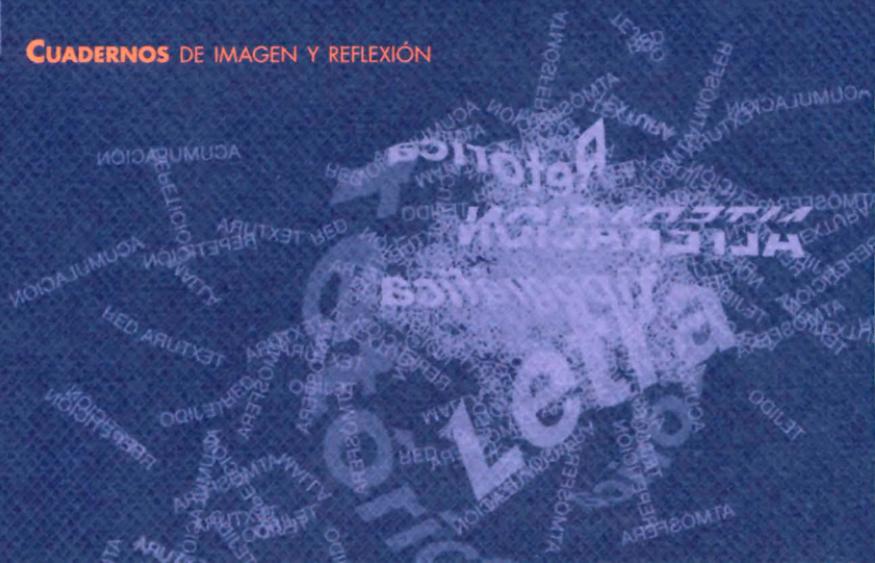


ALBERTO CARRERE

Retórica tipográfica

CUADERNOS DE IMAGEN Y REFLEXIÓN



Alberto Carrere

RETÓRICA TIPOGRÁFICA

Universidad Politécnica de Valencia
EDITORIAL UPV. Ref.: 2009.2047



Colección *Cuadernos de imagen y reflexión*
Director : DAVID PÉREZ

| Índice |

© DE LOS TEXTOS:

ALBERTO CARRERE

DISEÑO Y MAQUETACIÓN:

CARRERE & GELES MIT

COLABORACIÓN:

- VICERRECTORADO DE CULTURA
- DEPARTAMENTO DE PINTURA

EDITA: EDITORIAL DE LA UPV

Camino de Vera, s/n
46022 VALENCIA
Tel.: 96 387 70 12
Fax: 96 387 79 12

IMPRIME: GRÁFICAS MARÍ MONTAÑANA S.L.

DEPÓSITO LEGAL: V-1706-2009

I.S.B.N.: 978-84-8363-415-8

1. INTRODUCCIÓN: DISEÑO Y LENGUAJE	7
2. LA TIPOGRAFÍA COMO SIGNO	10
3. RETÓRICA Y ESTÉTICA	17
4. LAS EXPECTATIVAS Y EL DESVÍO DE LA NORMA	21
4. 1. El esqueleto común o matriz mental. Las familias tipográficas	30
4. 2. La concurrencia ortográfica	58
4. 3. El texto común de lectura	72
4. 4. Las expectativas del contexto	91
5. MODIFICACIONES EXPRESIVAS: FIGURAS Y TROPOS	95
5. 1. Alteración tipográfica	97
5. 2. Adición, adjunción, suma	99
5. 3. Detracción, supresión, resta	107
5. 4. Sustitución: metáfora, metonimia	110
5. 5. Alteración de orden	123
5. 6. Interpenetración	127
6. EPÍLOGO	131

1. INTRODUCCIÓN: DISEÑO Y LENGUAJE

Todos los procesos implicados en el diseño gráfico alcanzan su razón de ser cuando el producto final es origen de una experiencia comunicativa en la que han mediado palabras e imágenes concebidas como respuesta a unos objetivos previos. No obstante, el intercambio intelectual y emotivo que llamamos comunicación también está condicionado por el bagaje y aspiraciones, conscientes e inconscientes, de las personas que interpretan esos signos en un contexto determinado. Por eso, más allá de la elaboración técnica, obtener un resultado satisfactorio está dentro del marco que proporciona la noción de lenguaje.

Como otras actividades que se muestran en forma de conjuntos significantes, el diseño señala o establece conexiones en ese lugar inaprensible que es el universo semántico; primero con algún objetivo comunicativo preciso (anunciar, señalar,

identificar...), pero en segundo término diciendo algo sobre la realidad de las cosas, como lo hace la publicidad —con la que tiene un claro parentesco—, el periodismo, el cine, la pintura, la poesía... En definitiva, interviene, como todo uso de lenguaje, en la imagen de realidad que tenemos.

Para ello se utilizan signos lingüísticos y visuales: palabras —con una parte verbal y otra gráfica— e imágenes, sean estas figurativas (signos icónicos) o abstractas (signos plásticos). Queda reconocido de este modo, sin más debate al respecto, que las imágenes poseen cualidades de *conjunto significante*: son lenguaje. Tampoco ofrece duda que la *fuerza* de los lenguajes verbales, en general, nace de códigos más precisos y estables; por ello, la base de la comunicación ha sido desde hace siglos el lenguaje hablado y escrito. El significado, de un modo ideal, no es verbal o visual, pero en muchos aspectos lo primero que se entiende o lo que se queda con más solidez es lo que las palabras dicen.

El diseñador es un creador visual que trabaja también con palabras, aunque con frecuencia le vengan dadas por un texto, lema o título establecidos con anterioridad. Así, con independencia de la posible especialización y del trabajo en equipo, no debe ignorar el universo semántico y la interacción verbo-icónica de la que emergen tanto los

significados más inmediatos y precisos, como otros más lejanos y ambiguos.

La tipografía es el instrumento más específico y propio de toda esta labor comunicativa. De hecho, en su origen, tipografía e imprenta eran términos intercambiables, ya que la imprenta era eso, técnica tipográfica, impresión con tipos de madera o metal. Pero en nuestro tiempo nos referimos a la tipografía ante todo como la gráfica de la letra, su representación visual y, si así se considera, signo visual de la misma, capaz de promover significados (contenidos) desde esa *sustancia* visual. Ello sin olvidar que la tipografía concurre con el carácter lingüístico de la palabra y que, por lo tanto, está fuertemente impregnada de la semántica verbal a la que acompaña; de ahí que la fuerza de los signos verbales y de las imágenes figurativas, su manera de significar más concreta e inmediata, tienda a demorar nuestra atención a la letra como signo visual.

Esta publicación se adscribe a los esfuerzos de diseñadores y estudiosos para concretar las cualidades específicas de la tipografía como signo, que, aun en el mismo lugar, son diferentes de las que tienen las palabras en el terreno lingüístico o las de otras imágenes. Se trata de poner en claro los saberes, las expectativas, que un hipotético espectador puede tener sobre la forma de las letras; sobre

cómo se suelen articular visualmente y componer de acuerdo a convenciones que, escritas o no, están incorporadas en su mente. Se observará el uso especial que los diseñadores hacen en sus creaciones de los elementos de la tipografía en la composición de página, concretado a través de *desvíos* —respecto a esas expectativas—, que originan las funciones estética y persuasiva. Las modificaciones que generan tales desvíos y los elementos sobre los que recaen son también asuntos centrales de esta publicación.

2. LA TIPOGRAFÍA COMO SIGNO

El lenguaje siempre se consideró verbal. En el nombrar antiguo las palabras y las cosas coincidían hasta suponer una identidad entre ambas: la *realidad*. Con el discurrir del siglo XX también se ha hecho moneda común la fuerza de las imágenes para instituir significados y considerar la existencia de sistemas de signos de carácter visual. Pero en esta investigación no se va a tratar de las palabras como signos lingüísticos, ni tampoco de los signos visuales en general; se va a tratar de la parte visual de las palabras. Hay que buscar por ello las posibilidades significantes de la tipografía en un lugar específico, propio, dentro de los signos visuales. El punto de partida ha de ser observar la división, ya

clásica, entre signos *icónicos* y signos *plásticos*. En los primeros, reconocemos *tipos* y *referentes*, que identificamos en la mente y a los que de alguna manera representan: provienen de una codificación de nuestra experiencia perceptiva sobre la que intervienen simultáneamente otros saberes y se asocian con facilidad a la noción tradicional de lo *figurativo*. En los segundos, las *formas*, *colores* y *texturas* manifiestan sus posibilidades significantes como tales. Las variaciones en sus parámetros espaciales, tonales, etc., promueven una semántica más ambigua que la icónica, donde suelen intervenir procesos sinestésicos. Así, el signo plástico se asocia en general a lo abstracto¹.

A primera vista queda claro que la tipografía no pertenece al ámbito de los signos icónicos. El origen pictográfico de algunas escrituras queda lejos de los usos verbales en nuestro contexto. En las letras, salvo creaciones específicas o fuentes de caracteres especiales, no reconocemos figuras de las cuales hayamos tenido experiencia perceptiva previa o que nuestra mente pueda reconstruir a partir de lo que con anterioridad hemos visto o sabemos: la letra no

¹ Ver Alberto Carrere y José Saborit (2000), *Retórica de la pintura*, Madrid, Cátedra.

es figurativa. Sólo en casos concretos de transformación o inserción en un lugar determinado, una letra recuerda a una figura humana, un puente, un ojo, una bandera, etc. La interpenetración entre tipografía y figuración corresponde pues a una situación posterior de creación gráfica y elaboración retórica respecto a la caracterización del signo tipográfico que ahora se aborda.

En su manifestación inicial, la letra en sí, por ejemplo, una /g/, con independencia de que pertenezca a una fuente tipográfica u otra, sólo remite a sí misma como caso de letra /g/, no hay figuración alguna en ella. Así pues, para significar algo, la tipografía, en su presencia básica, cuenta con las variaciones visuales de cada *carácter* o *glifo* —su representación gráfica— y con su interacción cuando se articula en expresiones de mayor dimensión. Su naturaleza plástica se apoya en el hecho de que las diferencias entre las letras de unas familias y otras residen, ante todo, en la forma y relación de los elementos de los caracteres: ojo medio, ascendente, descendente, ojal, remate, etc.; y las variaciones de grosor del trazo, modulación, proporción, inclinación, etc. Esto unido a su articulación en palabras, frases y párrafos, con diferentes tamaños, interlineados, interlineados, etc., conforma los ritmos y texturas de la composición de página, además de

favorecer las funciones comunes del diseño, donde la legibilidad es una referencia habitual importante. En todo caso, tanto las variables de la letra, como las de la palabra o el párrafo, se pueden situar con facilidad en los parámetros de los *significantes de la forma*. Es decir, tienen que ver con la *dimensión*, la *posición* y la *orientación*; con las consecuencias derivadas de asignar valores a estos parámetros, donde entran en juego rasgos diversos y contrapuestos: concéntrico, excéntrico, izquierdo, derecho, delante, detrás, arriba, abajo, cercano, lejano, grande, pequeño, largo, corto, ancho, estrecho, denso, claro, curvo, recto, vertical, horizontal, ascendente, descendente, centrífugo, centrípeto, equilibrado, desequilibrado, armónico, contrastado²...

Los contenidos que se pueden expresar sólo con estos rasgos u otros semejantes, están, como sucede en general con el signo plástico, lejos de ser precisos o fácilmente verbalizables. De utilizar en un cartel una fuente Bodoni (Giambattista Bodoni, 1790) o una Futura (Paul Renner, 1927-1930), no se infieren cambios determinantes en el significado que se transmite, pues para ello es necesario el

² Sobre la «Sistematica de la forma» ver Groupe µ (1992), *Tratado del signo visual*, Madrid, Cátedra, 1993.

Bodoni Futura

Arriba: versión actual de la tipografía Bodoni, creada en 1790 por Giambattista Bodoni. Abajo: tipografía Futura, con la forma que hoy utilizamos consolidada a partir de la original de 1927, más abstracta y geométrica, que su autor, Paul Renner, fue modificando y ampliando hasta 1930

concurso de códigos más estables, lingüísticos e icónicos que concurren e interactúan con la tipografía y el resto de elementos presentes. Una familia de letras u otra no cambia lo que las palabras dicen como signos lingüísticos: el lema de un espectáculo de danza, el título de un libro o el texto de un artículo significan lo mismo con independencia de la fuente utilizada.

Sin embargo, no da igual Bodoni que Futura. En un plano más profundo, lejos de lo enunciado

de forma directa en un diseño, en el recorrido de la connotación, Bodoni muestra una textura clara, ligera y a la vez cortante, a causa de sus terminales afilados como navajas. Asociada en su origen a los tipos de grabado en cobre está impregnada del fuerte contraste que hay entre los trazos verticales, muy gruesos, y las barras horizontales extremadamente finas: es el fruto de una mecanización que se aleja del recuerdo a escritura manual con pluma o cálamo propio de la modulación suave de las letras *humanísticas* o *garaldas* del Renacimiento. El filo de sus remates sugiere el corte del metal en los albores de una incipiente industrialización, y muestra una geometría de máquina, a diferencia de la abstracción matemática que más de un siglo después mostró el tipo Futura. La precisión de Futura es vanguardista; antes radical que racional. Sus versiones iniciales, mucho más geométricas que la definitiva, procedían de los *alfabetos de tipo universal* promovidos por Herbert Bayer en la Bauhaus. Una construcción de formas nuevas que avanzan un futuro de mejoras basadas en el progreso del hombre. La anchura de los trazos tiende a ser uniforme, a causa de la lógica «objetiva», de su elaboración. De acuerdo a la visión de vanguardia, la tradición no puede anteponerse a la pureza de formas, pues la forma en su esencia *anticipa la función*. Con estas cualidades,

Futura puede servir de base tipográfica a propuestas radicales, pero también dar imagen a un texto científico, o presentar la fiabilidad de la ingeniería alemana, como sugiere Lewis Blackwell a propósito de los anuncios dirigidos por Bill Bernbach, que la agencia publicitaria DDB hizo para Volkswagen en torno a 1960³.

Estos significados que podemos atribuir a tipos como tales (Bodoni, Futura), a priori no tienen relación inmediata con los objetivos que sirven de origen a un diseño: la promoción de un producto, una campaña institucional, el titular de un artículo, etc. Su sentido está oculto tras el contenido fundamental que las palabras delimitan a través del lenguaje verbal; situado en la imprecisión de sensaciones que se harán visibles con su articulación en palabras y párrafos, en una composición de página que despierta texturas y ritmos, para finalmente concurrir con la expresión tal vez ya directa del iconismo y la palabra. No hay un contenido estable y permanente que se pueda atribuir a una u otra familia —decir que Futura significa vanguardia, geometría y abstracción, y condicionar desde

³ Lewis Blackwell (1992), *La tipografía del siglo XX*, Barcelona, Gustavo Gili, 1993.

ahí su uso, es simplificar demasiado—; pero su inserción en un contexto determinado favorece unas sensaciones u otras, e incluso unos significados u otros. Así pues, la tipografía, tanto en lo que aporta al significado del conjunto, como en lo que asume, se muestra muy dependiente del contexto.

