

TFG

POSTAL FREE

TIPOGRAFÍA ILUSTRADA

Presentado por Pablo Gaston Gil Sanchis

Tutor: Roberto Vicente Giménez

Facultat de Belles Arts de Sant Carles

Grado en Bellas Artes

Curso 2017-2018



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

PALABRAS CLAVE

Tipografía, postal, diseño gráfico, color.

RESUMEN

El proyecto que voy a realizar se basa en la Postal free, dos series de postales publicitarias de autopromoción, utilizando como elementos principales la tipografía y la línea. Para poder llevar a cabo este proyecto hemos investigado y analizado tanto la historia del lenguaje y la tipografía, como la de la tarjeta postal, de esta forma hemos obtenido una información completa sobre el tema que vamos a desarrollar. Cada postal incluye una letra o una palabra ilustrada en todas sus variantes, y cada una de las dos series de postales en conjunto formarán un diseño, ya que cada una de las series de postales cumplen con unos patrones y unas gamas cromáticas de color similares. Paralelamente hemos elaborado un *namings* propio, con el cuál poder identificarnos y darnos a conocer. La elaboración de los caracteres tipográficos es a mano, para que cada letra o palabra tenga una expresión, bien con textura, collage, fotografía o personificación en el anverso de la postal. En el reverso de la postal aparece mi identidad (*namings*) y nuestro contacto (redes sociales).

El objetivo principal de este proyecto es crear un vínculo entre el diseño, la ilustración y la letra, para compartir con los demás la importancia del trabajo de la tipografía como herramienta de edición e inspiración.

KEYWORDS

Typography, postcard, graphic design, color.

SUMMARY

The project I'm going to make is based on Postal free, two series of self-promotional advertising postcards, using typography and line as main elements. In order to carry out this project we have researched and analyzed both the history of language and typography, as well as the postal card, in this way we have obtained a complete information on the subject that we are going to develop. Each postcard includes a letter or an illustrated word in all its variants, and each of the two series of postcards as a whole will form a design, since each of the series of postcards comply with similar color patterns and color ranges. At the same time we have developed our own naming, with which we can identify ourselves and make ourselves known. The elaboration of the typographical characters is by hand, so that each letter or word has an expression, well with texture, collage, photograph or personification on the obverse of the postcard. On the back of the postcard appears my identity (naming) and our contact (social networks).

The main objective of this project is to create a link between the design, the illustration and the letter, to share with others the importance of typography work as an editing and inspiration tool.

ÍNDICE

1. Introducción	pág. 5
2. Objetivos y metodología	pág. 7
3. Marco teórico	pág. 8
3.1. Historia de la tipografía	
3.2. Historia de la tarjeta postal	
3.2.1. La edad de oro	
3.2.2. De la Primera a la Segunda Guerra Mundial	
3.2.3. Del siglo XX a la actualidad	
4. Justificación y motivación	pág. 15
4.1. ¿Por qué hago esto?	
4.2. ¿Cómo surge la idea?	
5. Proyecto	pág. 17
5.1. Bocetos	
5.2. Formato y soporte	
5.3. Referentes	
5.4. Técnica y estudio de las postales	
5.4.1. Serie: Letra y palabra	
5.4.2. Serie: Números	
5.4.3. Reverso de las postales: <i>Naming</i>	
6. Conclusiones	pág. 31
7. Índice de las imágenes	pág. 33
8. Bibliografía	pág. 35

1. Introducción

Una de nuestras grandes fuentes de inspiración y admiración en cuanto a diseño gráfico se refiere, es la tipografía. La tipografía puede comunicar ideas, emociones; además de que funciona como un signo de identidad. Así mismo cumple la función de jugar con elementos gráficos como los espacios y la definición de las letras de acuerdo a un objetivo específico que puede expresar conceptos muy bien definidos como la simplicidad o la elegancia del carácter escrito. Al haber cursado asignaturas de diseño haciendo hincapié en la tipografía en los años académicos anteriores, ha hecho que surgiera en nosotros la curiosidad por experimentar y aprender diferentes formas de utilizar e interactuar con los caracteres tipográficos.

La idea para realizar este proyecto nace a partir de una serie de trabajos realizados en la asignatura de *Proyectos de diseño e ilustración*, en la cual teníamos que dibujar letras o palabras con diferentes estrategias creativas con el objetivo de crear dos series de postales con tipografía ilustrada para autopromoción, utilizando diferentes métodos o estrategias propias del diseño como la textura, la personificación, el collage u objetos. En un principio solo era un trabajo mas para la asignatura, pero con la suma de elementos tanto prácticos como teóricos, el proyecto ha ido cogiendo forma y ha terminado siendo la base del TFG.

El objetivo principal de este proyecto reside en la relación entre la postal y la tipografía. Como a raíz de caracteres tipográficos modificados a partir de diferentes elementos gráficos, se relaciona la postal de autopromoción con la letra. Mediante el diseño gráfico como nexo entre la tipografía y la tarjeta postal, conseguimos que esta tenga una función comercial, concretamente en el ámbito de la publicidad.



Fig. 1. Alex Trochut. Tipografía ilustrada.



Fournier

Baskerville Didot

Caslon Bodoni

(De izquierda a derecha)
Uso de la tipografía a lo largo de la historia.

Fig. 2. Tipografía Helvética

Fig. 3. Tipografías clásicas

En cuanto al apartado estético, teniendo como referentes varios artistas que trabajan la tipografía de una forma personificada (Fig. 1), este proyecto se basa en interactuar con el volumen, las líneas y las formas, de esta forma elaboramos espacios con los que poder jugar y conseguir de una postal, una obra de arte con la que poder entablar una relación publicitaria.

A lo largo de la historia, se han creado miles de tipografías muy relevantes (Fig. 2, 3), sin ellas no entenderíamos la historia de la tipografía y el diseño gráfico tal y como la conocemos, siendo en muchos periodos de la historia, el principal medio de comunicación.

Quería agradecer a mi tutor, Roberto Vicente Giménez, quien despertó en mí un gran interés por el dibujo en segundo de carrera y quien me ha ayudado a afrontar este proyecto de principio a fin. Gracias por tus consejos y por guiarme durante todo este proceso. También quería agradecer a mi familia y a mi pareja, por estar ahí en todo momento, animarme y calmarme en las situaciones más difíciles.

Por último decir que haber podido disfrutar de principio a fin este proyecto ha sido lo mas importante, desde los primeros bocetos hasta la maquetación final.

2. Objetivos y metodología

A la hora de llevar a cabo un proyecto tan grande, es muy importante seguir unos pasos para organizarnos y cumplir nuestros objetivos. Entendemos por metodología de proyecto al proceso que seguiremos para gestionar nuestro trabajo siguiendo unos requisitos y pasos, con el fin de encontrar rutas de trabajo optimizadas.

2.1. Objetivos

Los objetivos que vamos a seguir para poder llevar a cabo este proyecto son los siguientes:

1. Investigar y conocer más a fondo el marco conceptual en el que vamos a desarrollar y la historia que esta detrás del tema de nuestro trabajo. Es necesario documentarse concienzudamente sobre los antecedentes históricos e investigar los referentes más representativos de cada ámbito propuesto.
2. Elaborar letras, números o palabras con tipografía ilustrada con diferentes estrategias creativas con el objetivo de crear una serie de postales para autopromoción, utilizando diferentes métodos o estrategias propias del diseño como la textura, la personificación, el collage o la fotografía.
3. Crear a partir de diferentes técnicas del diseño gráfico como Photoshop o illustrator, un *naming* propio (que se ubicará en la parte del reverso de la postal junto a nuestro contacto) con el cual identificarnos y ser el distintivo de nuestros trabajos. Un buen naming nos representa y define la forma en que trabajamos, de cierta manera, nos hace mas visibles de cara al mundo laboral.
4. Mediante programas de edición como Photoshop o Illustrator, vectorizar los elementos tipográficos que hemos trabajado anteriormente y darles color y sintonía para posteriormente reproducirlos físicamente.
5. Llevar a cabo con éxito pruebas de impresión de nuestras postales con soportes de diferente gramaje y tamaño hasta encontrar un resultado óptimo.
6. Enseñar y compartir con los demás la importancia de la tipografía y como la línea y la forma juegan con ella. Destacar el trabajo tipográfico como herramienta de creación artística.

2.2. Metodología

En cuanto a la metodología que hemos seguido para alcanzar nuestros objetivos, hemos seguido una metodología lineal, informándonos de los antecedentes históricos y analizando referentes que han sido claves para la realización de este proyecto. Continuamos con el desarrollo teórico-práctico en el que gracias a esos referentes de la tipografía y el diseño gráfico que anteriormente hemos analizado, conseguimos dar coherencia a nuestra idea. Unimos dos conceptos prácticos propios del diseño gráfico, la tipografía y la ilustración junto a la línea, la forma y el espacio para conseguir una percepción visual y técnica de nuestro trabajo. Pensamos que, tanto el trabajo de investigación y documentación previa a la parte práctica de este proyecto, nos permite apreciar el trasfondo del proyecto aportando una perspectiva general de los temas tratados.

Cronograma

En febrero comenzó, en la asignatura de *Proyectos de Ilustración y Diseño gráfico*, lo que sería el comienzo de nuestro TFG; en dicha asignatura, elaboramos la serie de postales de letra. No supimos que acabaríamos realizándolo hasta que nuestro tutor y nosotros nos planteamos seriamente que proyecto llevar a cabo. De principios a finales de Mayo, resolvimos la segunda parte práctica (serie de postales numérica), y de Junio a mediados de Julio, realizamos la parte teórica del TFG.

3. Marco teórico

Para conocer y entender de forma correcta este proyecto es muy importante profundizar en la historia y la contextualización de los principales antecedentes históricos con el fin de extraer los rasgos que van a servirnos como fuente primaria para la creación tanto de nuestras tarjetas postales como de nuestra tipografía ilustrada. Por una parte, comenzaremos por profundizar en los inicios de la escritura y el alfabeto, seguiremos con la evolución de la tipografía y la imprenta, posteriormente examinaremos el papel del lenguaje en el diseño gráfico y por otra parte analizaremos la historia de la tarjeta postal, desde sus inicios hasta la actualidad.

