en pequeñas pantallas portátiles que imitan el proceso de lectura de un libro en papel: desde la forma de pasar las hojas, hasta la posibilidad de subrayar el texto mediante una pluma digital e incluso realizar anotaciones en la pantalla, para posteriormente recuperar la información en forma organizada.¹³⁰

¹³⁰<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n20/libros.html>

● 3.4 La edición como parte fundamental en el diseño editorial

Uno de los placeres de la edición es remontar las dificultades de un reto que parece imposible. Muchos de esos retos están en los detalles, algunos de los cuales son: establecer una caja tipográfica ideal para las dimensiones del libro que se planea y para el proyecto que se lleva a cabo, el formar una tipografía con todas sus variantes consiguiendo innovación y clasicismo al mismo tiempo, tener un logro página a página buscando la perfección parcial de ellas como el cuidar como se vera finalmente toda la obra. Pero las minucias de la materia editorial toman sentido cuando forman parte de una creación por las palabras de una investigación interesante, de una narración excepcional, de una reflexión creativa.

Entonces viene el reto, para el editor de buscar y encontrar textos e imágenes relevantes para lo que se pretende. Y si no existen, producirlos o motivarlos. Hacer del contenido de una publicación un conjunto armónico, en donde cada texto haya sido revisado, comprobado y reelaborado si es necesario para el conjunto, la nueva unidad misma que conforman todos los textos y las imágenes deben ser un logro más.¹³¹

Algunos aspectos esenciales de la edición, en donde el diseñador editorial puede colaborar, son los siguientes:

- Combatir las erratas en el texto, por todos los medios posibles.
- Aplicar las convenciones editoriales vigentes.
- Diagnosticar y dictaminar el valor y la viabilidad de una publicación.
- Procurar un balance entre recursos económicos, costos, acabados y tiempo disponible.

¹³¹ RUY Sánchez, Alberto: «Ilusión y desilusión del diseño y el lenguaje», Rubrica. Revista del taller de Tipografía de la Escuela Nacional de Artes Plásticas. Año I. N° 2, febrero 1996.

- Atender al interés y las necesidades del lector.
- Desplegar un lenguaje visual elocuente, atractivo, pertinente y rico.
- Realizar correctamente la formación de los textos.
- Procurar la mejor calidad posible en la reproducción, tanto de imágenes como de palabras.

El amplio campo de trabajo del diseño editorial posibilita la atención a las necesidades de comunicación gráfica en los ramos de la educación y la cultura, el comercio, la industria y todo tipo de servicios. Para ello, el diseñador editorial cuenta hoy en día con poderosas herramientas tecnológicas que debe aprender a valorar y utilizar, sin menoscabo de las técnicas tradicionales cuando éstas sean necesarias. En resumen, el diseñador editorial debe tener conocimientos especializados en tres grandes áreas: edición, diseño gráfico y producción. Esto le permitirá participar destacadamente en la toma de decisiones estratégicas para el nacimiento o la depuración de una publicación.¹³²

¹³² RIVERA Ferreiro, Mauricio: «¿Qué es el diseño editorial?», Folleto informativo para la especialidad de Diseño editorial en la Escuela Nacional de Artes Plásticas. UNAM.

● 3.4.1 Planeación del diseño editorial en un libro electrónico

Los avances tecnológicos han contribuido a renovar, por un lado, el método tradicional de edición y, por otro, han generado un nuevo concepto de trabajo editorial destinado a la edición electrónica. Es decir, para la manufactura de libros en papel existe un trabajo editorial basado en métodos tradicionales, pero apoyado en la tecnología moderna. En cambio para los libros en disco compacto o en red se están conformando normas que, en algunos aspectos, recuperan parcialmente el trabajo tradicional de las artes gráficas. En el trabajo editorial los aportes tecnológicos agilizan el proceso de publicación: escritura, captura, corrección, composición tipográfica, diseño, formación e impresión. Desde que el autor redacta su texto en la computadora está ahorrando una fase del trabajo editorial que era la captura. La máquina también permite llevar a cabo la corrección de estilo en pantalla y realizar comparaciones entre las distintas versiones de un escrito, todo apoyado con diccionarios especializados en distintos temas que se cargan al *software*. En cuanto a la composición tipográfica, los nuevos programas han eliminado la necesidad de la fotocomposición. Al contar con un documento previamente capturado y corregido, han disminuido los márgenes de error en la formación y, sobre todo, se erradica cada vez más el fantasma de las erratas, los empastelados, letras rotas, líneas repetidas y demás monstruos tipográficos. El proceso de edición de un libro para ser leído en medios digitales se conoce como edición electrónica. Constituye un conjunto de procedimientos y pasos previos para la publicación de un texto en CD o en la red. Aún hay que definir muchos conceptos relacionados con la edición electrónica de libros. Por ejemplo, aunque el término libro no se adecua a los nuevos sistemas —en el sentido de que se le define como el conjunto de muchas hojas de papel, impresas y encuadernadas juntas, con una cubierta de papel, cartón, piel o madera—, se sigue empleando el término para designar a las nuevas publicaciones en disco compacto o en red.