Por ello, de la misma manera que la retórica verbal no se detiene en el léxico, la retórica tipográfica no puede situarse exclusivamente en la forma de la letra o las familias de tipos y sus variaciones, sino que implica por igual palabras, párrafos y todo lo que supone la composición tipográfica en el contexto de un diseño concreto, incluida su interacción con la imagen figurativa y el lenguaje verbal.

3. RETÓRICA Y ESTÉTICA

La retórica, como disciplina, es una consecuencia de la observación de aquellos recursos del lenguaje que los seres humanos utilizan cuando quieren producir determinados efectos en otros seres humanos: explicaciones de un suceso para conseguir el voto del jurado en los tribunales; emociones que embargan al lector de poesía; la respuesta consciente o inconsciente a la que invita una propaganda o publicidad; experiencias sensoriales o conceptuales favorecidas por la contemplación de una obra de

arte... Todos ellos casos en los que palabras o imágenes se utilizan de forma distinta al lenguaje de uso cotidiano, una enunciación caracterizada por su mayor elaboración en lo sensible y en los conceptos, en la expresión y en el contenido. Los argumentos considerados más oportunos se asocian a la causa defendida, se pone énfasis en ellos; los elementos en juego se repiten o se ocultan, dando un rodeo para llegar a la idea principal por medio del lenguaje figurado; la elaboración final sorprende por su desvío de lo habitual, por jugar al escondite con la convención; los sentidos también son estimulados a través de palabras e imágenes, formas, colores y ritmos compositivos recreados de nuevo para un caso concreto; y al final, el espectador queda atrapado en las relaciones entre lo que se dice y el modo en que se dice. La *belleza* del lenguaje favorece este diálogo espectador-obra, una conexión antesala de una complicidad que se puede prolongar en el tiempo para enriquecer las experiencias del primero y los significados de la segunda.

El resultado de tales experiencias puede estar vinculado a un objetivo concreto, dirigido por la función persuasiva en el lenguaje político o publicitario; también puede señalar en el centro de su actuación al propio texto poético, al objeto artístico, por su forma de *construir mundos*... —aunque

semejante división entre lo persuasivo y lo estético es una simplificación de las consecuencias del lenguaje sobre lo que llamamos *realidad*, y ambos aspectos están más imbricados en la práctica de lo que se pueda pensar—. Pero ahora se trata de insistir en que todos los enunciados que hacen una elaboración expresiva «especial» de palabras o imágenes, que buscan en el *desvío de la norma* un instrumento para favorecer la «mejor» comunicación posible en un contexto dado; todos esos enunciados tienen en común una búsqueda de ideas, disposición, elección y transformación de palabras e imágenes que los seres humanos han ido utilizando, observando y estudiando desde hace siglos.

La retórica recoge todas esas aportaciones, junto a otras que proceden del lenguaje «natural» y las pone a disposición de la humanidad para posteriores elaboraciones. Así, en el caso hipotético de que una forma nueva en la creación artística o literaria irrumpa en la sociedad con la ruptura de las convenciones hasta entonces conocidas, podrá ser observada, estudiada, incorporada a los saberes universales que permitan su uso y transformación por generaciones futuras.

Por lo demás, en el aspecto teleológico aludido, el diseño —como en la interacción de lo verbal y lo visual— también es un medio mixto, pues muchos de

sus enunciados tienen origen en objetivos publicitarios, propagandísticos, educativos, pero su historia y evolución expresiva se ha desarrollado muy cerca de la creación artística. Una vocación que tiene momentos álgidos de conjunción en las vanguardias del siglo XX: en el Constructivismo ruso, el Futurismo o las experiencias didácticas de la Bauhaus. Desde este punto de vista, ante la dificultad que implica señalar sus coincidencias y diferencias con arte y publicidad, queda sin embargo caracterizado como un medio destinado a la comunicación, con vocación estética. Tal vez se pueda decir lo mismo de otras actividades, de hecho algunas de las teorías relativas a la muerte del arte basan su argumentación en que el carácter retórico-estético impregna tanto nuestra cultura, que las obras de arte no pueden competir con ello... Lo cierto es que el propio diseño parece recorrer un camino semejante al de la fotografía en las últimas décadas, apareciendo en el mercado del arte diseñadores-artistas y en general no pocas propuestas cuyas formas de expresión muestran semejanzas con estilos y tendencias del diseño contemporáneo⁴.

⁴ Sobre las relaciones arte-diseño ver Anna Calvera (ed.) (2003), *Arte; ¿Diseño. Nuevos capítulos para una polémica que viene de lejos*, Barcelona, Gustavo Gili.

4. LAS EXPECTATIVAS Y EL DESVÍO DE LA NORMA

La reflexión general con la que acaba el anterior epígrafe requeriría no pocas aclaraciones, pero conviene seguir el camino específico que rige la investigación presente. La idea de *desvío de la norma* y transformación del lenguaje, propia de los usos estéticos y persuasivos, debe ser estudiada a partir de ahora en relación a la tipografía, para observar cuál es su alcance en el conjunto de la significación que se atribuye a diferentes diseños, así como su interacción con el resto de elementos verbales, icónicos y plásticos.

Primero es necesario recordar que la *norma* a la que se alude, no implica la existencia de un *código* que recoja de forma explícita todas las posibilidades de la misma. Ciertamente que algunos aspectos de los lenguajes están impresos en diccionarios, gramáticas, etc., pero muchos otros están relacionados con la interacción de los significados y las situaciones pragmáticas en las que se actualizan. Esos otros aspectos no se pueden predecir o inventariar y se confrontan de forma implícita e intuitiva en la comunicación cotidiana. También ocurre así en la publicidad, la poesía, el arte o el diseño. Se entiende por lo tanto ese desvío como una forma

de expresar que sorprende a las expectativas del espectador, no porque el espectador sea ingenuo en extremo, sino porque tal manera de presentar las cosas la percibe distinta de lo común, de otras posibilidades más habituales o alternativas; siendo que le atrae por su elaboración y por la peculiar relación que hay entre expresión y contenido. Así, el desvío referido tiene que ver sobre todo con un *uso particular o transformación del lenguaje* y con una *interacción respecto a las expectativas de los usos del lenguaje que el espectador considera convencionales en determinados contextos*.

Ahora bien, aunque la complejidad de las situaciones comunicativas hace conveniente tomar distancia de lo que se dio en llamar *semiótica de códigos*, ello no significa que no sea necesario estudiar de dónde proceden y cuáles son esas expectativas que tiene un espectador en relación a palabras, imágenes o, en este caso, tipos de letra, y su composición en diseño. En los próximos epígrafes se mostrarán algunas de las *normas* que hay en torno a la tipografía: la forma que esperamos que tengan las letras, su interletrado, el espacio entre palabras, dónde se sitúan las mayúsculas, etc. Normas que a poco que se indague concurren con otras lingüísticas, de léxico, gramática u ortografía; y un poco más lejos, sus expectativas visuales se mezclan con

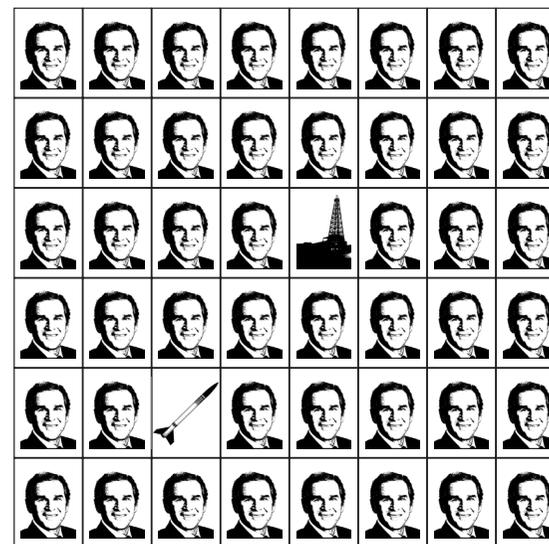
los saberes en torno a las situaciones y significados a los que remiten esas palabras e imágenes; o lo que es lo mismo, al contexto.

Todo ello supone una referencia al bagaje de las personas que intervienen en la comunicación. Pero la creación estética se manifiesta de forma *local*, concreta; en una poesía, pintura, fotografía..., o en un diseño gráfico. Siendo así, su elaboración retórica presenta indicaciones locales, marcas de estilo, homogeneidad cromática o compositiva; también puede sugerir una dirección semántica intertextual que un individuo cualquiera relaciona con sus competencias o expectativas ante un enunciado determinado. Estas pistas son *orientaciones de mirada-lectura*, tanto en la expresión como en el contenido —lo que se ha denominado *isotopía*—, que de forma implícita proponen un camino, no necesariamente cerrado, al espectador. En determinados momentos las *orientaciones de mirada-lectura* pueden ser interrumpidas (*alotopía*): así, lo que tiene redundancia en un sentido, lo que es igual en la mayoría de la obra, de pronto, es distinto, e introduce una nueva indicación que, confrontada a lo que se espera, puede revelar transformaciones, desvíos de carácter retórico-estético.

El modo en que una creación orienta la sorpresa que produce el desvío de la norma se puede

asemejar, a veces, a un relato en el que todo conduce a un desenlace en el último instante subvertido por un final inesperado. Pero conviene presentar casos más cercanos para ilustrar diferentes maneras de producir isotopía y desvío en una imagen estática. Por ejemplo: un retrato hipotético de la presidencia de George W. Bush, a la manera de Andy Warhol; cuarenta y ocho George W. Bush, uno por cada mes de mandato en la legislatura, en una cuadrícula con el retrato en cada casilla. La redundancia entendida desde la más obvia repetición genera en este caso una isotopía que se puede romper cuando en uno de los cuadrados se sustituye la cara esperada por otra imagen, tal vez un misil o cualquier otro proyectil mortífero⁵. El desvío que instaura ese nuevo icono en el contexto de los retratos nos separa de la orientación original para fijar el punto de vista sobre las dos guerras (Afganistán e Irak) que dicho presidente comenzó. Si por último, apareciese dentro de otro de los cuadrados un billete de dólar —o un pozo

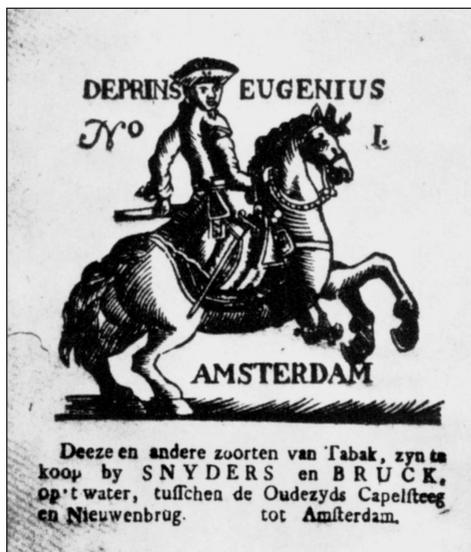
⁵ El planteamiento de este ejemplo surge a partir del cuadro del Equipo Crónica *América, América* (1965), en el que la imagen repetida en la cuadrícula es Mickey Mouse, sustituida en una casilla por el hongo de la explosión de una bomba atómica.



Hipótesis de retrato para una legislatura de G. W. Bush

petrolífero—, una nueva «sorpresa» recordaría las causas espurias que motivaron esas guerras.

En el supuesto anterior, la retórica determina consecuencias semánticas señaladas con claridad. En el trabajo tipográfico muchos desvíos están relacionados con la jerarquía que se quiera otorgar a un texto, ya sea una jerarquía establecida por convención (*retórica de uso*), ya sea por motivos expresivos, semánticos, en un diseño concreto (*retórica*



Paquete de tabaco, siglo XIX

de invención). En ambas situaciones se trata de su función inherente de servir de contrapunto visual al desarrollo lingüístico del texto en su articulación fonética, sintáctica, morfológica o semántica. Cuando un párrafo está escrito con la misma letra, estilo, tamaño, etc., se establece una isotopía (uniformidad, coherencia, continuidad...) por la redundancia tipográfica, que se rompe si una o dos palabras del mismo sobresalen por el cambio en cualquiera

de esos factores. Así ocurre en un antiguo paquete de tabaco del siglo XIX, donde la frase que leemos bajo la ilustración mantiene atributos de carácter y párrafo comunes, excepto en dos palabras alusivas a la marca de empresa, /SNYDERS/ y /BRUCK/, que destacan en mayúsculas y con un interletrado mayor que el resto del texto.

Pero no todos los desvíos apuntan directamente al contenido o a la función; otros se sitúan en el ámbito de la expresión, sobre todo en lo que a ritmo y composición de los elementos visuales se refiere. Tampoco la isotopía es un producto exclusivo de la redundancia, sino que se puede manifestar a través de otras orientaciones visuales o conceptuales. Un nuevo ejemplo puede servir para mostrarlo: cuando se sitúa un texto en el interior de un rectángulo se genera una forma compositiva con marco. En la imprenta de tipos móviles esta posibilidad se utilizaba sobre todo en las páginas de portada, enmarcando el título —caso de la *Biblia* de Robert Estienne, de 1540— o la portada en su conjunto —como en el *Manuel Typographique*, de Pierre Simon Fournier, le Jeune, de 1764 y 1768—. La convención remite a una forma que limita los elementos rodeados por ella, separando con precisión, interior, marco y exterior. Las características o limitaciones técnicas de la imprenta tipográfica

refuerzan esta idea, pero es claro que las expectativas sobre el enmarcado van más allá del diseño; tienen que ver con la geometría, la elaboración y presentación de objetos —donde hay que destacar las obras pictóricas— y en general con posibilidades que tienen un fundamento experiencial. La forma tradicional de marco, la más convencional, está implícita en la mente del espectador, como lo están las relaciones figura/fondo y tantas otras convenciones visuales relacionadas con la experiencia y las tradiciones de representación. Muchas operaciones retóricas del arte contemporáneo remiten a desvíos del marco, y también el diseño rompe los enmarcados frecuentemente para dar nuevo ritmo compositivo a la expresión gráfica.

Como variación del marco de línea, un rectángulo negro, o de cualquier otro color, sobre la extensión del papel, puede servir de fondo a un lema o título en blanco centrado en su interior. El cuadro tintado, por la diferencia de tono con el papel, enmarca las palabras, a condición de que estas no sobrepasen el límite del paralelogramo. Si esto sucede, si la letra sobrepasa las expectativas del marco, que según su definición esperada, debe rodearlas, ceñirlas exteriormente, el desvío podría ser considerado un error, falta de pericia técnica, puro desorden; o por el contrario, si la letra se expande fuera del

RETÓRICA

DEL MARCO

Arriba: expectativa, *grado cero*, *norma* posible de marco.
Abajo: desvío respecto a esa posibilidad

rectángulo fundida con el blanco infinito del papel, con gracia que fluye más allá de límites tradicionales, se pone de manifiesto otra posibilidad expresiva de ritmo y tono, que juega con las expectativas burladas de figura y fondo, marco y cuadro, letra y papel. Una solución que interviene directamente sobre la plástica de *superficie*, no sobre aspectos conceptuales —a diferencia del anterior ejemplo sobre Bush—: se orienta por ello al plano de la expresión, no al plano del contenido; pues son posibles ambos tipos de desvíos, del mismo modo que las funciones de la retórica son por igual de carácter persuasivo y estético. Hay que recordar, no obstante, con todos los tratadistas de semiótica y retórica que, en última instancia, cualquier modificación expresiva, de algún modo, por indirecto que sea, por imposible que

resulte de verbalizar, supone igualmente un cambio en el plano del contenido.