3.1. Historia de la tipografía

La tipografía o escritura constituye el pilar fundamental de este proyecto. El lenguaje escrito siempre ha sido un método de comunicación y un mecanismo de motivación personal en cuanto a temas de creación artística se refiere.

La escritura se podría definir como un sistema gráfico que representa un idioma por mediación de signos. El alfabeto es un sistema de escritura con un único signo visual (letra) por sonido, ya sea consonante o vocal y que a la hora de combinarse forman una sola unidad visual (palabra) que representa el lenguaje oral.

En el Neolítico, se empezó a utilizar la escritura de una forma idealizada, mediante sistemas simbólicos ideográficos (Fig.4) para transmitir información o comunicarse. Signos que representan elementos relacionados con la vida cotidiana.



Fig. 4. Evolución de las letras A, H y M a partir de ideogramas.



Fig. 5. Scriptorium

La historia de la tipografía tiene unos orígenes muy antiguos, que están relacionados con la caligrafía y los manuscritos, que ya eran usados antes del Año 2500 A.C.

Durante toda la edad media, la actividad editorial se centraba en los monasterios donde los libros eran copiados a mano por monjes especializados, llamados copistas; esta labor se hacía en el *scriptorium* (Fig. 5), donde se copiaban los textos.

Más tarde, en Europa, en la época del renacimiento, gracias al invento de la imprenta, la tipografía toma una especial relevancia. En esta época Johannes Gutenberg imprimió su biblia de 42 líneas (Fig. 7), utilizando caracteres del

periodo gótico. Hacia el año 1500 D.C. la imprenta se había extendido de forma exponencial, la técnica había tenido tanta difusión que en Europa ya existían más de 1000 imprentas instaladas y en funcionamiento.

La gran popularidad de los tipos móviles en aquella época, permitió un gran desarrollo de la producción de materiales impresos, los cuales utilizaban tipografías como la minúscula carolingia y a las mayúsculas cuadradas romanas; adaptadas de los caracteres e inscripciones encontrados en las ruinas del imperio romano.



Fig. 6. Escuela Bauhaus en Weimar (Alemania)

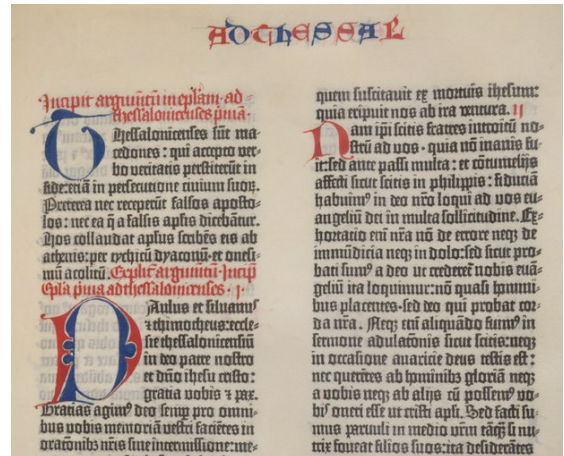


Fig. 7. Biblia de Gutenberg

Estas fueron entre otras, las primeras tipografías romanas, clásicas o con serifa. Llamamos serifa a las pequeñas extensiones o adornos que pueden llevar los caracteres tipográficos. La primera tipografía con serifa apareció en el año de 1465, posteriormente se estilizaron sus líneas y se dio origen a la llamada bastardilla, similar a lo que actualmente conocemos como itálica.

Entre los siglos XVII y XVIII numerosos tipógrafos, como Caslon, Baskerville o Didot, destacan en el estudio y la creación de familias tipográficas (romanas de transición y modernas) las cuales poseen una gran legibilidad y un estilo únicos para su época.

En el s.XX, escuelas como la Bauhaus (Fig. 6) popularizan las tipografías sans serif y se centran en las formas minimalistas y la geometría. Los avances en la electrónica y la informática propician un auge en cuanto a la creación tipográfica y la impresión; de la misma manera, surgen compañías dedicadas al rediseño de tipografías tradicionales para los nuevos métodos de composición. Al poco tiempo aparecen programas vectoriales que proporcionan las herramientas necesarias para la creación de una tipografía profesional desde casa, así como

las impresoras láser o de inyección de tinta que permiten la impresión de textos con solo apretar un botón.

Con el paso del tiempo se ha desarrollado el diseño de tipografías y familias tipográficas en infinidad de variedades de estilos. Actualmente los sistemas informáticos permiten la utilización y el almacenamiento de cientos de fuentes.

El término familia tipográfica, en tipografía, es un conjunto de tipos basado en una misma fuente, con algunas variaciones, como por ejemplo, en el grosor y anchura, pero manteniendo unas características comunes. Los elementos que integran una familia tipográfica se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.

Las partes que componen y caracterizan un tipo son: la altura de las mayúsculas y minúsculas, el Anillo, la ascendente, las astas montantes; onduladas o de espina, la transversal, el brazo. la cola, la descendente, la inclinación, la serifa, entre otras.

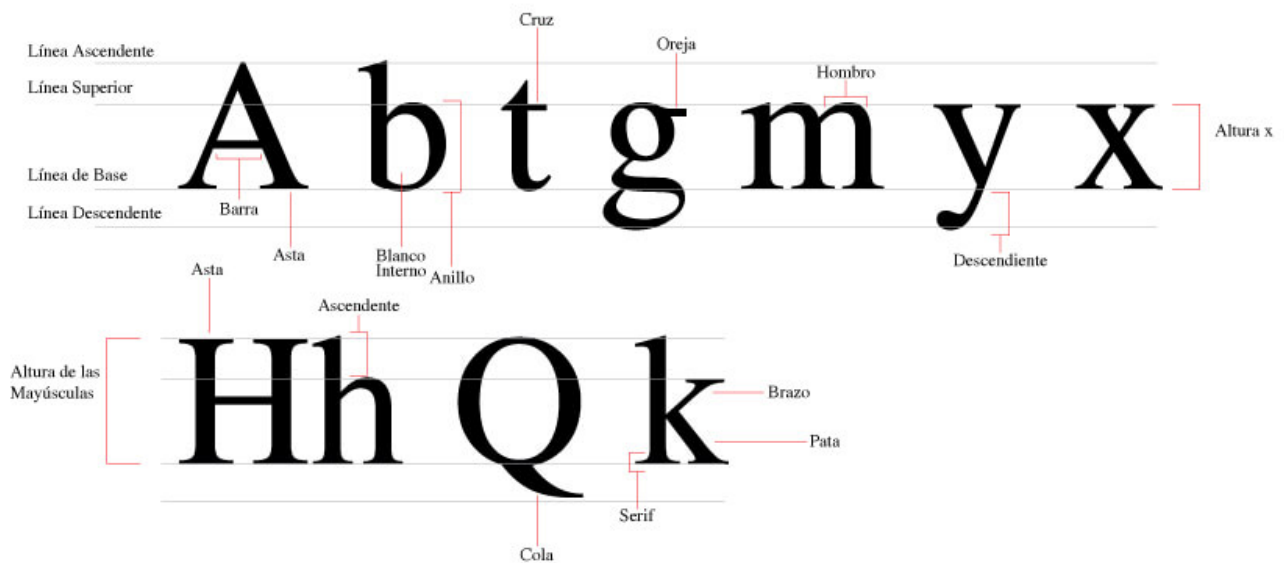


Fig. 8. Partes de un tipo

Los ordenadores se han transformado en instrumentos clave para los diseñadores gráficos. Las principales herramientas informáticas utilizadas hoy en día son programas de composición de página como InDesign, aplicaciones de ilustración o dibujo vectorial como Illustrator y programas de tratamiento de imágenes y fotografías como Photoshop.

3.2. Historia de la tarjeta postal



(De izquierda a derecha)

Fig. 9. Emanuel Herrmann. 1901. Fototipia ovalada.

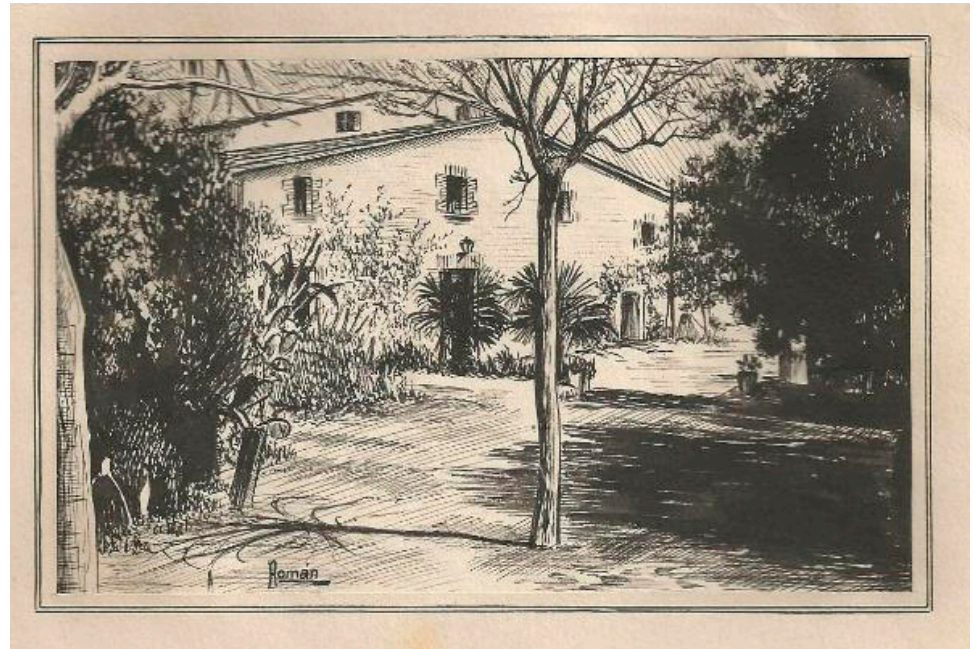


Fig. 10. Masía ilustrada por Román. 1958. Fototipia con grabado.



Fig. 11. Ferroviario de Vizcaya. 1923. Fototipia pintada a mano.