En muchos campos se sigue trabajando con los conceptos propios de los libros tradicionales.¹³³

Basándonos en el conocimiento tradicional de la edición de libros, a continuación se enuncian los pasos que se siguieron en la elaboración del libro electrónico titulado *Arte, diseño y tipografía en la primera mitad del siglo XX*:

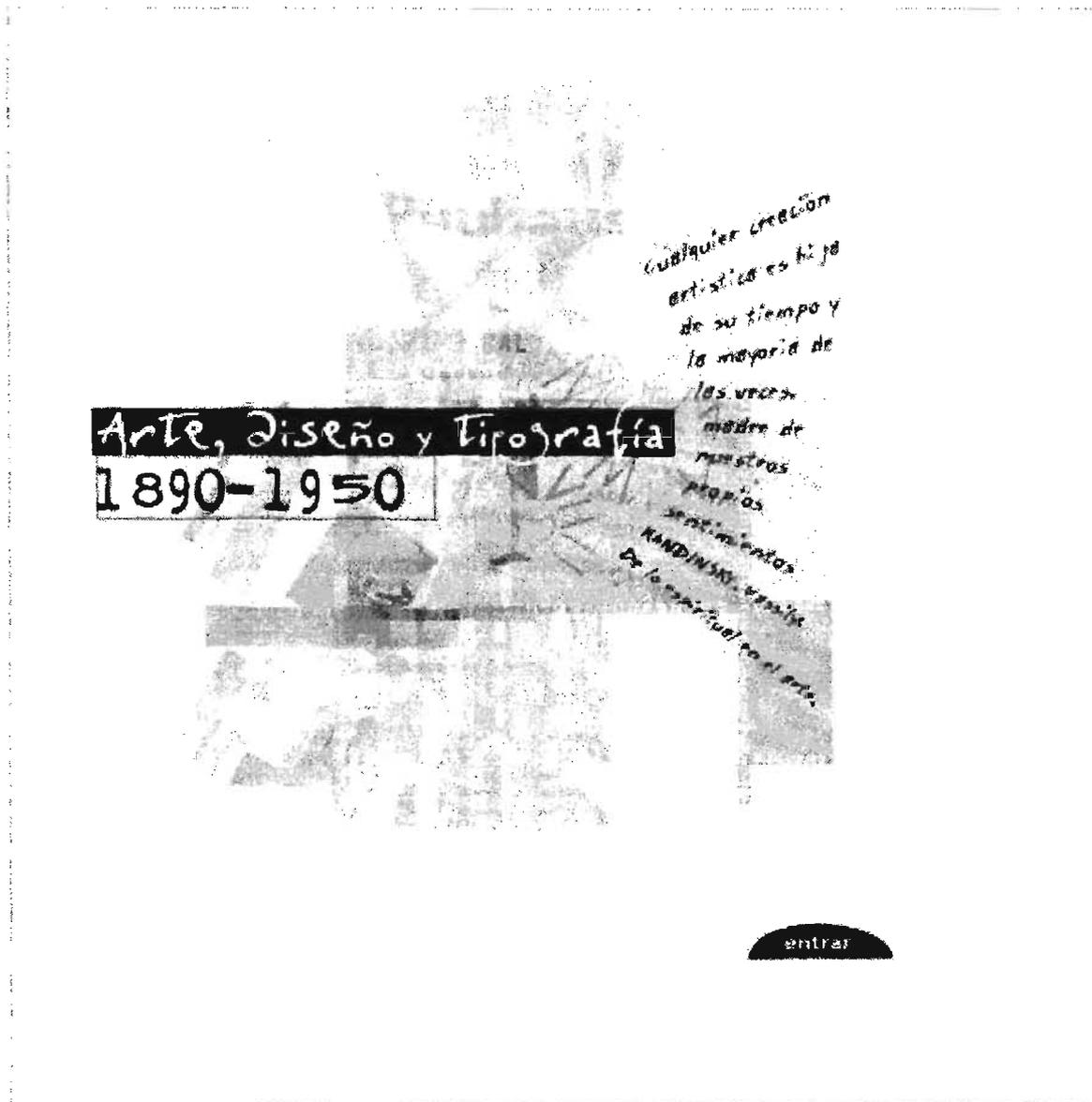
- La edición y captura de texto se elaboró en un procesador de textos, y este procesador de textos es Microsoft Word.
- El diseño y la formación de este libro se realizó en Adobe Indesign 2.0, este software permite la aplicación necesaria para el diseño y maquetación profesional y veloz de páginas, y además tiene las siguientes ventajas: Compatibilidad con QuarkXpress y PageMaker, importación de textos, manejo profesional de la plumilla y sus variables, integra Adobe Photoshop, Illustrator y Acrobat.
- Las imágenes se recopilaron de libros, revistas y páginas en internet, estas imágenes se trabajaron en Photoshop programa en el cual se pueden modificar y crear imágenes tanto para la web como para cualquier presentación.
- Posteriormente se exportó como PDF para poder ser leído en Acrobat Reader. El formato pdf es un formato de archivo digital, cuyas siglas significan Portable Document Format. Se trata de un formato nativo creado por la compañía Adobe Systems que se basa en el modelo de lenguaje Postscript para describir el texto, los gráficos y las imágenes, independientemente de cualquier plataforma. Los archivos PDF son compactos, permiten la realización de búsquedas y puede accederse a ellos en cualquier momento utilizando Acrobat Reader. Los hipervínculos interactivos hacen que sea fácil de navegar para los archivos PDF.¹³⁴