Se ha visto así que aquello que puede esperar el espectador procede de competencias en todos los órdenes de la vida (*normas generales*), y que obras concretas orientan localmente esas expectativas con las palabras e imágenes que contienen y los conceptos y sensaciones que implican (*normas locales*). Desde un acercamiento más concreto, hay que recordar que las normas útiles a las imágenes en su conjunto, las mismas que afrontan los pintores o los fotógrafos, estudiadas por la retórica visual, son aplicables al diseño. También lo es la retórica verbal en lo que atañe a las frases que sitúan buena parte de sus contenidos, así como la interacción palabra-imagen. Pero como se ha venido anunciando, las expectativas que aquí se van a fundamentar, no son las visuales en general, ni las verbales —en ambos casos hay una tradición sólida—, sino aquellas que tienen un carácter directamente tipográfico, aunque con frecuencia concurren con las precedentes.

4.1. *El esqueleto común o matriz mental.*

Las familias tipográficas

La primera expectativa en tipografía es sobre la propia forma de la letra. Una /a/, una /g/ o una /h/ se espera que tengan un aspecto determinado para

poderlas reconocer con facilidad, incluso de manera inadvertida, en el recorrido continuo de la lectura. Esta forma cambia para cada familia, pero aun así todas ellas tienen algo en común que las identifica como /a/, /g/ o /h/. Adrian Frutiger sugiere que superpuestas varias fuentes de la misma letra, por ejemplo la /a/ de Garamond (Claude Garamond, 1530-1549), de Baskerville (John Baskerville, 1757), de Palatino (Herman Zapf, 1950), etc., obtendríamos la síntesis de todas ellas: una cierta matriz que el lector lleva en el subconsciente⁶.

Esa expectativa no tiene una forma definida, no está prevista por un código impreso, es una abstracción; pero intuimos que tiene características formales reconocibles, correspondientes a lo que se puede llamar *esqueleto común*, *matriz mental* o *tipo ideal* de una letra, base para cualquier familia tipográfica. Incluye muchos aspectos, no sólo el *ductus* o el armazón de la misma, sino también aquello que se espera con cierta variabilidad en proporción trazo-altura, ojo medio, modulación, terminación de trazos, etc.

⁶ Adrian Frutiger (1978), *Signos, símbolos, marcas, señales*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981, pp. 149-150. El mismo autor vuelve sobre esta idea en 2001, *En torno a la tipografía*, Barcelona, Gustavo Gili, 2002, p. 39.

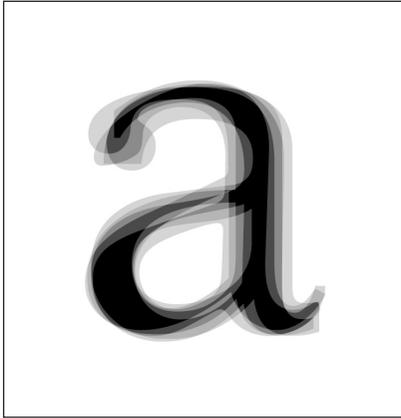


Ilustración metafórica del *esqueleto común* o *matriz mental*, a partir de la propuesta de Adrian Frutiger

Debe quedar claro que no se trata de que haya una forma correcta «platónica» para cada letra. Aunque las discusiones sobre la perfecta proporción de las letras en el Renacimiento y los experimentos realizados entre otros por Geoffry Tory proporcionaron la base tipográfica de nuestra cultura, siglos después, Frederic William Goudy ya confirmó ilusorias las aspiraciones sobre la perfecta proporción, para señalar que «las formas de las letras que hoy [1918] utilizamos a diario son enteramente fruto de una convención, de manera que el preferir una a

otra no debe basarse sino en las convenciones actuales y nuestro sentido de la belleza»⁷.

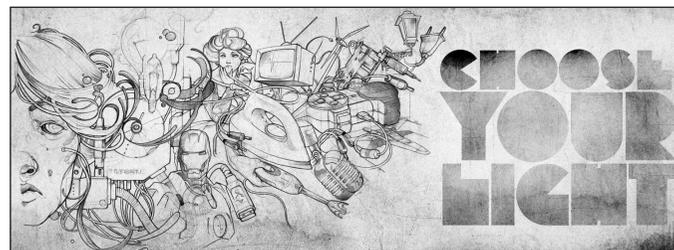
El esqueleto común es precisamente consecuencia de la evolución convencional de la tipografía y aunque podemos imaginar e ilustrar su forma, no tiene realidad física concreta. En ese sentido hay un cierto paralelismo con los *tipos icónicos*, que constituyen clases de cosas, con características formales pero sin concreción física: el tipo *rostro humano* supone unos rasgos y proporciones convencionales, conocidos por todos, aunque no tenga realidad física; pues la concreción física de lo icónico se manifiesta en referentes individuales; el rostro de fulanito, el de menganito, etc. La concreción visual de las letras se revela en la forma que adquiere en ejemplos individuales y en el conjunto coherente de familias completas. Pero las letras, al contrario que los signos icónicos, no tienen *referentes*, más allá de su reconocimiento como tales. Desde ese punto de vista se parecen no tanto a los tipos icónicos, como a las denominadas formas básicas, igualmente importantes en el diseño gráfico. Círculo, triángulo, cuadrado, etc., también pertenecen al universo plástico y son

⁷ Frederic William Goudy (1918), *El alfabeto y los principios de rotulación de Frederic William Goudy*, Madrid, ACK Publish, 1992, p. 30.

ajenas, en principio, a referente alguno. Todo círculo es una variación de la *idea de círculo*, pero no se refiere a nada, no representa a nada, no está en lugar de nada, salvo cuando, en situaciones concretas, se mezcla con lo icónico para formar parte de un contexto figurativo, lo que supone una confirmación más del carácter plástico de la tipografía.

Muchas transformaciones de los trazados de una letra deben ser percibidas más como desvío de la matriz mental de esa letra que como alteración de una familia determinada. La percepción inmediata es que esa /e/, /f/ o /g/ no son exactamente como suelen ser, podrían haber sido de otra manera, algo ha cambiado respecto a la forma que esperamos de ellas: el desvío, aunque se aplique sobre una fuente concreta —Akzidenz Grotesk (Günter Gerhard Lange, 1896), Peignot (Cassandre, 1935), Eurostile (Aldo Novarese, 1962)— y la modifique, en la mayor parte de casos no tiene como referencia principal ese tipo de letra, sino el esqueleto común que intuimos para la /e/, /f/ o /g/.

En diseños actuales se aprecia con rotundidad modificaciones en la tipografía que la alejan de la convención del esqueleto común. La tipografía usada por Pedro Sánchez en el proyecto de valla *Choose Your Light*, 2008 —RNS Bobo Dylan, Yorlmar Campos, 2007— es una de las muchas secuelas de



Pedro Sánchez, proyecto de valla *Choose Your Light*, 2008

la famosa Babyteeth, diseñada por Milton Glaser en 1968. Sus *glifos* muestran una fuerte síntesis geométrica, en favor de la sensación de bloque y superficie. Los equilibrios entre trazo y espacio intuitos en el esqueleto común se han decantado hacia el relleno de los espacios, de tal modo que sólo han quedado variaciones distintivas mínimas para el reconocimiento de uno u otro carácter: no está el vacío previsible entre las *astas* de la /U/ y los *brazos* de la /E/, así como otros huecos semejantes en el resto de letras, en especial en lo que se refiere a la desaparición de ojales en /O/ y /R/.

Esta supresión de ojales en algunas fuentes ejemplifica con más facilidad el desvío del esqueleto común que otras alteraciones de la letra, más discretas o complejas para describir verbalmente. Ello es así porque casi todas las tipografías presentan dichos

ojales en determinados glifos, dejando ver un *blanco interno*. Es lo más habitual y así esperamos que ocurra en /a/, /b/, /d/, /e/, /g/, /o/, /p/ y /q/; en las mayúsculas /A/, /B/, /D/, /O/, /P/, /Q/ y /R/; así como en los números /4/, /6/, /8/, /9/ y /0/; pero hay tipos de letra en los que no están dichos ojales, siendo éste un rasgo diferenciador de los mismos. Desde el punto de vista de la elaboración actual, para eliminarlos basta deshacer lo que en algunas aplicaciones de diseño se denomina *trazado compuesto*. Así, se encuentran no pocos tipos de aparición reciente y difundidos por Internet, con esta y otras particularidades en la geometría que deberían responder a un proyecto global de fuente y no a fáciles retoques de tipografías anteriores creadas por otros autores.

Las tipografías que rompen con el *esqueleto común* o distorsionan mucho sus trazos no son adecuadas para el texto de lectura de libros o revistas. Se utilizan en palabras, frases cortas, lemas o, simplemente, como elemento gráfico de lectura prescindible; de ahí que aparezcan sobre todo en diseños de página sencilla, carteles, folletos, logotipos, etc., y a veces en títulos o ilustraciones de según qué tipo de revistas. No hay un término para expresar de forma representativa toda la diversidad que esto implica, pero responden a esta circunstancia muchas fuentes ya incluidas en la

clasificación de Maximilien Vox de 1954 —como las medievales, las manuales, las escritas—⁸, pero sobre todo un sinnúmero de tipografías surgidas del impulso digital a finales del siglo XX, cuya clasificación —«provisional», según sus propias palabras— exploró José María Cerezo en 1997. Dejando aparte el grupo constituido por la reedición de familias que provenían del diseño tradicional de tipos, el resto de grupos estaría en esta posición que se aleja de las tipografías concebidas para el texto común de lectura: *los nuevos geométricos, de ojo mixto, borrosos, vernáculos, ad libitum, sarcásticos e icónicos*⁹.

En todo caso, el ámbito habitual de la ruptura con la matriz mental de una letra no es tanto la elaboración de nuevas familias de fuentes, como el diseño en casos concretos, en los que se personaliza la gráfica de una palabra o frase para conseguir una identidad propia, variar el ritmo o la textura de página e incluso enriquecer o alterar el significado del conjunto. No hay que ser muy perspicaz para intuir que, además, este ámbito concreto de

⁸ La clasificación de Vox editada en *Caractère* recoge diez grupos: *médièves, humaines, garaldes, réales, didones, simples, mécanes, incisives, manuales* y *scriptes*. Ver Maximilien Vox (1954), *Por una nueva clasificación de los caracteres tipográficos*, Valencia, Campgràfic, 2004.

⁹ José María Cerezo, *Diseñadores en la nebulosa* (1997), Madrid, p. 143 y ss.

un enunciado, un diseño en particular —lo que en semiótica se denomina *texto*—, es el centro de la comunicación y por ello el lugar adecuado para la mayoría de transformaciones retóricas.

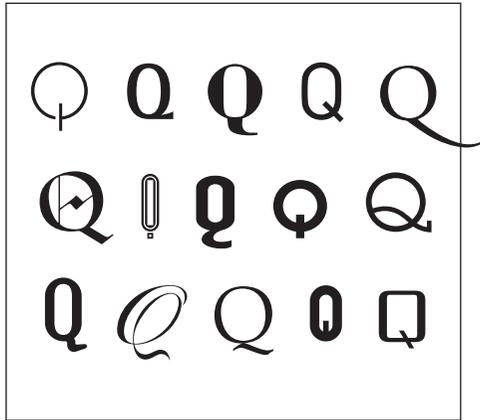
La elipsis de ojales la encontramos, por ejemplo, en la campaña publicitaria que Helmut Krone, director de arte de la agencia DDB, concibió para la empresa automovilística Audi en la década de 1970. La fuente utilizada en los anuncios fue Avant Garde, creada por Herb Lubalin en 1970 —a partir de sus diseños en la revista del mismo nombre—, quien por cierto alabó en un artículo la campaña... En ella, los blancos internos de /O/, /B/, /D/ y de alguna ligadura, desaparecen —o dicho desde otro punto de vista, se rellenan: /●/, /■/, /■/—, en favor de un nuevo ritmo y textura de página, al que contribuye también un interlineado, tan reducido, que las letras de líneas sucesivas casi se tocan.

Esta modificación en el plano de la expresión, que bien puede ser considerada una elipsis paradójica, por ser la supresión de un hueco —desaparición de una ausencia—, como tantas otras operaciones efectuadas sobre la tipografía, es terreno fértil para el diseño de logotipos. El de la Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCO 2007, de Carlos Rolando, volvía sobre ello: el blanco interno de /A/, /R/ y /O/, da paso a un relleno uniforme que hace

más bidimensional, casi recorte, la forma de la letra. Una sensación que se acentúa cuando la forma elíptica de la /O/ —única letra en negro frente al resto blancas— se pliega en su parte inferior como una hoja de papel.

Si en los anuncios de DDB para Audi, las repercusiones semióticas estaban centradas en textura, tono y ritmo compositivo, aquí, además de los cambios de expresión, la ruptura de expectativas en torno a la forma de la letra se asemeja a la ruptura de expectativas que el arte contemporáneo suele proponer: la letra, sin muchas estridencias, resulta un tropo proyectado del modo en que el arte «dobla» nuestras expectativas sobre la realidad.

Los cambios respecto al hipotético esqueleto común, hecho que ocurre, por otra parte, cada vez que la letra se presenta escrita, dan lugar a ejemplos singulares o de un modo más sistemático a las diferentes familias de fuentes. Basta contemplar varias muestras de /Q/ para saber que todas tienen una referencia común, que son desvíos de una matriz que está en el acervo acumulado por la tradición e incorporado en nuestra mente como expectativa. A partir de ahí, las familias tipográficas se construyen desde variaciones de forma equivalentes para todos los glifos que pertenecen a ellas, lo que determina su armonía y coherencia como

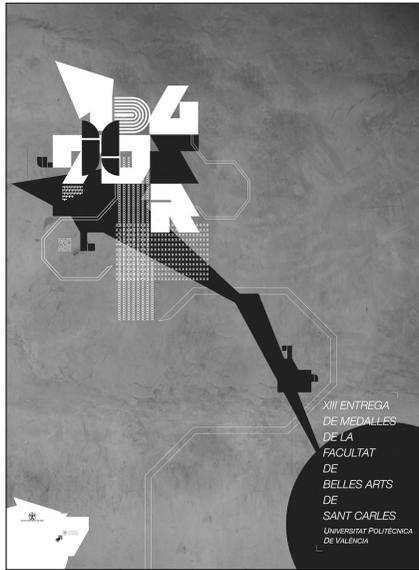


Cada tipo de letra supone un desvío hecho convención, respecto al esqueleto común o matriz mental de cada carácter

conjunto amplio que incluye diferentes grosores para el trazo, anchuras expandidas o comprimidas respecto a la redonda, cursivas, mayúsculas y minúsculas. Las múltiples opciones que permite una familia tipográfica favorecen la unidad de estilo y la posibilidad de establecer jerarquías gráficas. Cuando además se trata de maquetaciones donde debe primar la lectura y *transparencia* de los elementos gráficos, las familias convencionales, consolidadas por el uso de siglos de imprenta, suelen ser las preferidas en la mayor parte de los casos y

responden a ello tanto creaciones antiguas como otras contemporáneas, desde las elaboradas en el Renacimiento por Nicolas Jenson, hacia 1470-1476, hasta la Times New Roman, diseñada por Stanley Morison, en 1932. Las tipografías que tienen tales características son las que más coinciden con esas formas comunes «ideales» a las que nos referimos —lo que no es de extrañar, pues dicha abstracción a su vez procede de ellas—; de ahí, como se verá más adelante, que se utilicen mayoritariamente para el *texto común de lectura*.