La tarjeta postal se creó Prusia sobre el año 1865. El Consejero de Estado, Heinrich von Stephan, tenía la necesidad de mandar unas cartas sin utilizar un sobre, propuso la idea de utilizar tarjetas pero fue descartada, hasta los pasados cuatro años no se interesaron por ellas. El doctor Emmanuel Herrman (Fig. 9) hizo circular unas cartas sin sobres, pero franqueadas, gracias a ello logró interesar a los altos cargos de correos y telégrafos de Viena proponiendo su aprobación como forma de envío, en tan solo un mes y medio se popularizó y lograron vender un millón de ejemplares. Este método de comunicación se extendió rápidamente por el resto del mundo, en muy poco tiempo cada país editó sus propias postales, haciéndolas diferentes al resto.

Poco a poco fue cambiando la estética de las postales, en función de la mejora de la imprenta, tal y como esta mejoraba, las postales también. Dejaron a un lado los franqueos oficiales y pasaron a las ilustraciones, estas se hacían con muchos detalles. Las técnicas no eran fijas sino que variaban, al principio encontrábamos grabados (Fig. 10), acuarelas, fototipias con tinta azul, y pintadas a mano (Fig. 11) muy diferente a las actuales.

A territorio español llegaron unos años más tarde que al resto de Europa, una iniciativa privada hizo circular las tarjetas postales, pero hasta 1871 no hay una ley que regule el uso de estas. En 1873 se imprime la primera tarjeta de forma oficial en España (Fig. 12), siendo de color crema.



Fig. 12. Primera postal oficial en España. 1873.

Actualmente podemos encontrar postales realizadas con diferentes materiales, como madera, corcho o cuero. Del mismo modo la forma también la podemos ver alejada de la estándar rectangular, existen algunas de forma ovalada (Fig. 9), romboide o circular. Aunque se cambie el formato o la forma todas tienen la misma esencia. En el anverso aparece un dibujo, foto o ilustración y en el reverso se escribe el texto y la dirección de envío.

3.2.1. La Edad de Oro 1900-1914

Este periodo fue uno de los más importantes en la historia de la tarjeta postal, no solo por su gran popularidad, también por los cambios en el formato y el diseño.



Fig. 13. Estampa sanfermines, último tramo de la Estafeta. 8 de julio de 1914.

Tiempo atrás de este cambio la forma de utilizar las postales era diferente a la actual. Se escribía en la parte de delante, podía haber ilustración o no, y en el reverso figuraba el destino y destinatario. Fue en Inglaterra cuando cambiaron el formato, decidieron dividir el reverso de la postal en dos partes, una para redactar el mensaje y la otra quedaba reservada para la dirección de correos. De esta forma la ilustración no se estropeaba.

En esta época, las postales alcanzaron su máxima popularidad, se vendieron millones por todos los países. Por otro lado, se cambió el tema de las ilustraciones, primero solo se incluían paisajes y monumentos emblemáticos de las ciudades, también se abrieron nuevas temáticas utilizando la vida cotidiana (Fig. 13), fauna, naturaleza... Además de incluir diferentes fotos o ilustraciones, los grandes artistas de la pintura de la época también formaban parte de la historia de las postales, ya que de una forma u otra participaron al plasmar sus pinturas y dibujos en este soporte. Este periodo de la historia empieza a cambiar, gracias a la mejora en los medios de transporte cuando mejoran los medios de transporte, ya que facilitaba los desplazamientos de la población y favorecía el uso de las postales. El viajero las utilizaba para llevarse recuerdos económicos de las ciudades visitadas remitiéndolas a sus familiares.



Fig. 14. Postal que hace burla al bando contrario.

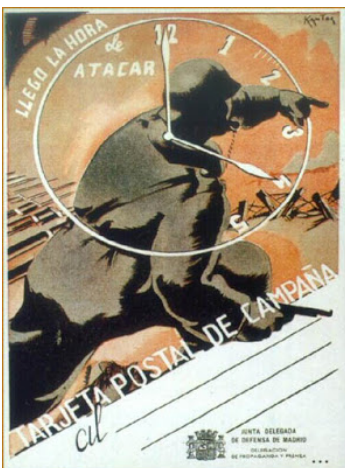


Fig. 15. Llegó la hora de atacar, Guerra Civil española 1914.

3.2.2. De la Primera a la Segunda Guerra Mundial (1914-1945)

En este periodo de guerra las tarjetas postal sufrieron un cambio muy grande, ya que todo estaba enfocado a esta temática bélica. Las postales cambiaron su significado y pasaron a ser un medio de comunicación pero al mismo tiempo de propaganda bélica. Durante este tiempo de guerra se seguían utilizando las tarjetas postales, los soldados y el resto de la población las usaba como una forma de comunicación con la familia distante del frente. Con la penuria se reduce la calidad del soporte, pasa de ser un cartón grueso a ser una cartulina fina. Las ilustraciones se modificaron por otras más sencillas. La temática era dispar, algunas fueron editadas con tipografía para conseguir motivar a la población para inscribirse en el ejercito, otras apoyaron a las tropas que luchaban y otras ensalzaban a los familiares de fallecidos. Pero no solo habían postales con mensajes, también las había con un toque de humor, de caricaturas del bando contrario para ridiculizarlos. (Fig. 14)

Las tarjetas editadas durante la Guerra Civil Española modificaron el formato permitiendo escribir un par de líneas en la esquina inferior del anverso y en el reverso se especificaba que solo debían escribir la dirección del destinatario (Fig. 15).

3.2.3. Del siglo XX a la actualidad

En un periodo de cambio, se modificó el material de las postales, desaparecieron las cartulinas de poco gramaje. A principios de siglo XX las postales en España alcanzaron su mayor esplendor, las postales coloreadas consiguieron una gran popularidad. Este estilo de postales es fácilmente reconocible por tener un aspecto de tela, aunque no lo sea. Este nuevo soporte acepta colores mucho más brillantes, por lo que volvió a ser popular. Se desarrollaron nuevos pigmentos, estos se secaban por calor de forma rápida manteniendo las pinturas su fuerza sin perder el color. Estas tarjetas llevaban mucho, simulaban la textura de un lienzo y se relacionaban con un trabajo pintado a mano (Fig. 16 y 17).



(De izquierda a derecha)

Fig. 16. Teodoro García, *Retiro, entrada principal*, 1903.

Fig. 17. Teodoro García, *Teatro Lírico* (desaparecido), 1903.

Actualmente no tienen el éxito de antes, ya no se utilizan como antes, los medios de comunicación como los videos y las cámaras de fotos hacen que podamos crear nuestras propias tarjetas postales. Todavía se siguen comprando postales cuando realizamos viajes pero como recuerdo, bien para recordar a nuestra familia y amigos donde nos pueden encontrar o bien porque sigue siendo un *souvenir* económico.

Gracias al desarrollo de los medios de comunicación se ha creado otro tipo de postal, las electrónicas. Debido a las tecnologías que manejamos hoy en día, podemos diseñarlas, modificarlas y enviarlas por internet de forma inmediata y en apenas unos segundos llegan a su destino.

4. Justificación y motivación

4.1 ¿Por qué hago esto?

La idea principal, la razón por la que nos adentramos en este proyecto es la postal, un elemento que se utiliza como fuente de información, ya sea ilustrada, escrita o en fotografía. Desde bien pequeño, junto a mi familia he viajado a infinidad de lugares y siempre me ha llamado la atención como en cada rincón de una ciudad turística, en cualquier parte del mundo, a la vuelta de la esquina te encuentras con un puesto con su sección de venta de postales propias de la zona, tanto ilustradas como de fotografía; esto, junto a mi pasión por el diseño gráfico y la tipografía, hicieron que me decantara por fusionar las dos técnicas.

Una vez que entendemos cómo funciona la tipografía y qué expresan algunas de las familias tipográficas, reflexionamos sobre las posibilidades y consideraciones de su uso en el diseño gráfico.

Dentro de la tipografía y el diseño gráfico, las palabras clave son armonía y coherencia: armonía en cuanto al nivel de la forma en relación con los demás elementos y coherencia con el significado, ya que la tipografía expresa ideas o conceptos específicos y éstos deben estar en sincronía con los conceptos que los demás elementos como el color transmiten.

En otras palabras, la tipografía tiene que ser un elemento que se conjugue armónicamente con el color, el espacio, la distancia y el isotipo para que visualmente sea agradable. Pero también debe tener una coherencia con las ideas que se quieran transmitir. Si el logo es para una empresa que pretende

mostrar su sofisticación, todos los elementos deben de estar en coherencia con esa idea, ya que quizá solos no tengan la fuerza expresiva suficiente, pero en conjunto transmiten de manera clara el mensaje.

La tipografía no es solo un mecanismo del lenguaje que da forma a lo que queremos expresar, también se pueden elaborar diseños con uno o más caracteres tipográficos

4.2. ¿Cómo surge la idea?

A continuación os contaré paso a paso como desde el embrión, se ha ido desarrollando paulatinamente el proyecto. No fue nada fácil comenzar este proyecto, ya que no se trata de un proyecto cualquiera, es el trabajo que va a mostrar todas las cualidades que hemos ido aprendiendo durante toda la carrera y del cual nos van a evaluar delante de un tribunal.

Al principio te vienen muchas ideas a la cabeza, posibles proyectos pero que te acaban aburriendo y al ser un proyecto extenso, no nos lo podíamos permitir ya que si haces un trabajo sin ganas, el resultado no será bueno. El tutor nos sugirió que cogiéramos un proyecto elaborado anteriormente en alguna asignatura y lo modificáramos y reforzáramos para que cogiera consistencia y lograra ser un proyecto potente. Este hecho hizo que me replanteara la idea que tenía para el proyecto totalmente, ya que tenía varios proyectos realizados con los que de verdad había disfrutado y conseguido un gran resultado. Nos detuvimos a revisar la propuesta *postal-free* mandada por Núria Rodríguez, profesora de Projector de Diseño e Ilustración, que consistía en hacer unas postales jugando con la tipografía ilustrada, utilizando diferentes métodos o estrategias propias del diseño como la textura, la personificación (Fig. 18 y 19), el collage u objetos. Este fue el punto de partida, la base perfecta para construir nuestro TFG, después de tanto tiempo buscando ideas para proyectos que no llegaban a ningún final, habíamos encontrado el punto de partida.