¹³³ «Nuevas tecnologías en la edición electrónica para libros», FRAGANO, Carmen: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n20/libros.html#2>

¹³⁴ <http://www.adobe.com>

La investigación de Arte, diseño y tipografía en la primera mitad del siglo XX se organizó de la siguiente forma:

Portada



Portadilla



**Arte, Diseño y Tipografía
1890-1950**

**Marisol Ramírez
Myriam Rubio**
Investigación, recopilación y diseño

Mauricio Rivera
Coordinación editorial

bienvenido

250

Índice de movimientos artísticos

Los movimientos artísticos Su influencia en la tipografía

- Arts and Crafts
- Art Nouveau y el cartel
- El cambio de siglo y el impacto en la tipografía
- Cubismo
- Futurismo
- Dadaísmo
- Surrealismo y expresionismo
- Suprematismo y constructivismo
- De Stijl
- Bauhaus
- Art Deco
- El diseño y la propaganda entre guerras

salir

inicio

imágenes

Interior movimientos artísticos

● El movimiento Arts and Crafts y las imprentas privadas

salir



William Morris (1834-1896).
Representante del movimiento
Arts and Crafts.

● El mayor representante del movimiento Arts and Crafts fue William Morris (1834-1896) -diseñador, artesano, teórico y artista-, quien estableció principios como "la realidad de los materiales" y métodos de producción que llegaron a ser la base del movimiento. Durante las últimas décadas del siglo XIX este movimiento floreció en Inglaterra como una reacción contra Revolución industrial.

● Mostraba una gran devoción por el regreso a la destreza manual y consideraba detestables y baratos a los artículos producidos en masa de la época victoriana. En las décadas de 1880 y 1890 el movimiento fue apoyado por un número de sociedades y gremios que buscaban establecer co-

259

6

menú

movimientos

imágenes



Interior Tipógrafos

salir

A.M. Cassandre
1907-1968



Nombre: A. M. Cassandre, seudónimo de Adolphe Jean-Marie Mouron
País de origen: Ucrania