Las transformaciones respecto a la abstracción del esqueleto común que dan lugar a una fuente concreta pueden alejarla más o menos de la matriz y hacer que se diferencie de otros tipos de letra. Como se ha mencionado antes, algunos glifos e incluso familias completas —en casos de tipografías radicales, de fantasía, decorativas, lúdicas, experimentales, etc.—, en el lado opuesto de Jenson o Times, han perdido gran parte de los rasgos básicos de ese esqueleto común. Son fuentes centradas en sus peculiaridades de estilo que enfatizan la individualidad del diseño y su uso puede estar vinculado a textos breves para *titulares* o *display* que no requieren tiempo y esfuerzo de lectura, o incluso dedicado totalmente a la expresión plástica, ya sin función lingüística alguna. Así se observa en la gráfica



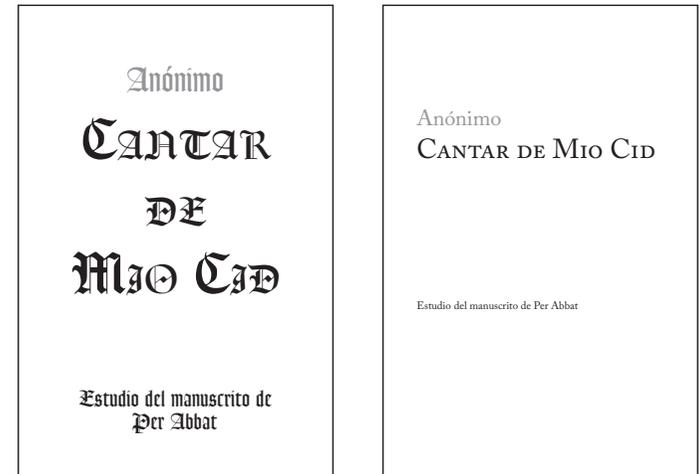
Marisa Piñana, pancarta para la *XIII entrega de medallas de la Facultat de Belles Arts de Sant Carles*, 2008

deconstructiva que, en su parte superior izquierda, ilustra la pancarta diseñada por Marisa Piñana con motivo de la *XIII entrega de medallas de la Facultat de Belles Arts de Sant Carles* (2008), para la que sirvieron de base los tipos Brother (SLANG, 2005) y De Stijl (Ipsum Planet, 2002), ambos diseñados por encargo de la revista *Neoz*.

El significado atribuible a un tipo de letra por oposición a otros y por su desvío del esqueleto común, lo que sería base de una semiótica tipográfica, suele estar relacionado con sensaciones cercanas al signo plástico, apuntadas anteriormente: verticalidad, densidad, contraste, redondez, modulación, etc. Estas sensaciones sugieren contenidos —muchos ni siquiera los llamarían así— plásticos, de muy baja intensidad, débiles en extremo, difíciles de verbalizar. El cambio de una letra por otra no modifica el significado de un diseño, para ello es necesaria la intervención de lo verbal o lo icónico. Pero también se debe reiterar que, sin embargo, no da igual una fuente que otra. Los tipos, al igual que toda creación de la cultura tienen una historia, un contexto de elaboración y una tradición de uso. Lo que sabemos de ellos, su origen, las causas teleológicas o ideológicas que intervinieron en su realización, los posibles avances técnicos en la edición a los que se pueden vincular; todo ello, no puede ser ajeno a la semántica con que los percibimos, aunque ésta sea una semántica profunda, celular, en cierto sentido tangencial respecto al objetivo concreto de un diseño; sea la promoción de un producto, una campaña institucional o la maquetación de un texto.

Se mencionó antes la relación de la letra Bodoni con los grabados en cobre y la tecnología del

metal o la asociación de Futura con la vanguardia, la abstracción, lo alemán... Pero estas connotaciones adquieren carácter localmente, en un contexto determinado, en las implicaciones de un diseño en particular. Intentar traducirlas de forma mecánica es uno de los mayores errores que se puede cometer en la creación gráfica. La equivalencia simplista entre forma y semántica, entre estilo y significado, conduce a resultados superficiales, ingenuos; incluso a rotundas parodias de lo pretendido. El ignorante inquieto, que diseña una cubierta para el *Cantar de Mio Cid*, podría sentir la tentación de utilizar una tipografía de época, por ejemplo, gótica, o tal vez imitando la del manuscrito original de Per Abbat de 1235, que se conserva en la Biblioteca Nacional de España. El peso cultural del *Cantar* no necesita de ningún artificio que lo califique y el esfuerzo resultaría inútil para un probable resultado de aficionado. Facsímiles y otras ediciones especiales aparte, ninguna editorial responsable aceptaría semejante propuesta. Es preferible, sobre todo para principiantes, afrontar el reto con una tipografía de cualquier otra época, respetuosa con la historia del relato, que corresponda al sentido del mismo, pero sobre todo adecuada a parámetros de calidad de diseño y edición, según criterios contemporáneos.



Dos posibilidades de cubierta para el *Cantar de Mio Cid*. Izquierda: opción «ingenua» de relación entre estilo, época y significado. Derecha: opción de «funcionalidad neutra»

Jan Tschichold, en el libro emblemático de la tipografía moderna (*Die neue Typographie. Ein Handbuch für Zeitgemäss Schaffende*, 1928), avalaba esta posición al negar que los tipos expresen algo concreto —por ejemplo, religiosidad o alegría— más allá del *espíritu de la época* (*Zeitgeist*), de tal modo que «todo el material impreso actual [1928], indistintamente de su naturaleza, debe llevar la marca de nuestra época, y no debería

imitar el material del pasado»¹⁰. Como es sabido Tschichold rectificó a lo largo de su vida parte del programa establecido en su libro y años después afirmó que «aunque todavía no se ha superado *La nueva tipografía*, ésta sólo se adecúa, como ha quedado demostrado, para textos publicitarios y otros materiales impresos menores. Para los libros, en especial las obras literarias, es, en general, totalmente inapropiada»¹¹. Para demostrarlo utilizó un ejemplo didáctico ilustrado. El diseño de una portada del poeta persa Hafis, para la que consideró prosaica e inapropiada la «funcional» tipografía moderna, y a la que contrapuso una opción con Bodoni y algunos elementos ornamentales que representan mejor el «tacto y capacidad de empatía» que el libro exige.

Así, el riesgo opuesto a la expresividad inexperta que suele conducir a una imprevista parodia o al *kitsch*, lo constituye la falta de empatía con el tema del diseño o aburrimiento al que puede llevar una opción de «funcionalidad neutra». Naturalmente todo puede empeorar y un inexperto temerario

¹⁰ Jan Tschichold (1928), *La nueva tipografía*, Valencia, Campgràfic, 2003, p. 79.

¹¹ «Creencia y realidad» (1946), en *ibidem*, p.259 y ss.

podría llegar a la «sobreespresividad» sin buscar siquiera la relación con el asunto en cuestión...

Cuando se trata de lectura, de los riesgos posibles, en lo que se refiere al alumno o aprendiz, el exceso expresivo parece más peligroso que la corrección funcional, ya que se trabaja con una materia en la que suele ser importante dejar hablar al texto sin interferencias. La transparencia de la letra es un valor y en este sentido su integración en diferentes contextos determinante del uso que se le da. No hay pues un estilo o tipo de letra único adecuado para un diseño concreto. Letras distintas —aunque no cualquiera— sirven para diseñar la cubierta del *Cantar de Mio Cid*, para el manual corporativo de unas líneas aéreas o la publicidad de temporada del Teatro Real.

De forma simétrica, una misma tipografía puede resultar útil para diseños dispares. Por ejemplo: la fuente Industria, que nació con las cubiertas de discos *punk* de Neville Brody en la década de 1980, ha sido utilizada después, con toda naturalidad, para la imagen de marca de bancos, carteles de películas, envases de medicamentos, logotipos de franquicias de hostelería o rótulos de naves industriales de productos agropecuarios —sin entrar en el acierto o desacierto de unos resultados u otros—. Se podría pensar en la opción del «todo vale», pero que un

mismo tipo de letra sirva para el logotipo de una empresa informática, una cubierta de libros de poesía o un cartel sobre el cambio climático, no demuestra que cualquier fuente sea aceptable, o que la elección de una u otra carezca de importancia. Lo que aquí interesa es que la sensación de fondo que acompaña a su lectura emerja en perfecta identidad con el sentido del conjunto de palabras e imágenes que forman la obra. No se trata pues de que la tipografía aislada, un tipo de letra concreto, pueda significar algo, sino de cómo puede aportar sus cualidades en relación a un enunciado conjunto, favoreciendo la función y connotaciones que implica: su sentido es potencial y varía de un contexto a otro.

Con independencia de estas observaciones semióticas, para que un desvío retórico lo sea respecto a una familia tipográfica, el espectador ha de sentir que allí donde espera glifos de una fuente concreta —por ejemplo, una /w/ de Garamond— encuentra algo diferente. No obstante, es necesario que antes no medie un desvío respecto al esqueleto común de la letra, ya que éste, constituido por transformaciones plásticas mayores, en general prevalece sobre el desvío de fuente: por ejemplo, la mencionada supresión de un ojal suele ser una transformación más fuerte que un cambio de familia. Por ello, los desvíos de familia más habituales se encuentran

en la combinación de varias tipografías en un solo enunciado, en párrafos, frases o palabras.

En el origen está un grado cero de isotopía tipográfica: la posibilidad más «sencilla» de utilizar un solo tipo de letra. Esta idea se refuerza si entendemos que el párrafo o frase en cuestión se considera desde el punto de vista verbal una expresión coherente (isotopía); pues una sola expresión coherente parece coherentemente visualizada con un solo tipo de letra. Lo mismo se podría decir en casos de mayor dimensión, como el conjunto de un diseño —un cartel, un folleto, etc.—, por lo que muchas veces se utiliza una sola fuente, ya sea para un diseño de página sencilla o para una publicación compleja: revista, diario, etc. La historia ha rubricado con magníficos ejemplos esta elección. Así, vinculamos sin dificultad la letra Bembo (Francesco Griffo, 1495) a la edición de *Hypnerotomachia Poliphili* (*El sueño de Polifilo*, Fra Francesco Colonna), salida de la imprenta de Aldus Manutius en 1499; o la Helvetica (en su origen Neue Haas Grotesk, Max Miedinger, 1958) al diseño suizo, siendo la única tipografía empleada en *Neue Grafik* —la revista emblemática del diseño suizo—, lanzada en 1958 por Josef Müller-Brockmann, Richard Lohse, Hans Neuberg y Carlo Vivarelli. A su vez, la combinación premeditada de varias fuentes —por ejemplo, una de rasgo

con otra de palo seco— constituye una operación retórica de adición; una acumulación de elementos coordinados en el plano de la expresión, un cambio que —sin perjuicio de su posible coincidencia con la jerarquía lingüística— afecta a la percepción primaria del diseño, a las sensaciones que produce de forma instintiva, al ritmo, tono y textura que adquiere la composición del texto en el conjunto; esto es, al plano de la expresión.

Este desvío no sólo se puede entender como procedimiento retórico o de jerarquización del texto, sino que también es una apuesta por la variación estilística, que tiende a la introducción de contraste en la composición de página —habitual en el estilo moderno impulsado en la primera mitad del siglo XX—, frente a las maquetaciones armónicas, más relacionadas con la página tradicional originada en el Renacimiento.

La combinación de varias tipografías puede ser utilizada en ejemplos de creación individual, pero también participa continuamente de la retórica de uso, en casos tan «invisibles» como el cambio de tamaño entre título y subtítulo, o entre epígrafe y texto común. Si es así, la diferencia de tamaño ha de ser suficiente y equilibrada. Un epígrafe de trece puntos es demasiado parecido a un texto común de doce para marcar la jerarquía de función, pero uno

Arte Moderno

Cuando se combinan dos tipografías la variación ha de ser suficiente pero no desproporcionada. Es posible juntar una letra de rasgo (Baskerville) con otra de palo (Frutiger). En este caso, además, la negrita refuerza la diferencia

de dieciocho o veinte puede ser excesivo en según qué tipo de publicación. También depende de las tipografías: en algunas, la diferencia entre la regular y la negrita es tan pequeña que marcar un cambio de cierto nivel requiere la combinación con otras alteraciones de tamaño o estilo; por ejemplo, añadiendo una variación mayúscula-minúscula, etc.

Cuando se pretende utilizar juntos tipos de letra diferentes, Enric Jardí, en su personal vademécum sobre tipografía, recuerda que no se deben escoger dos letras demasiado parecidas; por ejemplo, dos fuentes *old style* como Caslon y Garamond¹²,

¹² Enric Jardí (2007), *Veintidós consejos sobre tipografía (que algunos diseñadores jamás revelarán) y veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras (que algunos tipógrafos nunca te dirán)*, Barcelona, Actar, p. 67.

y sugiere combinar una letra de rasgo tradicional como Baskerville, con una letra sin rasgo, moderna, como Frutiger¹³; incluso, se puede reforzar la diferencia colocando la segunda en negrita.

La premisa de la tipografía única como grado cero o expectativa que sustenta el desvío de uso de varias tipografías tampoco es una norma que no acepte otros puntos de vista. Se ha fundamentado en que la frase —el enunciado verbal— que concurre con el desvío tipográfico es, por su coherencia lingüística, una unidad. Sin embargo, las dimensiones de lo unitario y lo divisible son relativas, como las propias nociones de texto y contexto. Una sola frase dotada de coherencia semántica, también reúne elementos dispares: sujeto y predicado; sustantivo, verbo y adjetivo, etc. Con esta nueva perspectiva, los cambios tipográficos pueden acompañar o no variaciones fonéticas, morfológicas, sintácticas, etc. Si es así hay una posible interacción de la estructura visual con la estructura verbal, y la tipografía debe estar

¹³ La letra Frutiger se inició en 1975 con el nombre Roissy, por ser el encargado de un alfabeto para el Aeropuerto Charles de Gaulle, que el ayudante de Adrian Frutiger, Hansjürg Hunziker, culminó en 1980 tal como ahora lo conocemos.

disponible para asumir funciones jerárquicas y expresivas desde el punto de vista del significado de las palabras.

Colocar en un solo diseño muchos tipos diferentes de forma disímil a la estructura lingüística del texto que marca las jerarquías de lectura, en general, producirá composiciones disonantes, mostrará aquello que no se debe hacer... Sin embargo, la capacidad creativa del ser humano consigue en ocasiones que algo así pueda ser articulado con calidad expresiva o, incluso, sugerir emociones alteradas, miradas caóticas, ensoñaciones, la imprevisión del azar, etc. En la mayor parte de los casos, de acuerdo al extenso territorio que hay entre la convención y la innovación, los ritmos tipográficos actuarán en la misma dirección que la gramática o supondrán alteraciones cuyo contrapunto con ésta sea enriquecedor para la función estética y la comunicación. Los casos más convencionales de funcionalidad están integrados en publicaciones que recogen los procedimientos profesionales de maquetación y en las ortografías; recordando que si existe una *retórica de invención*, también existe una *retórica de uso*, cuando soluciones concretas se incorporan a la convención, al inventario común, a través de una práctica generalizada que hace olvidar el salto retórico que las originó.