Poco a poco había que definir todos los parámetros del proyecto, como afrontarlo y mejorarlo, para ello teníamos que elegir de forma correcta la técnica, el formato, el soporte, tamaño... La mejor forma de resolver estas dudas era realizar bocetos con diferentes técnicas, variando tanto la técnica, como el soporte y el tamaño, hasta encontrar la combinación perfecta.

La idea principal ya estaba definida, dos series de postales, las cuales iban a seguir un ritmo y un patrón definido tanto la una como la otra, siendo la tipografía y la línea, los dos grandes pilares de este proyecto. Tanto la tipografía, como la línea son dos elementos del diseño gráfico que nos apasionan, ya que se pueden crear formas y espacios entre ellas únicas.

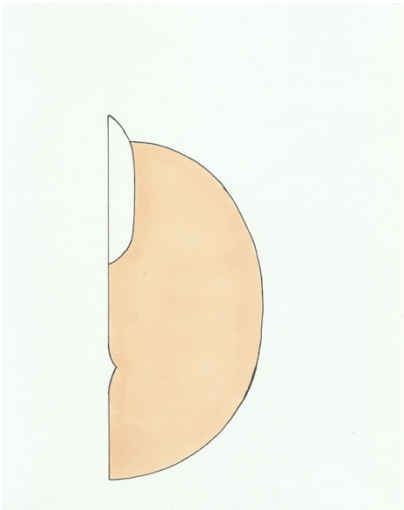


Fig. 18. Letra D personificada.
Postal de autor.

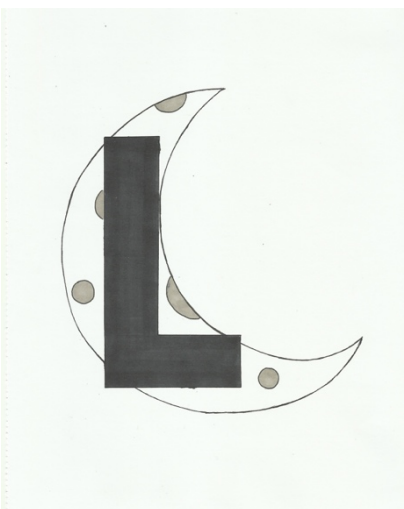


Fig. 19. Letra L personificada. Postal de autor.

5. Proyecto

5.1. Bocetos

Llegamos a la parte más importante del proceso, es necesario antes de realizar cualquier proyecto, preparar bien los bocetos ya que suponen la base para desarrollar nuestros diseños o ilustraciones, en otras palabras son tus primeras líneas de información escrita y dibujada donde le das forma a tu diseño o ilustración. Los bocetos sirven para tantear diferentes soluciones y ensayar distintas posibilidades formales hasta llegar a concretar lo que será el aspecto de una obra futura. En este sentido, boceto es sinónimo de “primer pensamiento”.

Muchas personas al escuchar el término “boceto” e imaginarse haciendo uno, le da una pereza inimaginable, ya que el hacer un boceto en algunas situaciones implica medidas y simetría. Pero para ese motivo existen los bocetos, para que la ilustración contenga las características que debe tener para que resulte bien proporcionado y tenga una buena calidad. Si cometemos el error de omitir este paso tan importante, es más probable que no haya simetría en el diseño. En nuestro caso era imprescindible realizar los bocetos previos ya que al tratarse de tipografía ilustrada, partiendo de un referente claro, teníamos que probar diferentes métodos para afrontarlo, estrategias propias del diseño como la textura, la personificación (Fig. 20), el collage u objetos, que colores emplear, valoramos si la composición es adecuada o no, si conseguimos hacernos entender, en definitiva si transmitimos lo que queremos.

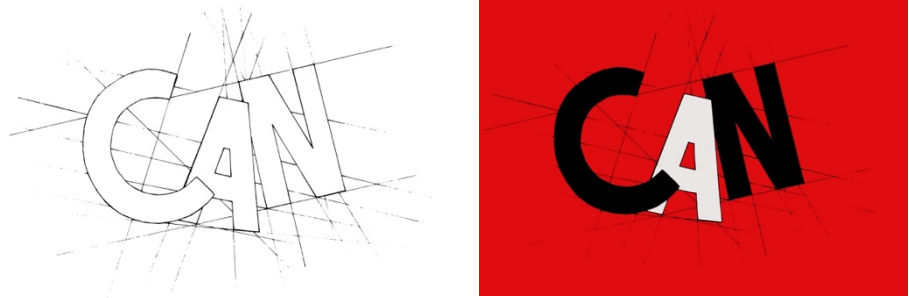


Fig. 20. Bocetos previos con diferentes estrategias creativas como la personificación o la textura.

(De izquierda a derecha)

Fig. 21. Palabra CAN, perteneciente a la serie de letra y palabra, sin colorear.

Fig. 22. Palabra CAN coloreada.



Después de muchos bocetos y técnicas utilizadas, teníamos numerosos resultados aptos, unos que daban la impresión de estar acabados y otros a pequeños rasgos perfectamente esquematizados. Queríamos dos series tipográficas que tuviesen un ritmo, una secuencia y a su vez una armonía en el color (Fig. 21 y 22).

Como se trataba de dos series de postales diferentes, nos permitió utilizar diferentes técnicas. Lo queríamos resolver de ese modo, afrontamos la dificultad para unificarlas y llevar un hilo conductor formando parte del proyecto.

5.2. Formato y soporte

En cuanto al formato de la tarjeta postal, no teníamos las ideas claras pero quisimos utilizar el formato que ya utilizamos anteriormente para la asignatura de proyectos de ilustración y diseño gráfico, en la cual teníamos que crear las postales que posteriormente se convirtieron en el comienzo de este proyecto, elegimos el tamaño postal, era el óptimo y el que mejor se adaptaba a los diseños trabajados.

De los tamaños que tenemos presentes en el mercado hoy en día, el más adecuado para nuestras postales era un DIN A6, 148 x 105 mm (Fig. 23). Este soporte nos permite colocar en el anverso nuestra tipografía ilustrada con sus detalles y por el reverso nuestro *namíng* y nuestro contacto, un pequeño espacio para texto y el sello. Teníamos todos los ingredientes para que fuese el formato adecuado. No fue necesario probar otros soportes, ya que al haber trabajado anteriormente este soporte, sabíamos que funcionaría a la perfección, ya que si era más grande el término postal desaparecería. Así que no quisimos darle más vueltas, las dimensiones de 148 x 105 mm funcionaban adecuadamente con la propuesta que habíamos elegido. Las dimensiones han condicionado bastante, ya que su tamaño pequeño nos ha obligado a adaptar las ilustraciones, pero con ayuda de programas de edición como Photoshop, no

había problema alguno.

En cuanto al color del papel tenía que ser claro para ver bien las ilustraciones, el *naming*, el sello y el comentario que posteriormente se anote en la sección de texto. Hicimos pruebas con tonos mas tostados y grises pero no daban un resultado atractivo. Al final decidimos utilizar el papel blanco. Este color daba la opción de colocar un fondo llamativo que no se modificaría al imprimirlo, quedaría igual a como se ve en el ordenador, en formato digital.



Fig. 23. Formato de la postal, 148 x 105 mm.

No sabíamos que tipo de papel utilizar, ya que existe papel con infinidad de gramajes. El papel debía ser apto para la imprenta. Debía ser un soporte rígido, para que sobreviviera el ajetreo del correo postal o el intercambio de mano en mano.

Probando con diferentes gramajes para el soporte nos dimos cuenta que los inferiores a 200 gr teníamos que descartarlos porque no tenían la resistencia esperada para unas postales, si el soporte se estropeaba con rapidez, el trabajo se habría desmerecido. Muchas pruebas después, el papel definitivo tiene un gramaje de 300 gr con una textura sutil y unas líneas horizontales. El papel que hemos utilizado durante el proyecto se llama Verjurado de 300 gr y la imprenta a la cual hemos acudido se llama Línea 2 para realizar las impresiones.

5.3. Referentes

Una vez tenemos planteado el proyecto, es la hora de indagar y buscar información adicional, un trabajo de investigación en todos los sitios posibles, libros, mediante internet, exposiciones, galerías...Artistas que por su forma de trabajar se identifiquen con la tuya y tus trabajos. Siempre tenemos esa curiosidad por aprender algo de los demás, ya sea por su forma de trabajo o en la forma en que afrontan un proyecto profesional.

Para acudir a galerías y exposiciones, tendríamos que ir a las que están relacionadas con nuestro trabajo y técnica para así poder orientarnos mejor, aunque también es importante ver otras áreas de trabajo.

El método que mejor nos ha funcionado a la hora de encontrar referentes claros para nuestro trabajo ha sido buscar información en los libros, ya que puedes encontrar manuales que te sirvan de gran ayuda para resolver el TFG y en internet, donde tienes a tu alcance cualquier tipo de información adaptada a nuestras necesidades. Nos pueden enseñar nuevas formas de trabajo que se adapten a lo realizado formas de trabajo que no conocíamos y mejorarlo o por el otro lado, métodos que se alejan mucho de tu forma de trabajar. Hay que buscar el método adecuado y que mejor se adapte a nosotros.

Tenemos sobre la mesa cuatro itinerarios tipográficos con los cuales podíamos llevar a cabo el proyecto. Dentro de la tipografía ilustrada o *lettering*, tenemos la tipografía ilustrada con textura, donde las letras cobran vida y el dibujo puede expresar sensaciones que antes no hacía. A veces parece un juego en el que tienes que asociar cada palabra con lo que significa, en otras ocasiones las letras forman una composición visualmente espectacular; y la tipografía personificada, donde las letras de una palabra se pueden modificar o sustituir por símbolos tipográficos o en su lugar, por letras que describan visualmente el concepto que engloba dicha palabra. Por otro lado, dentro de la tipografía fotográfica, tenemos la tipografía collage, en la cual, mediante recortes de imágenes, periódicos o cualquier elemento plástico, elaboras el tipo de letra que deseas; y la tipografía fotográfica. Nosotros nos decantamos por la tipografía con textura porque nos encontramos más cómodos trabajando en esta línea de trabajo y nos aporta mayor versatilidad a la hora de elaborar nuestros diseños.