Aportación tipográfica. Su carrera como diseñador gráfico la inició a la edad de 22 años en París, a donde se había trasladado al cumplir 14 años, elaborando carteles para la imprenta Itachard. En sus carteles expresaba el lenguaje de las imágenes pictóricas y de las formas tipográficas, y posteriormente lo pasaba por el cedazo de planteamientos inspirados en los artistas del Movimiento Moderno, cubistas, constructivistas y otros. Ese sistema de trabajo dio como fruto su primer diseño tipográfico, el semiabstracto y altamente estilizado Bifur, lanzado en 1929 por la fundición Deberny & Peignot. Cassandre explicaba que Bifur "era un tipo diseñado para la publicidad... para una

175

260

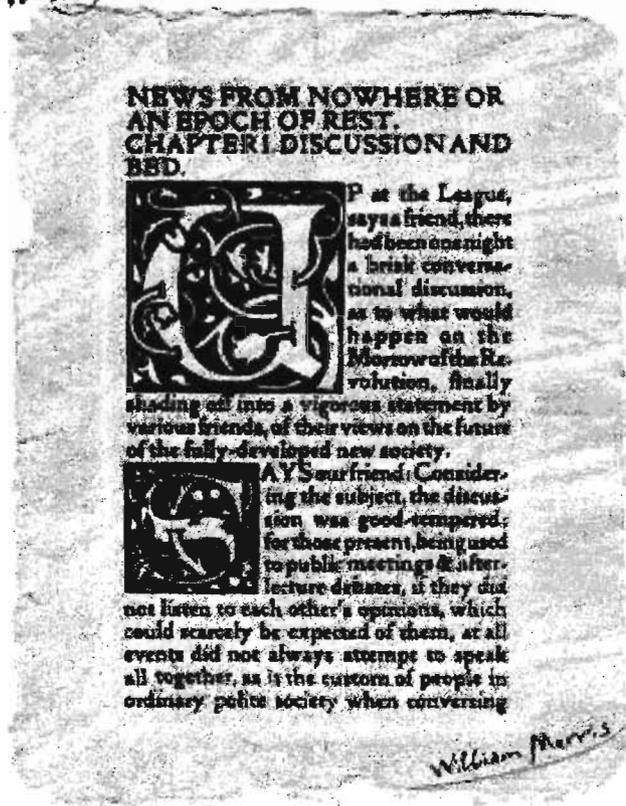
Inicio

tipógrafos

Imágenes



Galería de imágenes



William Morris, página de muestra perteneciente a la imprenta Kelmscott, que muestra el uso del tipo Golden, 1892.



Inicio

volver al texto

Se pensó en el tamaño óptimo de la pantalla, y este tamaño es de 18 x 18 cm, con el fin de dar mayor comodidad a la lectura sin que se tenga que estar moviendo la barra para poder leer, en cuanto a la impresión este formato se puede imprimir en papel tamaño carta, ya sea horizontal o vertical, sin que se corten imágenes o texto. A diferencia de las páginas de un libro convencional, aquellas que forman parte de un libro electrónico pueden ser dinámicas y reactivas.

- Pueden cambiar dinámicamente de acuerdo con las necesidades del usuario.
- Proporcionan mecanismos de vuelta atrás, que mantienen una historia de la interacción del usuario con el libro.
- Permiten una lectura no lineal.
- Facilidades de copiado y compartido.
- Rapidez en el acceso y exactitud en la recuperación.
- Actualizaciones rápidas y efectivas.
- Capacidades añadidas de memoria.
- Potencialidades en la enseñanza.
- Ahorro por el poco espacio que ocupa en disco magnético o en medios de almacenaje óptico.
- Gracias a las tecnologías de transmisión por red, pueden diseminarse rápida y económicamente.
- Ofrecen facilidades de búsqueda que garantizan una recuperación efectiva de la información.
- Permiten el acceso al conocimiento de las últimas novedades que haya introducido el autor en su obra. Esta capacidad de actualización es muy útil en la comunicación científica, pues hace posible conservar el estado de una investigación, de un estudio, en un solo texto que se mantiene en constante remodelación.