En el ámbito lingüístico, uno de los modos clásicos de retórica de uso es la *catacrexis*: se produce cuando hay que designar algo que no tiene nombre y para ello se traslada la palabra de otra cosa, mediante una metáfora o metonimia (*la hoja de la espada; una hoja de papel*). A otra necesidad funcional, la de crear recursos gráficos para cumplir funciones jerárquicas gráficas, responden precisamente las variaciones de estilo dentro de una misma familia. Cuando escribimos el nombre del autor de un libro, pintura o sinfonía en letra redonda y los títulos que les corresponden en cursiva, actualizamos un desvío que se ha hecho convención hasta formar parte de una norma sancionada por la costumbre y fijada por los especialistas. Una vez señalada esa manera de jerarquizar el texto, los creadores de tipos han intentado que las variaciones de estilo se desarrollen con coherencia para cada familia, diseñando la forma común redonda, las mayúsculas y cursivas, así como las variaciones de grosor de trazo y anchuras expandidas o comprimidas a partir de parámetros formales y estéticos equivalentes, de acuerdo a la cohesión de una sola fuente, que ha de actuar y ser percibida como tal. En relación a ello, se sabe que Francesco Griffo diseñó nuevas letras mayúsculas efectuando correcciones ópticas de inscripciones romanas, para combinar con la minúscula Bembo en la edición de

Hypnerotomachia Poliphili. La letra bastardilla (cursiva) también nació a la imprenta con un concepto de letra independiente. El objetivo de editar libros más pequeños, por tanto con letras que ocupasen menos, alumbró en la imprenta de Manutius la edición de 1501 de *Opera (Obras)* de Virgilio, con un tamaño de página de 7,7 x 15,4 centímetros y una tipografía cursiva (aldina) que al parecer ganaba un 50% en el número de caracteres respecto a la redonda¹⁴. Sólo con el paso del tiempo la cursiva pasó a formar parte de familias tipográficas creadas con una idea conjunta. Un recorrido semejante siguieron las letras *gruesas*, que se comenzaron a diseñar a principios del siglo XIX —en especial por Robert Thorne— para carteles y publicidad, siendo integradas después, en el siglo XX, dentro del flujo tipográfico de diseño de textos y creación de familias tipográficas completas. Por ello, la utilización en la actualidad de variadas tipografías en un mismo enunciado, no es del todo diferente a las primeras combinaciones de mayúscula, redonda, cursiva y negrita —en su origen tipos independientes—, y se puede decir que, en cierto sentido, la posibilidad de combinar tipografías

¹⁴ Para ampliar estos datos históricos, ver Philip B. Meggs (1998), *Historia del diseño gráfico*, México D. F., McGraw-Hill, 2000, p. 92.

diferentes es una evolución de lo que ya es tradición y una posibilidad adecuada siempre que se haga con equilibrio y pertinencia al caso concreto de que se trate.

La retórica de uso requiere continuidad en el tiempo de una u otra forma elocutiva, fruto de una necesidad común. Soluciones creativas a invenciones concretas suelen ser inspiración ocasional para diseños futuros, pero las respuestas a problemas habituales tienen más posibilidades de alcanzar un uso colectivo. Las *ligaduras* —que sin duda suponen alteraciones de la tipografía— si son creadas para logotipos, títulos o lemas, aportan expresiones individuales que rara vez se generalizan. Cuando se incorporan a una fuente y tienen éxito, como ocurrió con las de Avant Garde, su utilización se extiende en el tiempo; pero las que más responden —o respondían en su momento— a la idea de retórica de uso tal vez sean las ligaduras tradicionales utilizadas por los copistas medievales para ahorrar espacio y tiempo en su escritura o, más tarde, con tipos móviles, para mejorar la estética de algunas combinaciones de letras. Sin embargo, caídas en desuso, el lector actual puede percibir las como adición expresiva, sorprendido por los detalles decorativos de las mismas. Una ligadura que ha pervivido a lo largo de más de veinte siglos hasta



Ligaduras de manuscritos merovingios del siglo VII. La de la derecha (*et*) es de uso común en nuestros días

su consolidación es la que responde a la unión de letras en la palabra latina *et*, sintetizada en el glifo /&/. Esta grafía, utilizada en lugar de /y/, /and/ o /et/, no produce extrañeza a un lector, pues la forma actual de la misma se conoce al menos desde manuscritos merovingios del siglo VII —con precedentes mucho más antiguos— y es parte de la tradición impresa occidental, a diferencia de otras ligaduras manuales que perdieron su sentido con la evolución de los tiempos en la letra impresa¹⁵.

¹⁵ Sobre la historia de esta ligadura ver: Oyer Corazón (2006), «La evolución de un pictograma alfabético», en *Ponencias del Segundo congreso de tipografía Las otras letras*, Valencia, Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana.

4.2. *La concurrencia ortográfica*

En el diseño los signos tipográficos interactúan con signos icónicos, plásticos y lingüísticos. Con los últimos, además, coinciden en el mismo lugar, por lo que la semántica de las palabras impregna permanentemente el hecho tipográfico. Pero hay una parte de la gramática normativa que se refiere de forma explícita a la escritura, de tal modo que sus prescripciones no sólo coinciden, sino que señalan aspectos específicos de la maquetación de textos: «La ortografía es el conjunto de normas que regulan la escritura de una lengua»¹⁶.

La lectura de cualquier edición de la *Ortografía de la Lengua Española* descubre consideraciones lingüísticas que también son gráficas. Por ejemplo, cuando establece la distinción entre mayúsculas y minúsculas, dedicando un capítulo específico al «Uso de las letras mayúsculas». En ese apartado, además de otras cuestiones más evidentes, señala normas vinculadas a la maquetación, como la escritura en mayúscula de palabras o frases completas; en cubiertas y portadas de libros; en sus partes (capítulos, epígrafes); en inscripciones

¹⁶ Real Academia Española (1999), *Ortografía de la Lengua Española*, edición revisada por las Academias de la Lengua Española, p. 1.

monumentales; en siglas y acrónimos; en cabecezas de diarios y revistas... [p. 18], incluso reconoce que «en ocasiones el uso de la mayúscula se debe a propósitos expresivos» [p. 23]. En el uso de signos de puntuación, muestra una práctica tan cercana a la maquetación como que «los títulos y los subtítulos [...] cuando aparecen aislados, no llevan punto final» [p. 33]. También se recogen peculiaridades relacionadas con los usos tipográficos, como el hecho de que «las voces de otros idiomas no adaptadas al español y utilizadas en nuestra lengua [...] es conveniente distinguirlas mediante el uso de procedimientos gráficos como las comillas, la letra cursiva, etc.» [p. 17]; o que ha de escribirse en cursiva «el primero de los nombres latinos que designan especies de animales y plantas» [p. 22]; o que «en textos impresos, los títulos de los libros [...] suelen escribirse con letra cursiva» [p. 47].

Las normas y recomendaciones de la *Ortografía*, orientadas desde la primera edición de 1741 a «mantener la unidad idiomática por encima de particularismos gráficos» [«Prólogo», p. V], tienen un recorrido limitado respecto a la práctica del diseño, que en determinados casos altera los elementos previstos para un uso concreto, pero respeta —o no, según los casos— las pautas lingüísticas de fondo. Por ejemplo: si los títulos de libros, obras de arte,

composiciones musicales, en vez de escribirse en cursiva, se muestran en estilo normal, es posible mantener su indicación imprimiendo las letras en un color diferente al resto de texto. Desde un punto de vista académico es una solución fuera de norma —no se aceptaría en una tesis doctoral—, e incluso la mayoría de publicaciones comerciales —por ejemplo, *Rolling Stone*— hacen un uso de cursivas y comillas en el texto común totalmente acorde con la norma lingüística; pero pueden darse casos de publicaciones menos vigilantes de prescripciones académicas o textos más breves en los que la norma se evite. Simultáneamente, se observa que la *Ortografía* da por hecho la impresión en un solo color —obviamente negro—, como es lógico sin abrir la caja de Pandora de los territorios externos a la lingüística; en cierto modo dejando ver un grado cero gráfico.

La referencia a unas u otras normas o expectativas depende, en buena medida, de las peculiaridades de cada tipo de publicación, con exigencias de estilo gráfico, tipográfico, léxico, ideológico, etc., muy variables. Los casos más elaborados los encontramos en los *libros de estilo* —a veces editados por revistas, diarios, grupos editoriales, etc.— que así garantizan la coherencia en distintos aspectos de la comunicación a lo largo del tiempo para todo aquello que refieren sus páginas.

Desde otro punto de vista, en general, la práctica del diseño que más se ciñe a la norma ortográfica y que puede considerarse una extensión de la misma la encontramos en la maquetación del *texto común de lectura*, al que nos referiremos después.

Así las cosas, pareciera que el trabajo de una normativa tipográfica sería una prolongación o evolución de la ortografía —o que el diseño comienza allí donde acaba la ortografía—. Pero hay diferencias importantes. La fundamental está en la base del tipo de signos de que hablamos, dado que la *sustancia* tipográfica es visual y con ella los principios que rigen su funcionamiento, por más que confluyan y en gran medida se ciñan a la norma lingüística. Como consecuencia de lo anterior, la tipografía en sus transformaciones llega a territorios que son ajenos a lo verbal y también, en ocasiones, a lugares que subvierten la *corrección idiomática*. Ya iban más allá de la ortografía algunas experiencias literarias de la vanguardia, en general recogidas bajo el término *verso libre*, y posteriormente *poesía visual*, sobre todo a partir de *Un Coup de dés* de Stéphane Mallarmé (1897), los caligramas de Guillaume Apollinaire y las composiciones futuristas. El propio Filippo Tommaso Marinetti, en diferentes ediciones de *Parole in Libertà* (1912-1919) hablaba de una «nueva ortografía» que sería «ortografía de libre

expresión», en la que, por primera vez la poesía sería visual, en vez de auditiva. Así, éstas y otras experiencias similares han practicado una mixtura de lenguajes en la que resulta decisiva la percepción visual y, sobre todo, esa *dispositio* esencial en el diseño que es la composición tipográfica.

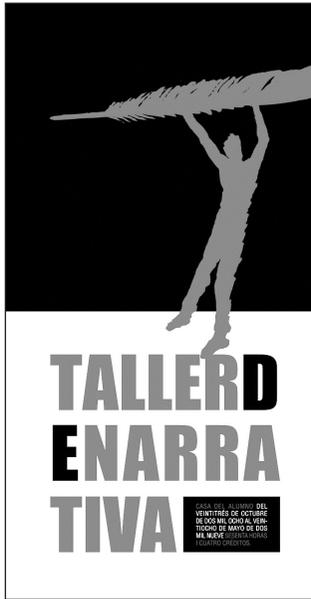
La evolución de las artes visuales a lo largo del siglo XX ha sancionado la ruptura con tradiciones, expectativas y hasta con lo inmediatamente anterior, para constituir su práctica en paradójica norma (contra norma) creativa de la obra de arte. Llegado el siglo XXI, cada vez más obras de arte, por ejemplo fotográficas, continúan incorporando en su interior texto escrito, de tal modo que la libertad permitida por esta confluencia arte-tipografía favorece desvíos improbables en el tratamiento del *texto común de lectura*. Las obras de la serie *Peticiones* (Geles Mit, 2007) dividen su superficie en dos partes que emparejan escritura (tipografía) y fotografía; y están enmarcadas en vitrinas serigrafiadas con texto, que interactúa con otras palabras impresas detrás. Así, la tipografía superpuesta en ventana-fondo ya es un desvío claro de la escritura normal, como también lo es la superposición de letras por reducción de interletrado e interlineado. Pero un detalle inmediato de alteración ortográfica, por alteración de orden y supresión, se encuentra en la partición de palabras en



Geles Mit, *Petición nº 1*, fotografía lambda y serigrafía sobre metacrilato, 75 x 57 centímetros, 2007

dos líneas, que ha de hacerse con el correspondiente guión entre las sílabas separadas: la primera obra de la serie mencionada, *Petición I* (2007), rompe dicha prescripción al separar «reg-ene-rate», transgrediendo la división silábica, a favor de una diferente intensidad expresiva tipográfica, que se confronta por igual con el ritmo de la cadena fónica.

El diseño aplicado, aunque se orienta a una comunicación más precisa que las artes plásticas, en especial en lo que a legibilidad se refiere, supera con frecuencia la norma ortográfica, en situaciones

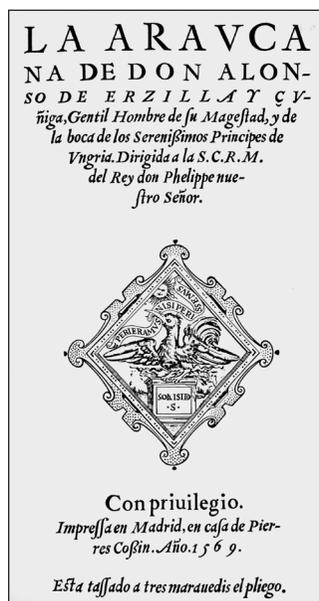


Lola Mascarell y Paula Bonet, cartel *Taller de narrativa*, UPV, 2008

donde el contexto lo permite, asumiendo o ignorando las coerciones lingüísticas según los casos. Un ejemplo revelador es el cartel diseñado en 2008 por Lola Mascarell y Paula Bonet para el *Taller de narrativa* de la Universidad Politécnica de Valencia. Los espacios entre las palabras del título han desaparecido, se ha compensado su función con el cambio

de color (rojo-negro-rojo) de unas palabras a otras; y algo más allá, la preposición «de» se ha separado en dos líneas sucesivas, cada letra (/D/ y /E/) en una línea diferente. La unidad de la palabra, monosilábica de dos letras, queda suspendida a la consideración del lector «perplejo» —en especial en un curso de narrativa—, y cumple así con la sorpresa retórica que estimula la atención del espectador, sin perder la comprensibilidad intelectual del anuncio, a la vez que apuesta por el carácter creativo del curso.

La sujeción a normas fue mucho mayor en siglos pasados, pero a veces encontramos excepciones, situaciones anteriores a la instauración de una convención determinada, peculiaridades geográficas, limitaciones técnicas que relativizaban una norma —como ese tiempo no lejano en el que las máquinas de escribir no acentuaban las mayúsculas—, de ahí que, en los inicios de expansión de la imprenta, encontremos en portadas antiguas cambios de mayúscula a minúscula, de redonda a cursiva, particiones, etc., que sorprenden por su variación disímil respecto a la integridad de palabras y estructura lingüística de frases tal como se entiende en la actualidad. La primera edición de *La Araucana* de Alonso de Ercilla y Zúñiga (1569), el más antiguo de los grandes poemas épicos dedicados a la conquista de América, muestra el título dividido en dos líneas, con la última sílaba



Primera ed. de *La Araucana* de Alonso de Ercilla y Zúñiga, 1569

de «Araucana» en la segunda línea y sin el guión de partición, junto a una práctica habitual en la época, consistente en reducir el tamaño de las letras a partir de la palabra o palabras principales del título —en este caso /LA ARAUCA/ de la primera línea—; de tal modo que en líneas sucesivas los tamaños van siendo menores, conforme la parte

principal del título se aleja. Lo que llama la atención es que si una palabra se divide en dos líneas, la primera parte tiene un tamaño y la segunda otro menor, «rompiendo» la unidad gráfica de dicha palabra; sentido en el que también se observa el cambio de estilos —pasando de mayúscula a cursiva— con independencia de la unidad de frase, e incluso de palabra, como en la división de /ALON-SO/ y /CV-ñiga/.