Uno de nuestros referentes más claros es Alex Trochut, nació en 1981 en Barcelona, nieto del tipógrafo Joan Trochut. Después de completar sus estudios en Elisava Escuela Superior de Diseño, Alex estableció su propio estudio de diseño en Barcelona, antes de trasladarse a la ciudad de Nueva York.

A través del diseño, la ilustración y la práctica tipográfica ha desarrollado una forma intuitiva de trabajar que ha dado lugar a su expresivo estilo visual.

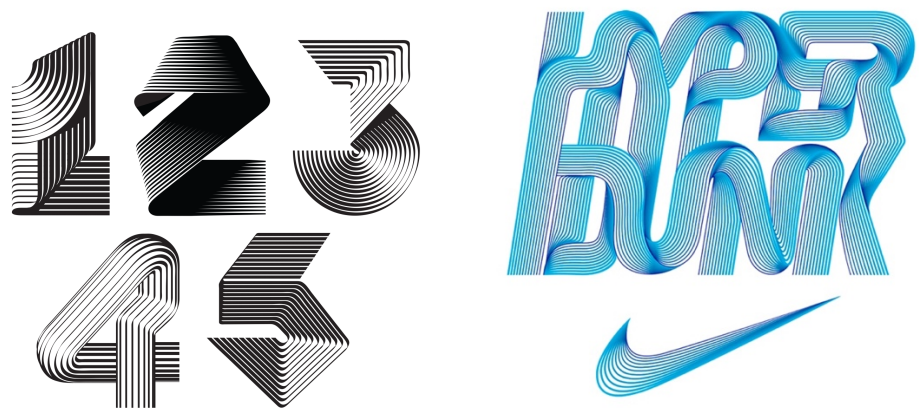
«Mi filosofía de trabajo tiene mucho que ver con la variedad y el cambio de técnica a la hora de abarcar un proyecto, aunque al final se puede ver una manera de hacer, busco un estilo que sea lo más variado posible. Por eso, para mí es importante no basar mi trabajo en sólo una manera de visualizar, siendo la manera de mostrar algo muchas veces el objetivo en sí del proyecto».¹

Para Alex, las funciones de la tipografía se establecen en dos niveles jerárquicos. En primer lugar, está la imagen de la palabra que vemos; la lectura llega en un plano secundario. Como diseñador, Alex se centra en el potencial del lenguaje como un medio visual, llevando el lenguaje a sus límites. De esta manera, ver y leer se convierten en la misma acción, y el texto y la imagen se convierten en una expresión unificada. Así mismo, en nuestro trabajo buscamos que la tipografía a través de la ilustración, se convierta en un juego entre el lenguaje y la línea, dando lugar a formas que se crean de manera intuitiva, creado así un estilo visual muy atractivo (Fig. 25 y 26).

Otro de nuestros referentes claros en cuanto a su estilo de trabajo es Pablo Amargo (Oviedo, Asturias, 1971) es uno de los ilustradores más internacionales del panorama español. Ha colaborado en prensa y publicaciones periódicas como *The New York Times*, *The New Yorker* (Fig. 24) o *La Vanguardia*. Su simplicidad y elegancia a la hora de trabajar con la línea, ha hecho que ese estilo se refleje en nuestro proyecto.



Fig. 24. Pablo Amargo. Publicación para la revista *The New Yorker* en Enero de 2016.



(De izquierda a derecha)

Fig. 25. Alex Trochut. Trabajo de lettering con línea y número.

Fig. 26. Alex Trochut. Trabajo de lettering, Premio Gràffica 2013.

¹ Trochut, Alex. *Entrevista a Alex Trochut*. <https://graffica.info/alex-trochut-entrevista>

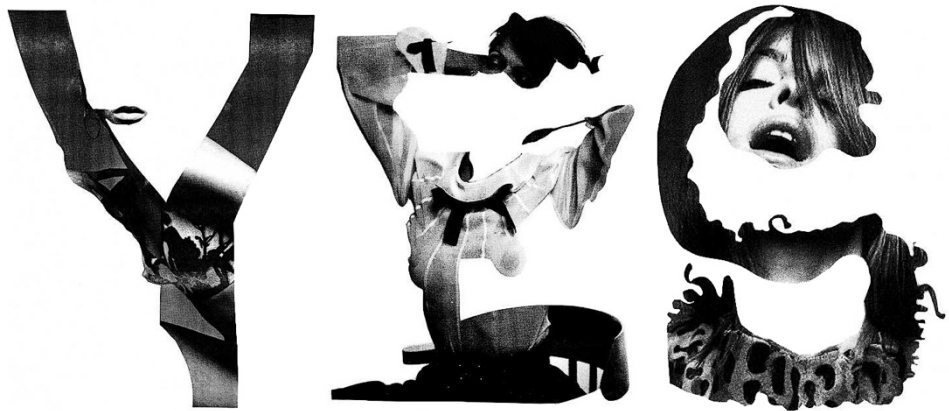


Fig. 27. Trabajo tipográfico por MM Paris.

Por último nombrar a MM Paris, una asociación parisina formada por Mathias Augustyniak y Michael Amzalag dedicada al diseño y arte, que decidieron montar un estudio propio en 1992. Trabajan la letra mediante el mismo modo que nosotros, con tipografía ilustrada con textura.

5.4. Técnica y estudio de las postales

Es el momento de explicar que técnica y el proceso que hemos utilizado para la materialización de las postales y el estudio general de todas ellas. Existen multitud de técnicas a la hora de ilustrar o diseñar: fotografía, estampados, pintado digital o mano, tipografía... todas ellas se pueden editar mediante programas de edición como Photoshop o Illustrator.

Dentro de todo el abanico de posibilidades que tenemos a la hora de crear un diseño o una ilustración tipográfica, hemos elegido la técnica mas convencional, el dibujo a mano con ayuda de herramientas de dibujo lineal como la regla, la escuadra y el cartabón. Consideramos que es la técnica que mejor nos define y más se ajusta a nuestros intereses.

Se han realizado dos series de postales, una con letra y que a su vez forman palabras, y otra jugando con los números y los espacios. En ambas hemos utilizado caracteres propios de la tipografía como la escritura, y del diseño gráfico como la línea. También hemos llevado a cabo una identidad gráfica propia o *namimg*, se trata de nuestra firma como diseñador, con la cual nos identifican como artista.

5.4.1. Serie: Letra y palabra

Para la elaboración de esta serie de postales (Fig. 28 y 29), hemos utilizado letras mayúsculas o de caja alta, ya que a nuestro parecer proceden de un número limitado de formas básicas como son: el triángulo, el cuadrado y el círculo. Como las formas iniciales son tan básicas, no nos encontramos con grandes rasgos distintivos entre diferentes letras, y las podemos diferenciar rápidamente porque básicamente una parte de la letra mira hacia arriba, mientras que la otra mira hacia el lado derecho.

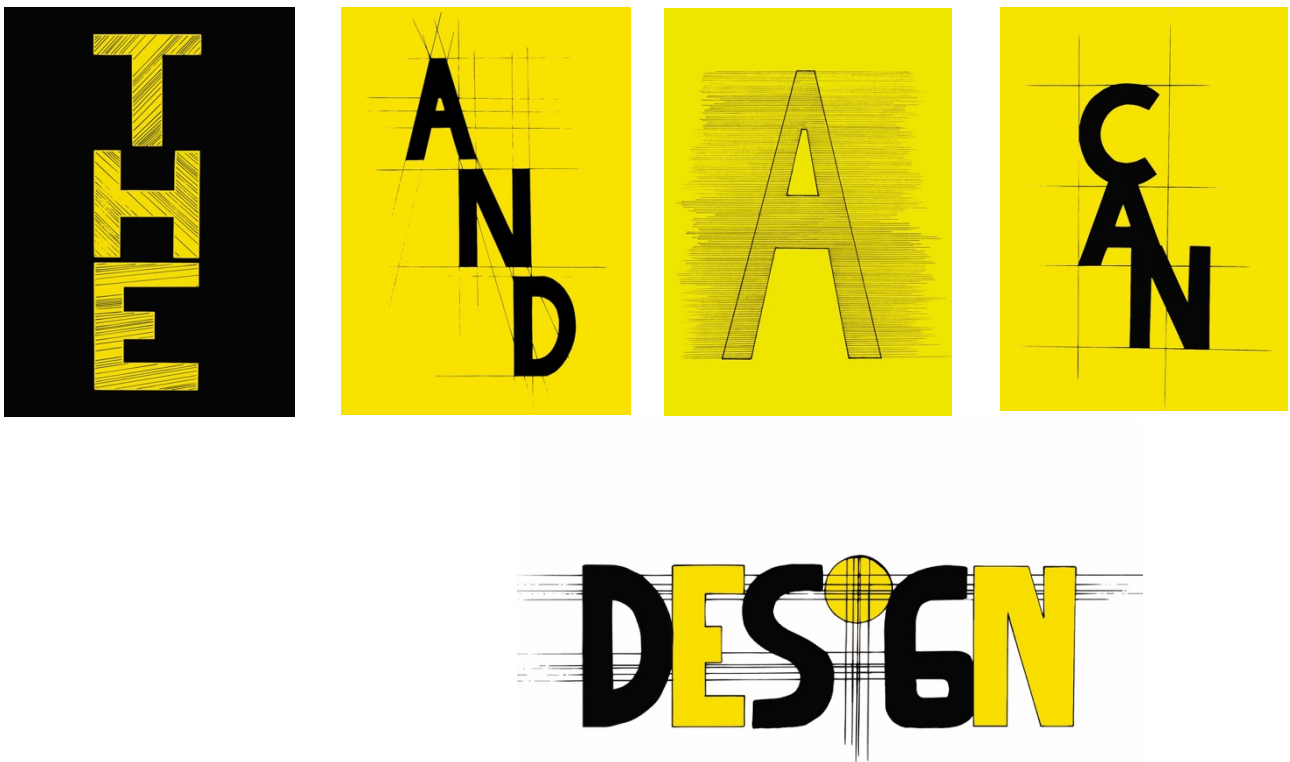


Fig. 28. Serie de postales de autor con la utilización de los colores negro y amarillo.