- Se evita la acumulación de artículos y libros que sólo puede que aporten alguna novedad, pero también considerables repeticiones.
- Se abre un diálogo entre el lector/autor, entre lector/lectores y entre autor/lectores. Esta habilidad es en su mayoría impensable en un medio de escritura tradicional.¹³⁵

Tipografías empleadas:

Contrivance: Títulos

Esta tipografía fue diseñada por:

Frank Heine (1964-2003) Tipógrafo Alemán.¹³⁶

Trebuchet: Textos

Fue diseñada por Vincent Connare (1960-)

Tipógrafo Estadunidense.¹³⁷

ChickenScratch: Citas

¹³⁵ ORTIZ Rivera, Laurie Ann: http://www.edicionesdelsur.com/articulo_121.htm

¹³⁶ <http://www.myfonts.com/fonts/agfa/contrivance/>

¹³⁷ <http://www.myfonts.com/person/connare/vincent/>

● 3.5 Costos de producción de un libro electrónico

Es el medio más eficaz y económico para las empresas y centros educativos para distribuir información a clientes, empleados y estudiantes. Este nuevo formato lentamente comenzó a instalarse y más allá de resistencias está provocando algunos cambios en las técnicas de venta y marketing de la industria del libro. Una de las razones por las que existe cierta división entre el sector de los libros impresos y el de los electrónicos es el miedo al impacto que este nuevo formato puede tener en una industria tan establecida.

Muchos piensan que los textos digitales acabarán con los libros impresos, algo que no ha pasado ni se cree que pase nunca, la lectura electrónica viene a complementar y no a sustituir a la tradicional en papel. En cuanto a precios, estos suelen ser un poco más reducidos para los libros electrónicos que para los de soporte en papel.¹³⁸ Con éstos se evitan los procesos de revisión y edición que tardan hasta un año, para obtener los originales que permiten iniciar la impresión del libro; además de que las ilustraciones de los libros electrónicos son de mejor calidad. Igualmente, los mecanismos de comercialización y distribución son más fáciles y de menor costo por las propiedades físicas que los distinguen de los libros tradicionales.¹³⁹

Costos:

CD: \$4.00

Cajas: \$2.00

¹³⁸ «Sobre los libros electrónicos», <http://weblog.educ.ar/noticias/archives/003324.php>

¹³⁹ «El libro digital... una realidad», <http://www.enterate.unam.mx/Articulos/abril/librodig.htm>

Impresión de 100 CD en serigrafía a tres tintas:

1er tinta \$45.00

2da tinta \$35.00

3er tinta \$25.00

Positivos: \$75.00

Total de impresión: \$1.80 c/u

Impresión de cubiertas a color: \$6.00 c/u

Costo total de cada CD: \$13.80

● 3.6 Distribución, promoción y difusión de un libro electrónico

Los libros electrónicos circulan como archivos que sólo pueden leerse a través de los programas para los cuales fueron diseñados. Los más comunes de esos programas son el Adobe Acrobat Reader y el Microsoft Reader. Ambos son de distribución gratuita y permiten leer libros, marcar páginas o resaltar frases y realizar anotaciones 'al margen'. De acuerdo con los permisos grabados en los archivos (que pueden consultarse bajo la etiqueta 'propiedades'), los libros electrónicos se pueden además copiar un número limitado de veces y, con suerte, imprimirlos (casi nunca más de una vez). Los libros que se incluyen en las bibliotecas son de distribución gratuita mientras que los listados en las librerías de la red sólo pueden leerse si uno los compra previamente. El trámite es sencillo y, en uno y otro caso, se baja el archivo a la computadora personal o palmtop.¹⁴⁰

En un inicio, la comercialización de los libros electrónicos era casi imposible, pues se encontraban en formatos HTML o PDF, lo que los hacía estar al alcance de cualquiera que tuviera acceso al WWW. Por ello se consideró necesario establecer sistemas de comercialización donde fuera necesario pagar para obtener una copia de cualquier libro que se encontrara en la Red. Además, se debieron proteger las copias que se vendieron para que no pudieran ser reproducidas, con la finalidad de proteger los derechos de autor y no dañar el mercado de las publicaciones tradicionales. Se ha comenzado a limitar el número de copias que se pueden realizar. Esta es una de las similitudes que los libros electrónicos tienen ahora con los comunes, es importante comercializarlos de igual forma, restringiendo su uso a partir de su pago previo, para no atentar en contra de los intereses de las empresas editoras y de los autores. Esto se logrará poco a poco;