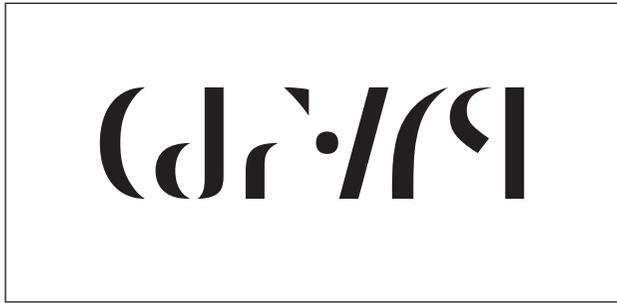
Llegados a este punto puede ser necesaria una reflexión sobre las repercusiones de la concurrencia entre ortografía y retórica tipográfica. Los ejemplos que aquí se han visto son ante todo desvíos de naturaleza visual y su orientación a la función estética en ningún caso menosprecia la corrección ortográfica: se altera el uso convencional de algún aspecto de la letra, signo de puntuación, espacio, etc., y otra elaboración gráfica restituye de forma creativa la función que estos ocupaban. Se separan las letras de una palabra en una estructura compositiva que sirva para destacar el valor de esa palabra o se propicia con diversas alteraciones los cambios en la textura y ritmo visual, de tal modo que su confrontación con las expectativas ortográficas y los tiempos de lectura favorezcan experiencias sensoriales en interacción con el significado verbal; todo ello para que gráfica y lingüística —conjuntamente— adquieran una nueva dimensión comunicativa y estética.

El diseñador gráfico debe valorar en cada situación la pertinencia de este tipo de esfuerzos creativos, ya que su trabajo le sitúa en una relación especial y privilegiada con las palabras, permitiéndole establecer con ellas una complicidad que debe ir más allá de lo estrictamente visual. Por ello, no se debe confundir este *dialogismo* de la palabra, e incluso la intervención deconstructiva, con la indiferencia o el «todo vale» que se observa en algunos trabajos actuales, sobre todo de noveles diseñadores. Éstos, dejados llevar tal vez por un ingenuo deseo de originalidad, introducen en sus diseños de forma deliberada lo que no parecen sino claras faltas de ortografía. El descuido por los acentos, el cambio de /b/ por /v/, la desaparición de la /h/ y otras incorrecciones en la escritura —incluso en textos informativos o de lectura—, donde no se aprecia justificación ni aportación alguna, son fruto de la ignorancia o del deseo de ser creativo a cualquier precio, y difícilmente encuentran el fundamento de un verdadero desvío retórico orientado a enriquecer la comunicación y activar la función estética. El desvío de la norma es la base del modo en que los poetas y los artistas reescriben el lenguaje. Pero no cualquier desvío es poesía o arte. Cuando el intento no muestra su pertinencia, el resultado es ruido, desorden, superficialidad, ignorancia...

Para terminar este epígrafe se puede hacer notar que los ejemplos de diseño que atentan contra la integridad de la palabra, por fractura o transformación de la misma, descubren otra diferencia entre la retórica verbal y la retórica tipográfica, que procede una vez más del carácter visual de la segunda. Su concomitancia hace que en ambos casos las unidades sobre las que recaen los desvíos sean palabras (*verba singula*) y grupos de palabras (*verba coniuncta*); pero en la retórica verbal, salvo raras ocasiones, la integridad de las palabras como tal está garantizada: se añaden, se quitan, se sustituyen, se cambian de lugar, más no se «rompen».

En diseño sí se «rompen» palabras, como suele darse con las transformaciones del *esqueleto común* ya mencionadas. El objeto del desvío puede ser la propia letra —el carácter individualmente—, cuya estructura formal no es imaginable que se cuestione desde la lengua. La interpenetración entre tipografía e imagen, que se tratará más adelante, es —por ejemplo— un procedimiento que muestra con claridad las posibilidades de transformación visual del glifo, alterable igual que el resto de unidades visuales, plásticas o icónicas.

Los diseñadores de finales del siglo XX, con precedentes como el de Wolfgang Weingart en la década 1970, han explorado los límites convencionales de la



La tipografía Decoder (Gerard Unger para *Fuse*, nº 2, 1991) no recoge las letras del alfabeto, sino formas primarias combinables a criterio del diseñador

escritura y maquetación de textos, realizando trabajos en los que la unidad de la palabra o del glifo no estaba en modo alguno garantizada. Apoyados en procedimientos digitales deconstruían los trazados que forman la letra o la convertían en mapa de bits. A partir de ahí la integridad del tipo se pierde y los caracteres se presentan fragmentados, rellenos, borrosos, transparentes, superpuestos, mutados si llega el caso en grafismo sin referencia léxica, en signo plástico puro... Por este camino aparecieron muchos tipos experimentales en la década de 1990, fruto de una deconstrucción que llevaba al límite el desvío respecto del esqueleto común. Es el caso de los publicados por la revista *Fuse: State* (Neville

Brody, 1991), Decoder (Gerard Unger, 1991), Flixel (Just van Rossum, 1991), Typeface F Dearjohn (Barbara Butterweck), etc. Incluso, en mayor número, estos desvíos radicales del esqueleto común de la letra se encuentran en diseños concretos. Es el caso de muchos trabajos de David Carson en los inicios de la misma década de 1990: la tarjeta de suscripción para *Eye Magazine* (1992), el cartel para una charla en el Cincinnati Art Museum (1993), la composición tipográfica para el artículo «Hot For Teacher», en la revista *Raygun* (1994), etc.

Frente a algunas de las anteriores experiencias de deconstrucción tipográfica digital no se puede olvidar la figura pionera de Joan Trochut, que en 1942, desde planteamientos propios de la época, diseñó el conjunto de tipos de plomo Súper Tipo Veloz, en el que cada pieza no era una letra, sino una posible parte de ella. Barras verticales, horizontales e inclinadas, así como un conjunto de formas ornamentales servían a los impresores para elaborar unos cincuenta alfabetos distintos. Un sistema modular de piezas combinables entre sí para la creación personalizada de tipos de letra a partir de la organización de dichos módulos, que en 2004 han recuperado y adaptado a la edición digital Andreu Balius y Alex Trochut.

4.3. *El texto común de lectura*

De todas las *normas* que cualquier espectador lleva incorporadas en su mente sobre la gráfica de la letra, las más *fuertes* se relacionan con la lectura de textos largos. En la evolución de la escritura, la maquetación tradicional de libros ha consolidado unos formatos convencionales de atributos de texto y párrafo que aún hoy constituyen una referencia «normativa» para lo que denominamos *texto común de lectura*: ese tipo de texto extenso —como el impreso en este libro— que recorre *vinculado* a lo largo de los *marcos de texto* varias páginas, las más de las veces enfrentadas, para constituir la redacción fundamental de publicaciones complejas; de tal modo que la mayoría de libros de texto, diarios y revistas orientados a la lectura, siguen aún hoy esos principios consolidados en la página renacentista.

Garantizar la continuidad de lectura es prioritario en estos casos y por ello resulta esencial la *transparencia* y facilidad que ofrecen letras y formatos testados por el tiempo y familiares al lector. De ahí que muchos profesionales de la tipografía, como William A. Dwiggins —culto diseñador de libros y tipografías (como Metro, 1929 y Caledonia, 1938), y el primero en autodenominarse *diseñador gráfico*—, han destacado a lo largo de los siglos la

importancia de tipos que «se hayan tan absolutamente sumidos en la corriente del pensamiento escrito que su presencia pasa tan desapercibida como el tic-tac de un reloj»¹⁷.

El principio de transparencia supone una isotopía con la implícita universalidad ortográfica de la letra y dibuja una línea invisible, desde la unidad idiomática que atañe a las Academias de la Lengua hasta la legibilidad del texto impreso. Desde ese punto de vista, el aspecto del diseño que más cerca está de ser una extensión visual de principios ortográficos es el texto común de lectura. Éste tiene propiedades que se refieren a los atributos de letra y párrafo; y si se aplican criterios de *lectura amable* al contexto actual, más allá de la antigua polémica sobre la legibilidad de los tipos con remate y los tipos sin remate, analizar sus características implica sumar procedimientos tradicionales de composición de libros con aportaciones consolidadas de la maquetación contemporánea. Las prescripciones que de ahí surgen, aceptan variaciones de cada uno de sus elementos y como todas las expectativas fruto de la tradición son susceptibles de evolucionar. Así que, con todas

¹⁷ William A. Dwiggins (1928), *Layout in Advertising*, New York, Harper & Brothers, 1949.

las reservas, a continuación se enumeran algunas características del *texto común de lectura*.

Los tipos de letra que se consideran más adecuados son los que se acercan al *esqueleto común* o *tipo ideal* —como se ha apuntado anteriormente—; están basados en principios estructurales consolidados por la tradición, en cuanto a forma, grosor de trazo y proporciones de escala horizontal y vertical; donde el núcleo tiende a la forma redonda —la letra /o/ se acerca al círculo—. Pese a todas las diferencias que hay entre las letras con o sin remate, este esqueleto común lo comparten en buena medida tipos tradicionales como Caslon (William Caslon, 1722) o Goudy Old Style (Frederic W. Goudy, 1915) y tipos modernos como Gill Sans (Eric Gill, 1928-1930) o Univers (Adrian Frutiger, 1954-1957), siendo todos ellos, en principio, aptos para maquetar textos largos.

Quedan por tanto fuera de esta posibilidad, salvo excepciones, los tipos caligráficos, decorativos, de época y también otros contemporáneos que alteran esos principios en alguno de sus aspectos: formas poco familiares, trazo demasiado grueso, fino, borroso, texturado, hueco; modulación irregular; gran diferencia de escala entre altura y anchura, etc. Tipos muy diferentes como Variex (Rudy Vanderlans y Zuzana Licko, 1988), Alehop! (Andreu Balius, 2003), incluso Template Gothic (Barry

Deck, 1990), se alejan lo suficiente del hipotético modelo común para que no sea factible maquetar con ellos un ensayo o una novela, ya que están concebidos para casos particulares, textos más breves, títulos, epígrafes, páginas sencillas (carteles, folletos, etc.), catálogos, publicaciones experimentales...

Aunque hemos considerado aptos para la maquetación de textos largos algunos tipos modernos, sea por cualidades estructurales o por la fuerza de siglos de tradición y familiaridad con ellos, los tipos con remate siguen siendo mayoritarios en muchos libros de texto y ediciones de bolsillo. No obstante, las fronteras entre convención e innovación se desplazan de continuo, como las débiles clasificaciones de los tipos, de tal modo que corresponde al maquetador la tarea de valorar las posibilidades de una familia de caracteres para un caso determinado.

Dado que la sensación de tamaño, aun con el mismo cuerpo, cambia para cada tipo de letra —e incluso, podemos añadir, según las condiciones de visión de cada persona—, con todas las reservas se puede apuntar que el cuerpo del texto común oscila, en la mayoría de los casos, entre nueve y trece puntos, si hablamos de los tipos tradicionales con remate. En cambio, los tipos modernos de palo seco suelen tener un ojo medio más grande, por lo que la sensación visual es de mayor tamaño; de ahí que el cuerpo

equivalente, en estos casos, varíe entre ocho y doce puntos¹⁸. Pero este tamaño no sólo depende de la familia de fuentes de la que se trate en cada caso, sino también de la longitud de la línea y de otras consideraciones cotextuales y contextuales: clase de publicación, lector al que se dirige, extensión prevista, coste de la impresión, etc. Por ejemplo, las publicaciones de consulta breve y puntual, que compendian grandes cantidades de texto, como los diccionarios, suelen tener un tamaño de fuente menor que otras ediciones.

La longitud de línea guarda relación con la continuidad que la lectura requiere y el tamaño de letra aceptable para el texto común. El lector debe sentirse cómodo entre el espacio-tiempo que recorre en el curso de la línea y el retorno de la mirada al comienzo de la siguiente. La línea no ha de ser tan larga (no tener tantas palabras) como para que su lectura se prolongue en exceso, ni ser tan corta como para que los saltos de una a otra sean continuos. Este hecho fue destacado por el diseñador, coeditor de *Neue Grafik* e ideólogo de la retícula, Josef Müller-Brockmann

¹⁸ Suzanne West (1990) propone entre 8 y 11 puntos para tipografías modernas y entre 9 y 12 para tipografías tradicionales. *Cuestión de estilo. Los enfoques tradicional y moderno en maquetación y tipografía*, Madrid, ACKPublish, 1991, p. 126.

(*Gestaltungsprobleme des Grafikers*, 1961), al recordar que la anchura de la columna debe ser proporcional al tamaño de la letra —a menor tamaño de letra, columnas más estrechas— y que el número de palabras por columna para una lectura favorable es de unas diez¹⁹. A partir de ahí, para una maqueta moderna de dos columnas de unos 65 milímetros de ancho, Suzanne West propone una línea media de cuarenta o cincuenta caracteres, no más de sesenta: por ejemplo, con una letra Helvetica de 9 puntos²⁰.

La experiencia demuestra que habiendo más columnas, el número de caracteres suele disminuir, ya que el tamaño de letra no se puede reducir más de lo que permite una lectura «amable». La mencionada *Neue Grafik*, con cuatro columnas de texto en cada página, muestra un número de caracteres por línea en torno a los treinta y siete; mientras que en el límite del texto común está el ejemplo de los diarios impresos, donde se incluye mucho texto de tamaño lo más pequeño posible. Así, las cinco o más columnas de sus páginas, en algunos casos, pueden contener líneas en torno a treinta caracteres.

¹⁹ Josef Müller-Brockmann (1981), *Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*, Barcelona, Gustavo Gili, 1982, p. 31.

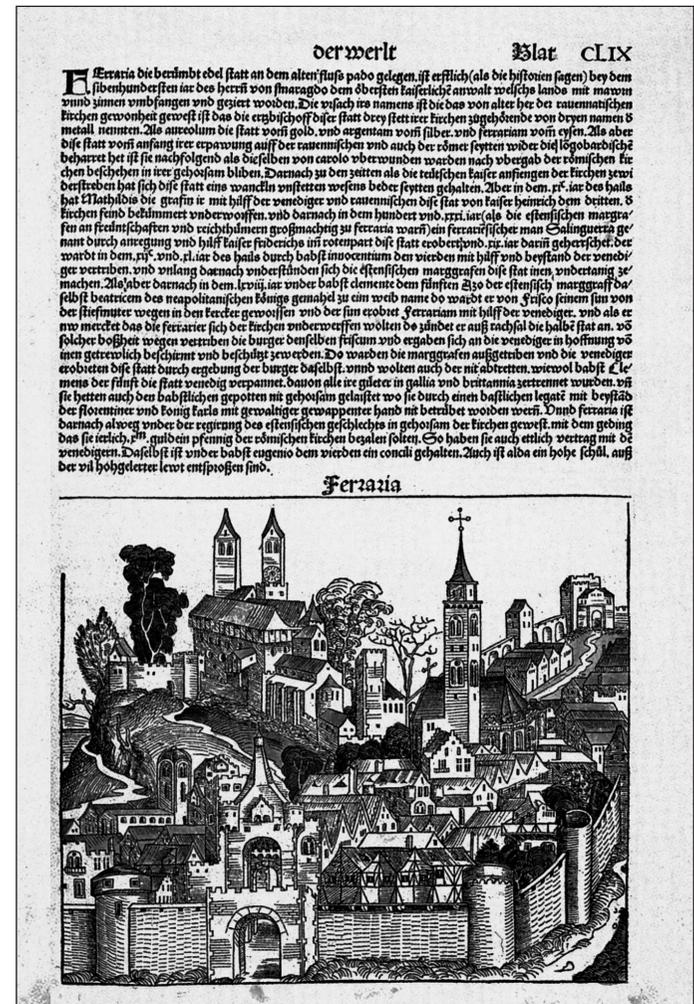
²⁰ Suzanne West, *op.cit.*, p. 168.