Para la materialización física de las letras y las palabras solamente hemos utilizado lápiz, escuadra, cartabón, papel y goma. Sin ningún patrón tipográfico estricto, hemos ilustrado letras junto a una textura formada por líneas en diferentes direcciones que emergen, desaparecen y juegan entre sí, pero que a su vez tienen un ritmo y una organización estipulada, para que dé una sensación de diseño elegante y que sigue una estética lineal. La línea posee una gran importancia en nuestro trabajo, sin este elemento gráfico perdería todo su potencial, ya que todas las ilustraciones hacen uso de ella, incluso en una de las

ilustraciones, la línea define parte de la letra (fig.design).

Hemos llevado a cabo las ilustraciones tanto en formato horizontal, como en formato vertical. De esta forma nos ha permitido variar la orientación de las letras y las palabras. Pensamos que organizar las letras en un solo sentido sería muy monótono y no resultaría tan atractivo, por esa razón optamos por ilustrarlas de forma aleatoria, horizontales y verticales, del mismo modo pero alternando la distancia y la altura de cada una de ellas, horizontales pero en movimiento y que a su vez rotan su dirección.

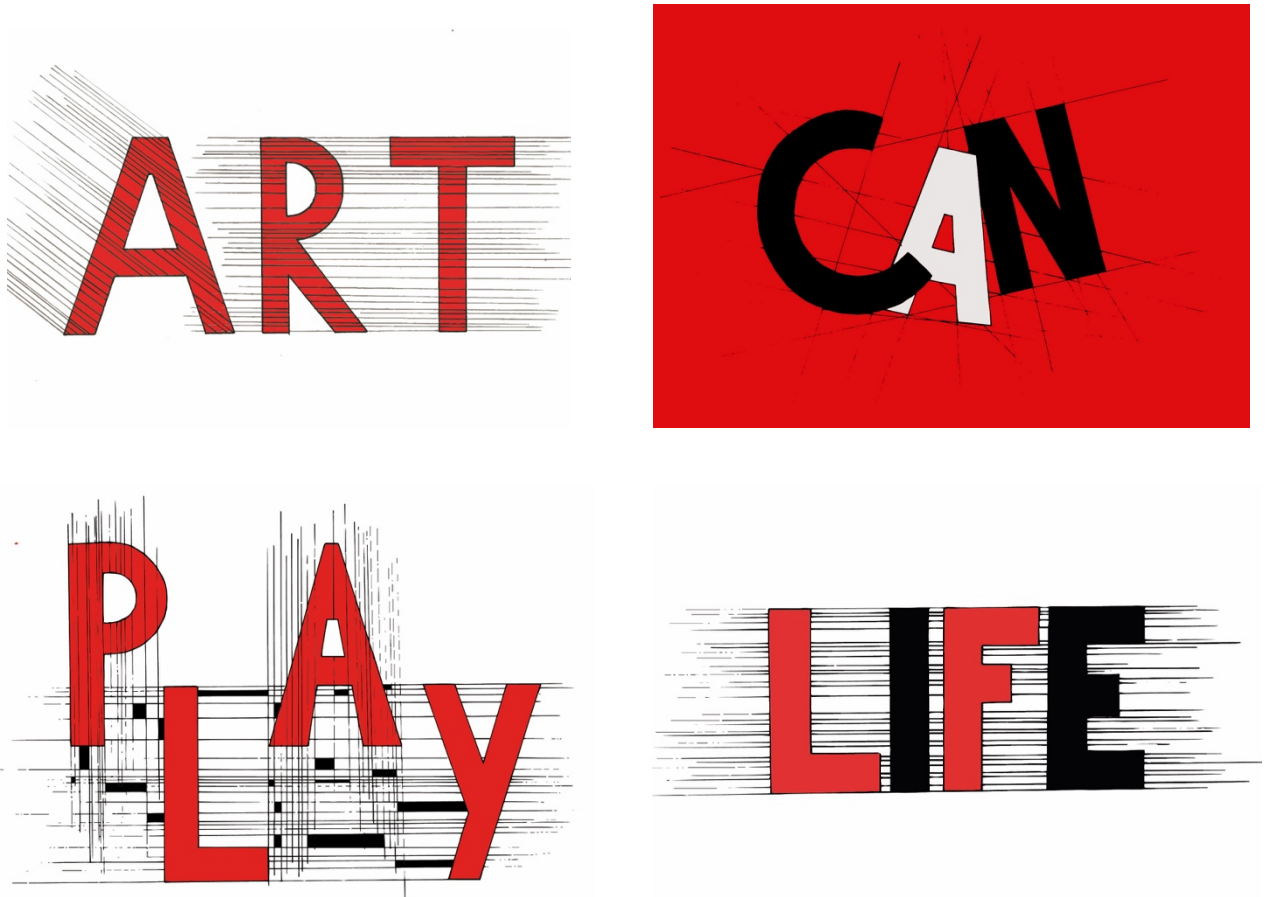


Fig. 29. Serie de postales de autor con la utilización de los colores rojo y negro.

Después de dibujar los caracteres tipográficos, llega la hora de digitalizarlos y editarlos mediante Illustrator y Photoshop. El método que hemos seguido nosotros es el siguiente: primero vectorizamos el dibujo mediante el calco interactivo en Illustrator, exportamos la imagen en JPEG y editamos la imagen en Photoshop, limpiando impurezas y dándole color para posteriormente guardarlo en formato PDF con la opción de impresión, de esta forma evitaremos problemas a la hora de llevar las postales a la imprenta para que nos las impriman.

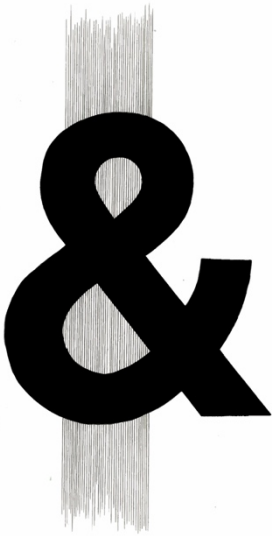


Fig. 30. Postal de autor con la utilización de únicamente el color negro y la línea.

Llegamos a la parte mas llamativa del proceso, el color. En cuanto a la gama de color que hemos utilizado, tenemos que saber que es uno de los puntos más importantes, ya que reaccionamos a los colores de forma automática e instantánea y mucho mas efectiva que las palabras. Lo primero que debemos tener en cuenta es a quién nos dirigimos, cómo es nuestro público potencial y dónde vive, porque los colores pueden tener significados muy diferentes dependiendo de la cultura a los que los asociamos.

Para enriquecer nuestras ilustraciones hemos utilizado el color blanco del papel, el negro, el amarillo y el rojo. El color blanco a nivel publicitario y tecnológico significa simplicidad, frescura, limpieza. El amarillo puro se usa para llamar la atención, es símbolo de alerta, especialmente si se combina con el negro, color que asociamos con la elegancia y sofisticación, es un color que se suele usar para combinar con otros, ya que no compite y genera un gran contraste. En nuestras ilustraciones combinamos el negro (Fig. 30) junto al amarillo y el rojo, lo utilizamos porque es un color muy intenso en muchos sentidos, esta asociado a la energía, al coraje y a la valentía. Por su gran visibilidad está relacionado con advertencias y peligros, por lo que se suele utilizar en avisos importantes, de esta forma captamos la atención del receptor.

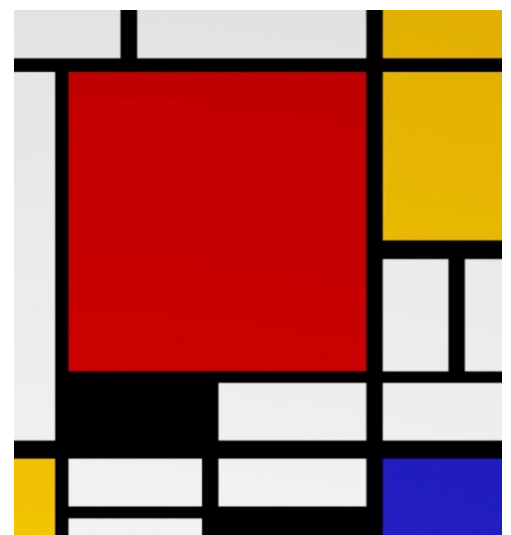
Cada postal que hemos trabajado por separado tiene importancia por sí misma, pero con la suma de dos o más postales es posible crear frases con las que el lector pueda interactuar.

Hemos elegido una gama de colores clásica en el diseño gráfico desde sus inicios (Fig. 31 y 32) y que por su significado y apariencia, son muy llamativos, ya que tienen mucha visibilidad. Hemos combinado estos colores en todas sus variantes, blanco-rojo, rojo-negro, amarillo-negro, negro-blanco... Pensamos que es la mejor combinación posible a la hora de realizar nuestras postales.

(De izquierda a derecha)

Fig. 31. Poster de la Bauhaus. 1923. Utilización de los colores.

Fig. 32. Diseño de la Bauhaus y sus colores.



5.4.2. Serie: Números

Los números, de la misma forma que la letra, forman parte de la tipografía. Sin embargo, no tienen por qué transmitir el mismo significado, ya que por el tipo de contexto en el que suelen aparecer los números, se utilizan para llamar la atención y causar impacto en el lector, por este motivo suele estar dentro de lo que solemos llamar, familia de fuentes decorativas.

Para realizar esta serie de postales no hemos utilizado la letra, hemos creado una composición en la cual, los números 1, 2 y 3 se mezclan con la línea para dejar entrever una secuencia donde este elemento gráfico cobra importancia al recortar en cada postal una sección de la serie de números. A partir de la primera postal, se van fragmentando pero no dejan de tener el mismo significado, ya sea por sentido común o deducción; este es el propósito de esta parte del trabajo. Los números están seccionados en cuatro partes en forma de X, por lo cual, tenemos cuatro piezas de puzle con las cuales poder interactuar.



Fig. 33. Postal de autor numérica.

La línea juega un partido muy importante en nuestro proyecto, genera dinamismo y define direccionalmente la composición en la que estamos trabajando. Su presencia crea tensión en el espacio donde la ubicamos y afecta a los diferentes elementos que conviven con ella. La utilizamos para la conformación de varias figuras y la yuxtaposición de los tonos de color que hemos utilizado. Con la repetición y aproximación de la línea, generamos planos y texturas, tanto en las letras como en los números. De esta forma, aumentamos el grado de expresividad y reforzamos el mensaje.