¹⁴⁰ «Sobre los libros electrónicos», <http://weblog.educ.ar/noticias/archives/003324.php>

no obstante se puede comenzar con la colocación de marcas electrónicas a las páginas, que no sean visibles en la pantalla, pero que permitan certificar de dónde provienen y cuál es el origen de la copia. Su correcta comercialización dependerá directamente de la creación de mecanismos de seguridad que se desarrollen para proteger y controlar la distribución de copias. Estas aplicaciones también deben adaptarse a la realidad de las bibliotecas. En este caso, los libros electrónicos podrían tener un seguro que no permita su reproducción, e incluso un tiempo de vida para que expiren cuando no sean entregados a tiempo.¹⁴¹

Este libro electrónico se distribuirá en un CD, en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, para los alumnos de Tipografía y Diseño Editorial, el cual su costo será simbólico, para de esta forma reproducir más y distribuirlos a todos los alumnos que les interese consultar este material.

¹⁴¹ «El libro digital... una realidad», <http://www.enterate.unam.mx/Articulos/abril/librodig.htm>

Conclusiones

La tipografía no sólo abarca el conocer las familias tipográficas, sino también el aspecto económico-cultural que se respiraba en dicho momento, y por supuesto los avances tecnológicos tanto en la impresión como en la elaboración de los tipos. Mucho de ello influencio para que ciertas tipografías tuvieran los remates más gruesos o alargados para que en el momento de la impresión no se deformaran.

Desde finales del siglo XIX y principios del XX, William Morris un creador de libros, impecables desde su diagramación hasta la impresión, nos dejó un legado, que todo trabajo requiere hacerse con minuciosidad y limpieza, en donde la selección del papel, la tipografía y las ilustraciones son nuestros elementos clave, que se deben manejar y planear desde el principio para un mejor resultado.

Desde los primeros tipos móviles de metal, inventados en Alemania por Johann Gutenberg, los tipos han estado en constante cambio, pero siempre existe una cierta fijación al pasado para retomar algunos tipos y crear nuevas variantes para su uso actual. Cabe mencionar el tipo Centaur, diseñado por el tipógrafo Bruce Rogers, y emitida en 1914, la cual está inspirada en el tipo Jenson del siglo XV.

En la actualidad estamos rodeados de imágenes y textos plasmados en revistas, libros, catálogos, folletos, por lo tanto la selección de la tipografía y la funcionalidad de la misma es imprescindible para su mejor aprovechamiento. Por ejemplo: las tipografías con fustes son visibles en impresos pero en pantalla no son muy apropiadas, por que los fustes tienden a no ser muy perceptibles. Para pantalla se recomiendan los tipos Sans Serif por que hay no tener remates se distinguen con mayor facilidad y para la impresión son claros.

Para responder a la pregunta de ¿cómo se puede facilitar la lectura de la tipografía?, se implican preguntas adicionales: ¿cómo se logra que los compositores tipográficos en miles y miles de imprentas entiendan lo que es una buena y legible composición de texto?, ¿cómo se logra convencer a todas estas instituciones educativas que la tipografía es un campo importante de enseñanza y de investigación, el cual debería ser enseñado y probado a través de la experimentación y la práctica, en lugar de ser transmitido únicamente mediante materias teóricas?

Cuando se quiere lograr una comprensión tipográfica tanto en la comunicación verbal como el facilitar la legibilidad de ésta, se requiere no solamente de experiencias y conocimientos sobre la utilización de las reglas y de los medios para la comprensión tipográfica sino también sobre la función social y la responsabilidad del diseñador.

Al visualizar la importancia que tiene la tipografía en todo diseño, se buscó la manera de abarcar tres temas que complementarían la investigación de tesis y fueron: los movimientos artísticos, los avances tecnológicos y la biografía de los tipógrafos. Todos ellos se complementan para un mejor entendimiento tanto de la trayectoria profesional del tipógrafo como del momento histórico que se vivía.