Sobre la propuesta del Gobierno, Iglesia dijo: “Que haya miembros en el consejo de gobierno sin voto no es algo excepcional. Ocurre, por ejemplo, en la figura de los secretarios de algunas instituciones”.

Columna de diario a tamaño real, con algo más de treinta caracteres por línea. Página siguiente: *Liber Chronicarum* (Anton Koberger, 1493). Incunable de 47,5 x 32,6 centímetros, impreso con bloques de madera, con cerca de cien caracteres por línea

En cambio, la maqueta renacentista de una columna con márgenes, que pervive en los libros actuales, suele tener más de sesenta caracteres por línea, para favorecer una buena textura de página y evitar unos márgenes desproporcionados. Por ejemplo: el mencionado *Hypnerotomachia Poliphili* tiene un promedio de setenta caracteres y *Liber Chronicarum* (*Crónica de Nuremberg*, Anton Koberger, 1493), un incunable de gran tamaño (47,5 x 32,6 centímetros), impreso con bloques de madera, alcanza los cien caracteres por línea.

La comodidad de lectura también se ve afectada por el espaciado entre letras (interletraje) y palabras, que algunas aplicaciones informáticas regulan con



track o *kern*. Son instrumentos útiles para maquetar páginas sencillas y favorecer así composiciones y ritmos diversos por medio de la tipografía. Se pueden utilizar con toda su fuerza en el texto de carteles, títulos de cubiertas, logotipos, etc. Pero cuando se trata de texto común es conveniente usar el interletrado *normal* establecido por defecto para cada tipo de letra: primero, para evitar una separación excesiva de caracteres y palabras que pueda interrumpir la armonía tonal del texto y, segundo, en el caso opuesto, para evitar que las letras, demasiado juntas, se solapen haciendo difícil su reconocimiento y lectura. Sólo es aceptable en algunas ocasiones y con mucha prudencia, separar ligeramente los caracteres o en menor medida reducir el espacio que hay entre ellos, para ajustar la redacción a conveniencia de la maqueta. No se puede olvidar tampoco que el interletrado *normal* —definido de forma métrica u óptica— puede ser en la práctica diferente para unos tipos de letra u otros, en función de los ajustes previos establecidos en el diseño de la fuente.

El espacio entre palabras también puede verse alterado en exceso de un modo irregular y con perjuicio de la textura del texto cuando los párrafos están justificados, es decir, alineados por la izquierda y por la derecha. En tal caso las palabras que no caben al final de una línea pasan a la siguiente y

la justificación se hace a costa de la separación de aquellas palabras que quedan en la línea de origen. A veces, pueden aparecer espacios grandes y dispares, huecos no deseados que desvían la mirada del lector a través de «camino virtuales» que esos espacios en blanco generan. Para evitarlo y así mantener la textura del bloque de texto común, se hace necesaria la partición de palabras con guiones, tal como recoge la *Ortografía*.

De hecho, para Eric Gill (*An Essay on Typography*, 1931)²¹, por encima del número de palabras y anchura de línea, es prioritaria la uniformidad en el espaciado de letras y palabras, difícil de conseguir, por ejemplo, con diez palabras por línea, si al mismo tiempo se pretende que todas las líneas estén justificadas (tengan la misma longitud). Por ello, llegado el caso de utilizar unas diez-doce palabras por línea prefiere sacrificar la alineación justificada para mantener la uniformidad de espaciado entre letras y palabras. Ciertamente, los textos alineados por la izquierda, como es frecuente en maquetas modernas de varias columnas, no tienen problemas de espaciado, por lo que además, la partición con guiones es opcional.

²¹ Eric Gill (1931), *Un ensayo sobre tipografía*, Valencia, Campgràfic, 2004, p. 120 y ss.

Aun así, este tipo de alineación es poco frecuente en la página de una columna con márgenes.

La separación entre líneas (interlineado), es un atributo de párrafo que desempeña una función importante en la intensidad que adquiere el tono de página; de ahí que en condiciones normales sea común a todo el párrafo, a todo el texto y a libros completos. Su intervención en la textura de página está relacionada con el grosor y estilo de fuente, así como con la forma del cuadro de texto. En el *software* gráfico la referencia normativa es la que se suele denominar interlineado automático: en torno al 120% del cuerpo de la letra. Esto significa que el interlineado automático para un texto de cuerpo doce es de catorce con cuatro puntos. También se aplican interlineados de un número de puntos fijo, independientes del cuerpo de la letra; sin olvidar, como se dijo antes, que diferentes tipos presentan diferente tono de claroscuro y diferente tamaño óptico para un mismo cuerpo. A partir de ahí, cuando se trata de texto común se pueden hacer modificaciones, con el equilibrio requerido, para no comprometer la lectura de un texto largo: disminuir los valores del interlineado automático para dar un tono de página más oscuro (más denso) o aumentarlos, para dar un tono más claro (más ligero). A medida que el texto es más breve y que el tipo de

documento lo permite, el desvío de la norma puede ser mayor, valorando las opciones compositivas o expresivas respecto a las necesidades comunicativas.

Las expectativas o costumbres tipográficas de maquetación, resumidas en los párrafos anteriores, sirven para el texto común y se alteran con rotundidad en los diseños que requieren un acento estético o persuasivo mucho más fuerte. Son referencias, convenciones, fruto de la experiencia perceptiva en la evolución de la escritura y las técnicas de impresión, donde es posible, como venimos diciendo, variaciones de estilo condicionadas por factores contextuales. Así, el texto común, como otras hipercodificaciones (estilos, géneros...), ocupa un espacio entre la convención y la innovación, susceptible de evolucionar o de ser transgredido. En ese sentido, de nuevo es apropiado mencionar la diferencia entre la retórica de uso y la retórica de invención (o creación). En el primer caso los desvíos sirven para dar respuesta a problemas de uso convencional, mientras que en el segundo la *elocutio* está al servicio de las funciones estética y persuasiva de creaciones individuales específicas, sin perjuicio de que una expresión concreta pueda generalizarse hasta la convención, y así, la retórica de creación llegar a ser retórica de uso.

Un ejemplo de desvío respecto a las convenciones del texto común de lectura, convertido en retórica

de uso, se percibe en las diferentes maneras de indicar los saltos de párrafo por medio de variaciones en la primera línea de cada uno de ellos. Aparte de soluciones particulares, la tradición ha consolidado el uso de tres variaciones o estilos que coinciden con las posiciones básicas de relación entre el comienzo de la primera línea y la alineación izquierda de las siguientes. La existencia de opciones para su aplicación en programas de diseño, maquetación y procesado de textos, corrobora esta convención.

La opción más habitual en libros de texto es aplicar una *sangría de la primera línea* para separarla unos milímetros a la derecha de la alineación izquierda. En consecuencia, hace la primera línea más corta que las siguientes, dando lugar al *párrafo común* o *párrafo ordinario*. La distancia de separación es pequeña. Una opción clásica es utilizar la medida equivalente a un cuadratín —igual que el cuerpo de texto—, en todo caso, menos de diez milímetros; lo justo para indicar el tránsito de una parte del escrito a la siguiente que determina el salto de párrafo.

Otra opción convencional corresponde a la llamada *sangría francesa*, que da lugar al *párrafo francés*. Se puede entender como la posición contraria a la anterior o *primera línea negativa*, que sobresale hacia la izquierda respecto de esa alineación

del párrafo y, en consecuencia, hace la línea más larga que las siguientes. Se usa, sobre todo, en textos enumerativos en los que cada párrafo indica una parte de la sucesión de elementos de dicha enumeración. Por ello, muchas veces, al comienzo de cada párrafo —en la zona que sobresale— se encuentra una letra, número, guion, topo, signo de puntuación o de cualquier otro tipo, que refuerza su función.

Cuando la primera línea es igual que las siguientes (*párrafo alemán*) resulta difícil distinguir el paso de un párrafo de otro, por lo que esta opción se compensa muchas veces con una separación mayor entre ellos, sea con un salto de línea adicional o aumentando un poco el espacio antes de la primera línea o después de la última.

Si se recurre a opciones diferentes a estas tres anteriores, estamos ante un uso expresivo particular, más o menos respetuoso con la función convencional del párrafo. Textos breves, diseños de página sencilla y publicaciones experimentales suelen ser los receptores probables para ello. Los desvíos son tantos como la creación gráfica permita en una situación dada, pero el punto de partida fija su atención en el espacio entre la última línea de un párrafo y la primera línea del siguiente; todo ello respecto al resto del bloque de párrafo. Entre los posibles ejemplos, los

siguientes: cuando se aumenta o disminuye exageradamente la distancia que separa la primera línea (ya sea positiva o negativa); cuando se indica con un signo inesperado, ilógico, los puntos de una enumeración; cuando se hace la separación entre párrafos anormalmente grande o pequeña; cuando se cambia en la primera letra, palabra e incluso en la primera línea completa, el tipo de letra, el estilo, el color... Incluso puede sorprender en la actualidad utilizar un procedimiento arcaizante como indicar el cambio de párrafo sin sangría alguna, más aun sin salto de línea, pero con la indicación visible del símbolo de *sección* (§) o del *calderón* (¶) de *párrafo*.

El uso que del bloque de texto hizo Herb Lubalin en algunos de sus diseños a partir de 1960 es un buen ejemplo de retórica creativa respecto a la convención del texto común. En esos años, todavía predigitales, los sistemas de *fototipografía* comenzaban a sustituir la composición en bloques de metal heredera de los tiempos de Gutenberg, siendo así que dichas máquinas de *fotocomposición* permitían modificar con facilidad las distancias entre letras, interlineados y el resto de relaciones en el párrafo, hasta entonces mucho más rígidas. Esa cualidad la utilizó Lubalin para construir unos «poderosos» bloques de texto, compactos como un forjado arquitectónico, pero articulados con inteligencia y funcionalidad en las

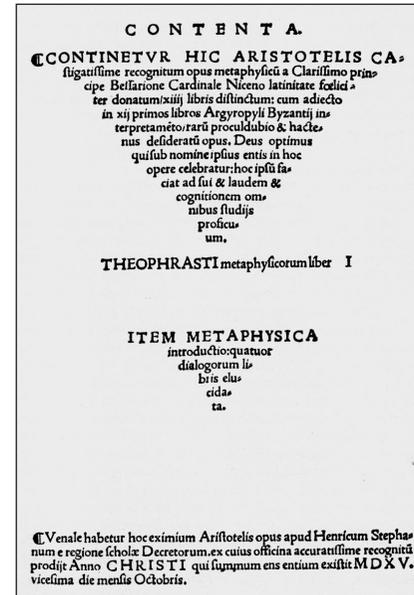
jerarquías de lectura. Potenció la forma rectangular e incluso cuadrada —no se debe olvidar que la revista *Avant Garde* tenía formato cuadrado— del marco de texto a través de la supresión de la primera línea, a la vez que evitaba que la última quedara, como es habitual, más corta que el resto de las del párrafo. La textura del recuadro se hace así más densa al disminuir los espacios entre letras y sobre todo entre líneas, hasta que las letras casi se tocan. La textura del paralelogramo no se rompe con espacios intermedios en blanco y en ocasiones, de forma coherente con la sintaxis verbal, alguna fotografía o signos de puntuación —dos o tres veces más grandes que las letras— completan la superficie.

Los lugares más apropiados para estos desvíos los situó Lubalin en el comienzo de artículos («We all love Jack», *Eros*, 1962), anuncios (concurso de carteles contra la guerra, *Avant Garde*, 1967), cubiertas (*Avant Garde*, nº 13, 1971), muestras de tipografías (folleto del tipo serif gótico, junto a Tony DiSpigna, 1972; tipos de *U&lc.*, 1978), etc.

El tratamineto creativo de los atributos de carácter y párrafo en el bloque de texto desarrollado por Lubalin en sus diseños, así como las observaciones anteriores sobre retórica de uso e invención en torno a la *primera línea*, son ejemplos de las variadas formas en las que la *elocutio* gráfica cuenta

con expectativas desde las que elaborar sus desvíos. Las convenciones basadas en los hábitos de lectura del texto común, pueden referirse a cualquier cualidad de la letra o del párrafo, por lo que su enumeración sería difusa, copiosa en palabras, difícil de precisar. De hecho, aunque hablamos de texto común, podemos incluir en este apartado otros aspectos como la forma rectangular dentro de la que discurre habitualmente. Ello hace que cualquier caja de texto que no tenga forma de paralelogramo constituya un desvío de semejante grado cero: no es difícil encontrar en el diseño actual texto incluido en formas de estrella, en polígonos de cualquier tipo, en trazados vectoriales e incluso dentro de otras letras mayores que actúan como marco de texto. Pero también en la página tradicional se encuentran ejemplos de ese tipo y así, se puede recordar en el Renacimiento esa *zona viva* irregular en algunas páginas de *Hypnerotomachia Poliphili*, en *La Operina da imparare di scrivere littera cancellaresca* (El primer manual escrito de literatura cancellaresca, Lodovico Arrighi, 1522) o en la portada de *Metaphysica* de Aristóteles (Henri Estienne, 1515).

Observar estos desvíos en una edición clásica como la anterior permite una reflexión sobre el hecho de que las transformaciones retóricas no deben identificarse solo con hacer lo que nunca



Henri Estienne, portada de *Metaphysica* de Aristóteles, 1515

había sido hecho con anterioridad, ni relacionarse de forma exclusiva con la invención radical o con los cambios en la evolución histórica del diseño (aunque algo tiene que ver con todo ello).

El diseño de la vanguardia en su deseo de alejarse de la tradición introdujo nuevas maneras de componer la página, de jerarquizar el texto y de reivindicar la



Cubierta del catálogo *Hacia el oasis de fuego*, Carrere & Geles Mit, 2003

fuerza significativa de lo visual. Aportaciones que, en buena medida, puede ser observadas como desvíos de la página renacentista —muy vinculada al texto común de lectura—. Sus creaciones a comienzos del siglo XX, al igual que otras anteriores o posteriores, han pasado a un acervo común en el que las

transformaciones retóricas oscilan entre la convención y la innovación, entre uso e invención. Así, frente a muchos diseños actuales, —como la cubierta del catálogo *Hacia el oasis de fuego*, Carrere & Geles Mit, 2003—, en los que hay diversas variaciones tipográficas —la letra aislada de la palabra, volteada, marcos de texto girados, diferentes familias, tamaños, grosores—, el espectador, no se ve sorprendido por algo inconcebible para él, pues todo ello forma parte de potenciales transformaciones tipográficas que se actualizan de forma creativa en diseños particulares, de tal modo que tales variaciones en los signos que intervienen en el diseño llegan a ser procedimientos compositivos habituales y subrayan la aspiración del desvío a convertirse en norma. La retórica transita así el espacio que le separa de la gramática..