El método que hemos utilizado para elaborar esta secuencia de números, es el dibujo a mano alzada con ayuda de elementos de medición como la regla, la escuadra o el cartabón, como en el apartado anterior. El apartado de edición en esta parte del trabajo fue clave, ya que hasta el momento no sabíamos como realizar la segmentación de la secuencia. Después de varias pruebas con el color amarillo sin éxito alguno, cuando probamos el color rojo junto al negro y lo editamos en Photoshop, supimos que este camino era el que mejor resultado nos daba.

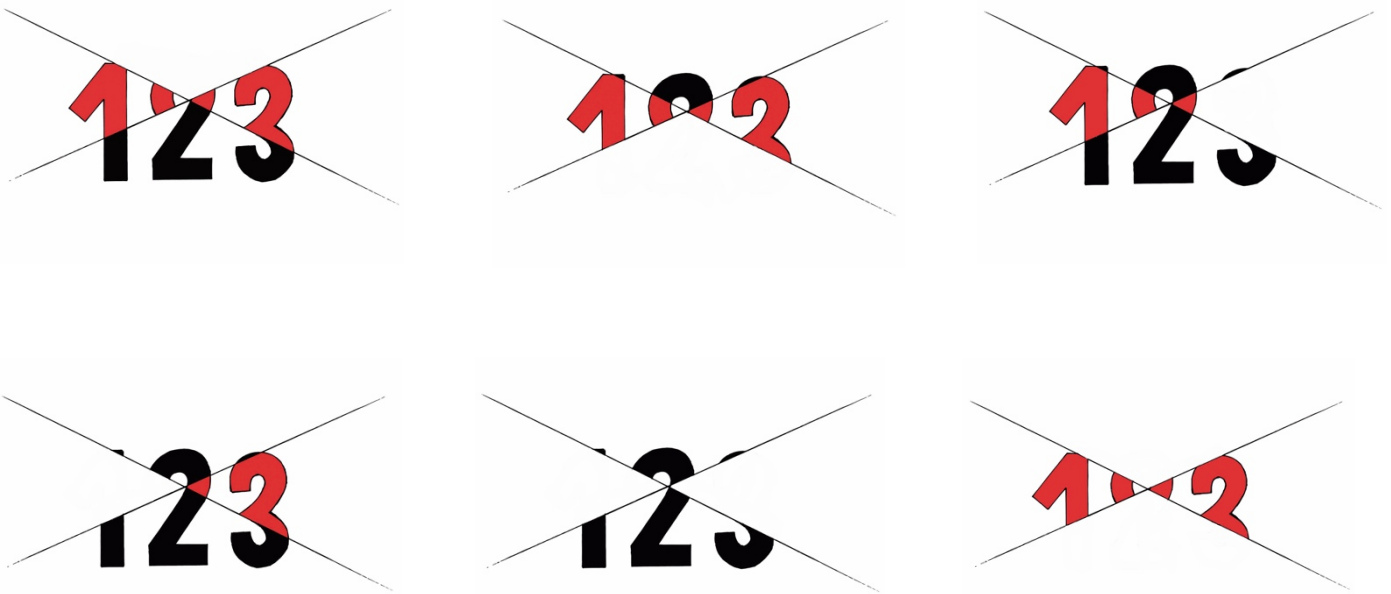


Fig. 34. Serie de postales de autor.
Secuencia numérica y espacios.

En cuanto a los colores que hemos utilizado, tenemos el blanco del papel como lienzo, el negro y el rojo. Cada color define una parte del puzzle, el rojo para la parte izquierda y derecha y el negro para la línea que segmenta la ilustración y la parte superior e inferior de la ilustración.

Para entender mejor nuestra propuesta, os enseñamos el trabajo de Enisaurus. Es un ilustrador freelance que vive entre Valencia y Londres. Su dibujo se basa en la geometría y paletas intensas de color a las que añade texturas para enriquecer el resultado. De la misma manera que hemos trabajado nosotros esta secuencia numérica, Enisaurus a modo de puzzle, forma números por secciones.

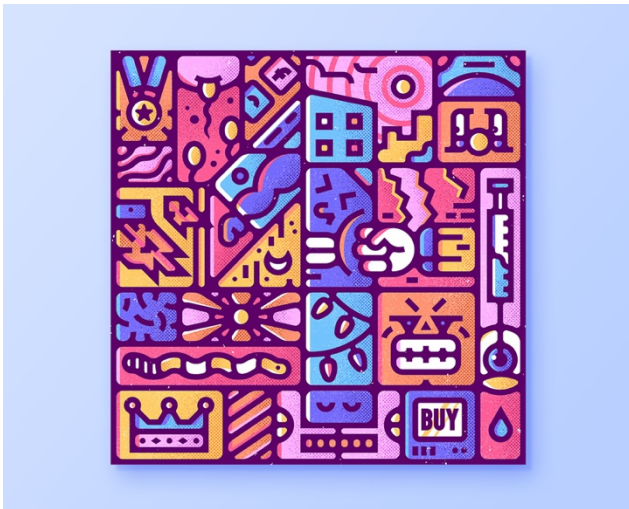
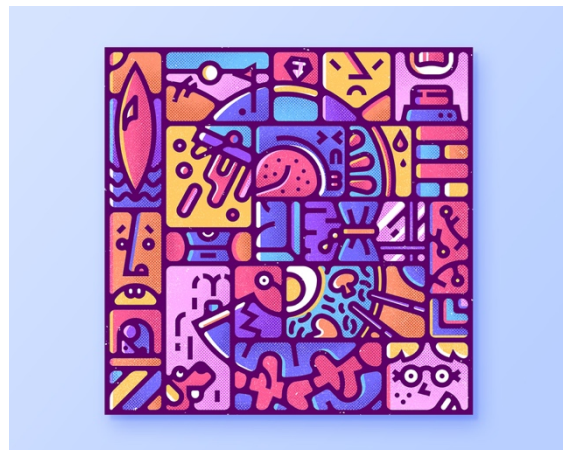


Fig. 35. Enisaurus, 36 Days os type.
Trabajo que juega con la textura y con
los números.



5.4.3. Reverso de las postales: *Naming*

Una parte fundamental en la tarjeta postal es el reverso y la creación de un nombre que nos describa (*naming*). El reverso de la postal se suele encontrar dividido en dos mitades: la izquierda para contener el mensaje enviado, y la derecha para pegar el sello y poner la dirección del destinatario.

En nuestro caso la parte izquierda nos sirve para posicionar nuestro *naming* en la parte superior izquierda, y el resto del espacio contiene el mensaje enviado, y la parte derecha contiene la ubicación para pegar el sello en la esquina superior derecha y en la parte inferior nuestro contacto y redes sociales. La tipografía utilizada para los datos de contacto es *Print Crearly* regular.

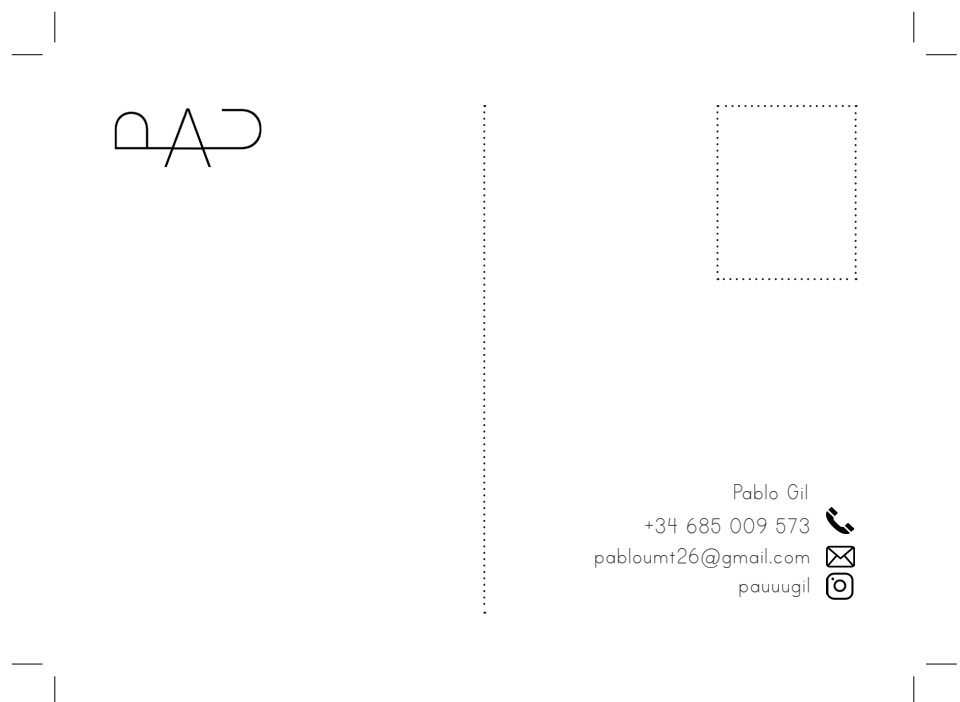


Fig. 36. Distribución reverso de la postal.

El *naming* es el conjunto de criterios, reglas y directrices que se conforman de acuerdo a una arquitectura de marca determinada, y que tienen el objetivo de unificar y cohesionar la asignación de nombres de las marcas de una de un artista. El *naming* es el proceso mediante el cual se determina el nombre de una marca. Y aunque parezca un procedimiento puramente creativo, en realidad es un proceso político/analítico en un 80% y creativo en un 20%. Un buen proceso para crear un nombre de marca o *naming* ayuda a desarrollar el diferenciador

básico de una marca. El *naming* que hemos desarrollado define nuestro estilo y nuestra forma de trabajo.