Bibliografía

- BLACKWELL, LEWIS: *La tipografía del siglo XX*, Barcelona, Gustavo Gili, 1998.
- DE BUEN, JORGE: *Manual de diseño editorial*, México, Santillana, 2000.
- FELBINGER, UDO: *Toulouse-Lautrec*, Barcelona, Könemann, 2000.
- KRAUBE, ANNA-CAROLA: *Historia de la pintura*, Barcelona, Könemann, 1995.
- LARROYO: *Sistema de la estética*, México, Porrúa, 1979.
- LEWIS, BLACKWELL: *La tipografía del siglo XX*, Barcelona, Gustavo Gili, 1998.
- LIVINGSTON, ISABELLA: *The thames and hudson dictionary of graphic design and designers*.
- LUPTON, ELLEN/ J. ABBOTT MILLER: *el abc de la bauhaus y la teoría del diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 1994.
- MEGGS, PHILIP B: *Historia del diseño gráfico*, Barcelona, McGraw-Hill, 2000.
- MÜLLER-BROCKMANN, JOSEF: *Historia de la comunicación visual*, Gustavo Gili, Barcelona, 2001.
- SPENCER, HERBERT: *Pioneros de la tipografía moderna*. Gustavo Gili.

Revistas :

«Libros de México», Organismo de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, N^o 67, *El libro electrónico y la Internet*, p. 21.

RUY SÁNCHEZ, ALBERTO: «Ilusión y desilusión del diseño y el lenguaje», Rubrica. Revista del taller de Tipografía de la Escuela Nacional de Artes Plásticas. Año I. N^o 2, febrero 1996.

RIVERA, FERREIRO MAURICIO: «¿Qué es el diseño editorial?», Folleto informativo para la especialidad de Diseño editorial en la Escuela Nacional de Artes Plásticas. UNAM.

Páginas web:

«Diseño Victoriano y Arts and Crafts», <http://moon.inf.uji.es>
«Kelmescott Chaucer», <http://kane.uab.es>
«Nace el Art Nouveau», <http://www.imageandart.com>
<http://www.sonria.com/design/personajes/behrens.php>
«El constructivismo y suprematismo ruso», www.unostiposduros.com
«De Stijl», <http://www.unostiposduros.com>
«¿Quién es el Tío Sam?», www.comunidadboliviana.com.ar
«Grandes maestros de la tipografía: Morris Fuller Benton»,
www.unostiposduros.antaviana.com
«Grandes maestros de la tipografía: Adrian Frutiger», www.unostiposduros.antaviana.com.
«Grandes maestros de la tipografía: Eric Gill», www.unostiposduros.antaviana.com
«Jan van Krimpen», <http://www.linotype.com>
«Grandes maestros de la tipografía: Max Miedinger», www.unostiposduros.antaviana.com
«Grandes maestros de la tipografía: Stanley Morison», www.unostiposduros.antaviana.com
<http://www.rodwell.pwp.blueyonder.co.uk/morison.htm>
«Linotype library: Stanley Morison», www.linotype.com
«Grandes maestros de la tipografía: Paul Renner», www.unostiposduros.antaviana.com
«Grandes maestros de la tipografía: Bruce Rogers», www.unostiposduros.antaviana.com
Adobe Systems, *Adobe Type Browser* v. 2.3, 1997.
«Grandes maestros de la tipografía: Jan Tschichold», www.unostiposduros.antaviana.com
<http://www.sabon.org>
GRUENDLER, Shelley «Beatrice Warde», www.stbride.org/conference2002
www.identifont.com
www.unostiposduros.com
<http://www.letterpress.ch/APINET/MONOTYPE.timeline>
«Grandes maestros de la tipografía: Hermann Zapf», www.unostiposduros.antaviana.com
<http://www.linotype.com>, «The lifestory of Hermann Zapf.»
RUDER, Emil. «Manuales, recetas y consejos prácticos», www.unostiposduros.antaviana.com
<http://www.martinezdesousa.net>
SALDAÑA, HERNÁNDEZ JUAN CARLOS: *La tipografía digital en pro de un aspecto meramente ornamental*, www.quanax.ugto.mx/INTERIORGRAFICO/tipogdgtl.html.
<http://aleph-arts.org/pens/digitalstud.html>
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n20/libros.html>
«El formato PDF», www.adobe.com
«Nuevas tecnologías en la edición electrónica para libros», FRAGANO, Carmen: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n20/libros.html#2>
ORTIZ, RIVERA, LAURIE ANN: http://www.edicionesdelsur.com/articulo_121.htm
<http://www.myfonts.com/fonts/agfa/contrivance/>
<http://www.myfonts.com/person/connare/vincent/>
«Sobre los libros electrónicos», <http://weblog.educ.ar/noticias/archives/003324.php>
«El libro digital... una realidad», <http://www.enterate.unam.mx/Articulos/abril/librodig.htm>