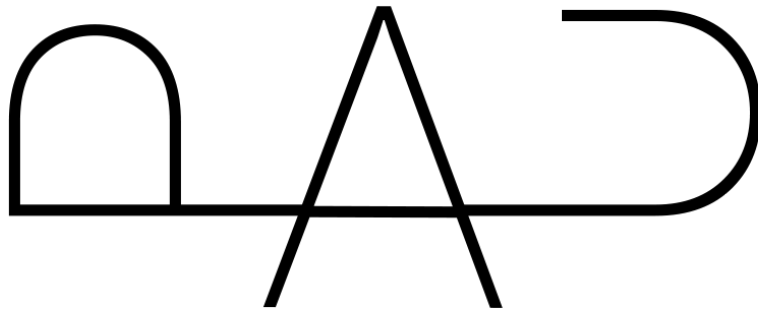


Fig. 37. *Naming* del autor.

Mediante una línea uniforme hemos elaborado la marca o *naming*, PAU. Utilizando estas tres letras y uniéndolas entre sí, conseguimos una firma de artista con un atractivo y elegante estilo visual, con formas sencillas y que se distingue a simple vista. Se trata de nuestro nombre de artista en valenciano y simboliza el típico balancín de parque infantil, el cual sube y baja cuando los niños lo hacen funcionar, pero en este caso, se mantiene en equilibrio, queriendo dar a entender que nuestro trabajo mantiene un patrón y un trabajo contante, sin bajadas ni subidas.

“No elija un nombre de marca que le convierta en uno más de los árboles del bosque para luego pasarse el resto de su vida invirtiendo su presupuesto en destacar.”²

Pensamos que el *naming* que hemos elaborado, tiene todo lo que le hace falta para funcionar correctamente, por la sencillez y fácil lectura que posee, además de identificarnos a la perfección por el trabajo que realizamos y el estilo que tenemos.

² Altman, Danny. *NAMING: definición, tipo y guía paso a paso.*
<https://www.branfluence.com/guia-proceso-de-naming/>

6. Conclusiones

Para finalizar el trabajo escrito queremos compartir las conclusiones que hemos alcanzado y como nos hemos sentido realizando este proyecto.

En primer lugar, pensamos que hemos cumplido, en la medida de lo posible, con los objetivos que nos proponían. En cuanto al trabajo de investigación histórica y teórica, que hemos querido realizar en la mayoría de lo posible pero hemos debido de resumir en gran medida, decir, que hemos adquirido numerosos nuevos conocimientos sobre los temas que hemos tratado. Nuestras competencias sobre el mundo tipográfico y la tarjeta postal, entre otros campos, han mejorado enormemente y, en consecuencia, nos han proporcionado un criterio más amplio en el que basar futuros proyectos.

En cuanto al desarrollo manual, el haber trabajado la tipografía ilustrada con diferentes itinerarios gráficos como la letra con textura, la personificación, el collage y fotografía de objetos; ha sido novedoso para nosotros, nunca habíamos trabajado en este campo y ha sido una experiencia muy gratificante.

Con todas las postales realizadas podemos resaltar la mejora personal que hemos tenido a nivel técnico y de investigación. Desde los bocetos en un inicio, como en lo definitivo, hemos buscado formas nuevas de hacer las ilustraciones para mejorar con cada una de ellas. Del mismo modo mejorábamos las técnicas que ya dominábamos. Durante el proceso de materialización e impresión, hemos aprendido a trabajar con un nuevo formato, el de la postal, al ser un tamaño tan reducido, las ilustraciones debían ir acordes al tamaño requerido. También hemos aprendido que existen diferentes tipos de papel y gramaje en los cuales imprimir la postal, y la única forma de saber que soporte utilizar, es realizando pruebas de impresión hasta encontrar el adecuado. Y por otro lado, nos hemos especializado en el uso de programas de edición que ya estábamos familiarizados, como Photoshop e Illustrator.

Hemos tenido momentos de dudas al no saber que técnica utilizar en determinadas situaciones y algún fallo de impresión a la hora de materializar las postales. Sin embargo, hemos sabido sobrellevar los problemas y superarnos para obtener los resultados que queríamos.

El haber creado un *namings* propio, nos abre un gran abanico de posibilidades, ya que lo podemos reutilizar para proyectos futuros, ya que pensamos que define perfectamente el estilo y trabajo que realizamos. No descartamos la idea de profundizar más en el proyecto y continuar haciendo series tipográficas ilustradas, ya que tras haber investigado y llevado a cabo este proyecto, no cabe

duda, de que existen infinidad de posibilidades a la hora de crear. Por otra parte, después de haber estudiado la historia y la práctica de la tipografía, en un futuro nos gustaría crear una tipografía completamente nueva compatible con todo tipo de prensa tipográfica, ya sea digital o tradicional.

En general, podemos decir que estamos muy satisfechos de haber cumplido los objetivos con los resultados que hemos obtenido, ya que se trata de un proyecto que hemos podido disfrutar y aprender de inicio a fin. Pensamos que desde el embrión del proyecto hasta el final, hemos sabido sacar el máximo partido a nuestra idea. El trabajo con la tipografía y el uso de técnicas con las cuales sacarle un máximo rendimiento, hará que no dejemos de investigar y plantearnos nuevas metas creativas, que en un futuro, no dudaremos en alcanzar.

7. Índice de las imágenes

Página 5

Fig. 1. Alex Trochut. Tipografía ilustrada.

Página 6

Fig. 2. Tipografía Helvética

Fig. 3. Tipografías clásicas

Página 9

Fig. 4. Evolución de las letras A, H y M a partir de ideogramas

Fig. 5. Scriptorium

Página 10

Fig. 6. Escuela Bauhaus en Weimar (Alemania)

Fig. 7. Biblia de Gutenberg

Página 11

Fig. 8. Partes de un tipo

Página 12

Fig. 9. Emanuel Herrmann. 1901. Fototipia ovalada.

Fig. 10. Masía ilustrada por Román. 1958. Fototipia con grabado.

Fig. 11. Ferroviario de Vizcaya. 1923. Fototipia pintada a mano.

Página 13

Fig. 12. Primera postal oficial en España. 1873.

Fig. 13. *Estampa sanfermines, último tramo de la Estafeta*. 8 de julio de 1914.

Página 14

Fig. 14. Postal que hace burla al bando contrario.

Fig. 15. *Llegó la hora de atacar*, Guerra Civil española 1914.

Fig. 16. Teodoro García, *Retiro, entrada principal*, 1903.

Fig. 17. Teodoro García, *Teatro Lírico* (desaparecido), 1903.

Página 15

Fig. 18. Letra D personificada. Postal de autor.

Fig. 19. Letra L personificada. Postal de autor.

Página 16

Fig. 20. Bocetos previos con diferentes estrategias creativas como la personificación o la textura.

Página 18

Fig. 21. Palabra CAN, perteneciente a la serie de letra y palabra, sin colorear.

Fig. 22. Palabra CAN coloreada.

Página 19

Fig. 23. Formato de la postal, 148 x 105 mm.

Página 21

Fig. 24. Pablo Amargo. Publicación para la revista *The New Yorker* en Enero de 2016.

Fig. 25. Alex Trochut. Trabajo de *lettering* con línea y número.

Fig. 26. Alex Trochut. Trabajo de *lettering*, Premio Gràffica 2013.

Página 22

Fig. 27. Trabajo tipográfico por MM Paris.

Página 23

Fig. 28. Serie de postales de autor con la utilización de los colores negro y amarillo.

Página 24

Fig. 29. Serie de postales de autor con la utilización de los colores rojo y negro.

Página 25

Fig. 30. Postal de autor con la utilización de únicamente el color negro y la línea.

Fig. 31. Poster de la Bauhaus. 1923. Utilización de los colores.

Fig. 32. Diseño de la Bauhaus y sus colores.

Página 26

Fig. 33. Postal de autor numérica.

Página 27

Fig. 34. Serie de postales de autor. Secuencia numérica y espacios.

Página 28

Fig. 35. Enisaurus, 36 Days os type. Trabajo que juega con la textura y con los números.

Página 29

Fig. 36. Distribución reverso de la postal.

Página 30

Fig. 37. *Naming* del autor.

8. Bibliografía

- Aicher, Otl | Rommen, Josef. *Tipografía* | Valencia : Campgràfic, 2004. | 2ª ed.
- Gleb, Ignace J. | *Historia de la escritura* / Madrid : Alianza, 1985.

- Gustavo Gili. *Postales* / Jacquillat, Agathe | Vollauschek, Tomi | Barcelona, 2008.
- Philipp Luidl. *Tipografía básica*

- Pujol, Josep M. | Morison, Stanley | *Principios de la tipografía fundamental : de William Morris a Stanley Morison* / València : Campgràfic, 2017.

- Teixidor Cadenas, Carlos. *La tarjeta postal en España : 1892-1915*
- The Newyorker magazine

- The New York Times newspaper.

- TFG, ALDOMAR FERRAN - ARQUETIPOS. Tipografía experimental.

- TFG La postal como intercambio de experiencia. Silvia Ferrer Marugán.

- Álex Trochut: «Para mí es importante no basar mi trabajo en sólo una manera de visualizar» / <https://graffica.info/alex-trochut-entrevista/>

- El diseño gráfico y la personalidad de los números / <http://www.mique.es/disenio-grafico-y-la-personalidad-de-los-numeros/>

- Elementos básicos del Diseño Gráfico / https://www.ecured.cu/Elementos_básicos_del_Diseño_Gráfico

- Postales coloreadas de Madrid de principios de siglo XX / http://www.viejo-madrid.es/exposiciones/Expo-02/Expo-02_00.html

- Historia de la tipografía. Barroco y Clasicismo / <https://tentulogo.com/historia-de-la-tipografia-barroco-clasicismo/>

- La expresividad en la tipografía / <https://vitaminagrafica.wordpress.com/2011/09/09/la-expresividad-en-tipografia-ii/>

- Los números ocultos de Enisaurus / <https://www.machodominante.es/los-numeros-ocultos-de-enisaurus/>
<https://www.enisaurus.com/about/>
- NAMING: definición, tipos y guía paso a paso. /
<https://www.branfluence.com/guia-proceso-de-naming/>
- Pablo Amargo, inteligencia gráfica sin fuegos artificiales /
<http://graffica.info/premiosgraffica/pablo-amargo/>
- Tarjeta postal / https://es.wikipedia.org/wiki/Tarjeta_postal
- <http://non-format.com>

POSTAL FREE

TIPOGRAFÍA ILUSTRADA