4.4. *Las expectativas del contexto*

La noción de contexto ha llegado a ser un comodín para albergar cualquier implicación en el contenido no explicable de forma directa por los signos de un enunciado: todo aquello que no está estrictamente en la estructura del lenguaje es contexto. Semejante *abusio* del término no es del todo inapropiada ya que este concepto recoge con naturalidad las circunstancias en las que se desarrolla una acción comunicativa: el lugar, la época, las personas,

etc. La *pragmática* de los lenguajes, en su labor de estudiar las condiciones en que los enunciados se actualizan adecuadamente para la comunicación, focaliza su investigación en las relaciones entre los signos y sus usuarios en un contexto determinado: así, de la investigación realizada junto a José Saborit sobre *Retórica de la pintura*, se propuso para el análisis pragmático la interrelación que se manifiesta entre contexto explícito, contexto implícito, contexto pictórico, contexto extrapictórico, contexto originario y contexto actual²².

Las repercusiones del contexto alrededor de lo tipográfico en el significado de cualquier diseño en cantidad y cualidad son tan determinantes o más que la intervención estricta de la tipografía. Esto es muy evidente si recordamos que alrededor y en concurrencia hay signos lingüísticos, icónicos y plásticos. Pero también tienen gran importancia las competencias contextuales más allá de los lenguajes verbal y visual: lo que el espectador sabe de las cosas, lo que espera en un momento dado, las expectativas (normas) que intervienen sobre la forma de entender cualquier fenómeno. Así, las cosas, los hechos, no manifiestan una realidad estable y

²² Alberto Carrere y José Saborit, *op. cit.*, p. 127 y ss.

permanente para todo tiempo, lugar o persona, sino que los significados se establecen de forma relativa.

Cuando vamos al cine, presenciamos un concierto o una representación teatral, tras contemplar el espectáculo y comentarlo con otras personas, muchas veces hemos dicho u oído la frase «no era lo que esperaba...»; una respuesta que deja entrever con claridad hasta qué punto la percepción de todo lo que nos rodea viene condicionada por las expectativas que tenemos sobre la realidad, con independencia de cuál sea cada reacción individual en un caso concreto. No se trata de abordar la influencia de situaciones particulares inverificables —como el estado de ánimo, el cansancio, etc.—, sino de considerar la existencia de un bagaje del que el espectador no puede, ni tiene por qué desprenderse.

Julia von Fraunberg concibió un experimento —con tipografía y retoque de Cè:l:lula Acció Creativa e ilustraciones de Miriam Bauer— que mostraba con rotunda sencillez la fuerza de nuestras costumbres en el ámbito gráfico. Lo realizó para la Primavera del Diseño en Barcelona en 1997, y fue recogido dentro de la exposición *Cocos. Copias y coincidencias. En defensa de la innovación en el diseño* (Juli Capella y Ramón Úbeda, 2003). Lo tituló *Ciegos en el supermercado* y consistía en reunir parejas de productos e intercambiar las marcas —los

nombres— en los envases —e hipotéticamente los productos que contenían—, pero sin cambiar su reconocible apariencia, es decir, su diseño. Las tres parejas de productos escogidas eran Cola Cao / Calgon, Sopinstant / Marcilla y Johnson's / Borgesol. El acercamiento a estos envases manipulados provocaba una sonrisa irónica e incluso un cierto desasosiego al comprobar que aquello que reconocemos como un bote de Cola Cao —porque nuestras competencias al respecto lo señalan—, «contiene en realidad» un producto descalcificador, tal como se descubre al leer lo que está escrito en él [*Cal Gon*].

Las constantes gráficas de estos diseños se pueden estudiar y precisar, pero en general el conjunto de factores que intervienen en las expectativas que provienen del contexto suele ser complejo, difuso. Con un conocido ejemplo, William Labov²³ explica que las características que nos permiten diferenciar algo tan familiar como las nociones de «taza» y «cuenca» son borrosas en nuestro cerebro. Por una parte resultan de una combinación variable de factores y, por otra, el contexto es una parte fundamental de los

²³ William Labov (1973), «The boundaries of words and their meanings», en Bailey & Shuy (coords.) *New Ways of Analysing Variation in English*, Washington: Georgetown University Press, pp. 340-373.

mismos. Importa si es más o menos grande, si es de cristal o de cerámica, si tiene asa o no; pero también, más allá del propio objeto, si se afirma que el mismo contiene café o por el contrario palomitas de maíz...

Estas competencias sobre la realidad en sus diferentes ámbitos son relevantes para todo tipo de signos y comparadas con ellas las expectativas tipográficas, a las que se dedica este libro, resultan menores. Las esferas que rodean su desarrollo se extienden a la semiótica y retórica verbal, la semiótica y retórica visual, las convenciones de disciplinas afines como la publicidad, la pintura, la fotografía, etc., y a partir de ahí hacia el conjunto del universo semántico y nuestra experiencia del mismo.

5. MODIFICACIONES EXPRESIVAS: FIGURAS Y TROPOS

Los tratados de retórica suelen dedicar la mayor parte de sus páginas a la *elocutio*²⁴, ese uso del lenguaje que procede a través de modificaciones expresivas sistematizadas en tropos y figuras: metáfora, metonimia, repetición, acumulación, símil, antítesis,

²⁴ Desde *Rhetorica ad Herennium* (Cornificio, hacia el s. I a. C.) el proceso retórico se divide en: *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria* y *pronuntiatio*.

paradoja, ironía, hipérbole... Se trata de escoger las palabras e imágenes concretas, que transformadas expresivamente —utilizadas de manera particular— conduzcan al objetivo de favorecer un determinado efecto en el espectador²⁵. Es lo que se viene llamando desvío de la norma y que ha dado lugar a la parte más desarrollada de textos sobre retórica verbal y visual. Esta publicación, que también discurre por los caminos de la *elocutio*, no ha de volver con profusión a los territorios extensos y trillados de la clasificación de tropos y figuras. Es necesario, sin embargo, situarlos con claridad en relación a los desvíos que de forma específica atañen a las expectativas tipográficas y así establecer el vínculo con los epígrafes anteriores.

Ya en el primer siglo de nuestra era, Quintiliano, en su *Institutio oratoria*, recoge las categorías transformadoras hoy vigentes para los desvíos expresivos que persiguen una comunicación satisfactoria, con la puesta en juego de las funciones persuasiva y estética: *adiectio* (adición, adjunción, suma), *detractio*

²⁵ Dice Marco Fabio Quintiliano (siglo I): «En efecto, hacer la elocución es expresar todas las cosas que hayas concebido en la mente y hacerlas llegar a los oyentes, sin lo cual las cosas anteriores son inútiles y semejantes a una espada guardada e inmóvil dentro de su vaina» (Libro VIII, § 15). *Institutio oratoria*, edición española de I. Rodríguez y P. Sandier, Madrid, Hernando, 1987, 2 vols.

(detracción, supresión, resta), *transmutatio* (sustitución) e *inmutatio* (permutación, alteración de orden). Sin embargo, dado el contexto en el que surgieron y se han desarrollado estas categorías en el ámbito verbal, hay que hacer alguna precisión sobre las peculiaridades de la transformación tipográfica.

5.1. *Alteración tipográfica*

En la retórica verbal las palabras se añaden, suprimen, sustituyen o cambian de sitio, pero no alteran su naturaleza léxica. La tipografía, en cambio, como el resto de signos visuales, puede transformarse hasta cambiar su «esencia», tal como se ha visto cuando hay desvíos radicales del esqueleto común. Los procedimientos manuales e informáticos de tratamiento de la imagen no pueden ser inventariados satisfactoriamente, incluso los que han sido sistematizados en acciones concretas como parte de las aplicaciones informáticas constituyen un amplio grupo heterogéneo y en continua evolución, recogido en modos diversos de transformaciones geométricas, filtros, envolturas, operaciones de trazados, etc.

Estos procedimientos expresivos, con frecuencia codificados matemáticamente o resultado de la intuición y sensibilidad manual, no se sitúan con facilidad dentro de las categorías retóricas clásicas, pero tampoco son totalmente ajenos a las mismas.



Alteraciones de la tipografía

El hecho de que estén vinculados a la elaboración técnica de los diseños, no aconseja por el momento recogerlos como categorías añadidas a las clásicas, pero sí considerar su presencia cuando interactúan con ellas; por ejemplo, cuando la fragmentación está relacionada con la elipsis, cuando un filtro sirve de fundamento a una metáfora plástica, etc. Así es el planteamiento seguido a continuación, mostrando la intervención de las categorías tradicionales —a las que se añade el caso particular de la interpenetración— sobre magnitudes tipográficas; sin olvidar que todo ello está vinculado al desvío de

las expectativas (normas) que se han estudiado en los epígrafes anteriores. Se esquivo, no obstante, el afán taxonómico de enumerar en todos los detalles la caracterización de cada figura o tropo.

5.2. Adición, adjunción, suma

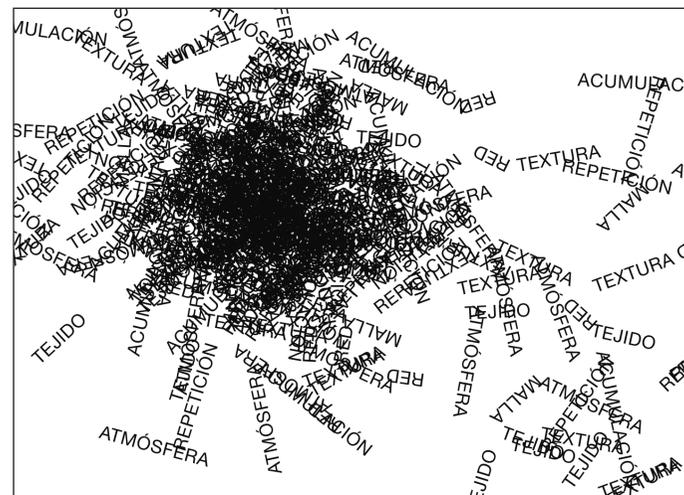
La *repetición* parcial o total de unidades presentes —en el caso actual unidades tipográficas— es la primera de las operaciones de adición situadas en el plano de la expresión. Por el contrario, cuando son magnitudes diferentes las añadidas unas a otras, se habla de *acumulación*; y en ambos casos el número de unidades en correspondencia es variable, desde la adición binaria (*emparejamiento*) hasta la adición continuada limitada o ilimitada²⁶.

La repetición de la palabra es el caso más inmediato. La palabra en sí funciona como *grado cero* —ya se mencionó anteriormente— y su repetición es una suma expresiva con objetivos variables. Una práctica obvia en publicidad es la repetición de la imagen o el nombre de aquello que se anuncia, pues fijar y destacar su presencia física, simbólica y emotiva es fundamental para la promoción del producto. El diseño de marca —práctica relacionada con la publicidad—

²⁶ Ver Alberto Carrere y José Saborit, *op. cit.*, pp. 235 y ss.

centra gran parte de sus esfuerzos en la *elocutio* del nombre. Norberto Chaves menciona como ejemplo de redundancia el logotipo que América Sánchez hizo en la década de 1980 para la empresa editorial *Tres editores*, «aprovechando la analogía entre /3/ y /E/, y la triplicación de la palabra»²⁷. La repetición en tres filas de la palabra /TR3S/ para una editorial con tres editores que se llama del mismo modo, más la sustitución de /E/ por /3/, activan un juego de coincidencias a la vez visuales (repetición tipográfica) y verbales (repetición léxica) próximas a los juegos de palabras tan habituales con figuras clásicas de repetición como la *paronomasia*. Estos «guiños», cuando son detectados por el espectador, favorecen la secuencia de sorpresa y atracción sobre los medios expresivos utilizados, en tanto que antesala de la conexión y complicidad intelectual que requiere la riqueza comunicativa de la retórica. Algo similar ocurre también en los conocidos anuncios que Gerstner & Kutter hicieron para Bech Electronic Centre en la década de 1960, con la repetición interseccionada del nombre de la empresa, de forma que éste se puede leer, como en una «sopa de letras», vertical y horizontalmente.

²⁷ Norberto Chaves, *La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional*, Barcelona, Gustavo Gili, 1988, p. 49.



Cuando el número de elementos que se añaden por repetición o acumulación es grande, incluso hasta tender al infinito, se forman texturas, tejidos, mallas visuales, efectos atmosféricos, etc.

Si el número de elementos que se añaden por repetición o acumulación es grande, incluso hasta tender al infinito, se forman texturas, tejidos, efectos atmosféricos, mallas visuales... Esto suele ocurrir con signos plásticos, pero también con tipos icónicos e incluso con letras. Después de todo, el signo tipográfico es visual y por ello puede repetirse o acumularse, no ya a la manera verbal, sino igual que cualquier otra imagen, en ocasiones hasta perder la legibilidad

casi por completo. Así, «desprovisto» de su parte lingüística, se percibe con cierta paradoja, como el lenguaje del inconsciente; tal vez un síntoma de estados de ánimo alterados, que algunos lingüistas han relacionado con las acumulaciones (verbales) caóticas...

La acumulación tipográfica fue una práctica habitual en movimientos vanguardistas de principios del siglo XX. Para ellos la exuberancia de letras en composiciones dinámicas constituía una forma de libertad, experimentalismo y progreso, en sintonía con las aspiraciones hacia una nueva era, tal y como se aprecia en publicaciones de la importancia de *Parole in Libertà* (Filippo Tommaso Marinetti, 1919), *BIF & ZF + 18* («Tipogramas» de Ardengo Soffici, 1915) y *Lidantiu como un faro* (Il'ia Zdanevich y Naum Granovskii, 1923).

También algunos diseñadores al final del siglo XX, como David Carson, han utilizado la paradoja del texto «ilegible» al servicio de un estilo gráfico de composición de página —con raíces en movimientos postmodernos y deconstructivistas—, introduciendo las letras en forma de ilustración o textura, con superposición de palabras acumuladas en número ilimitado y «orden caótico», para poner en cuestión los anteriores límites convencionales de la comunicación gráfica; por ejemplo, la página

«Type», en *The end of Print. The graphic design of David Carson*, publicado en 1995.

Un anuncio de Olaf Leu & Partner para conmemorar los cien años de Linotype (*Linotype Centennial*, 1986) mostraba una textura de innumerables rectángulos iguales de color negro sobre fondo blanco, dentro de los cuales se podían leer diferentes nombres de personas, así como otros términos relacionados con la conocida empresa de productos tipográficos. Repetición pues de rectángulos (repetición plástica), junto a una acumulación de palabras que guardan entre sí una relación lógica. Se confirma de este modo la capacidad de las enumeraciones para servir en el plano del contenido a la descripción de las partes de un fenómeno concreto, establecimiento de listas o inventarios, etc., así como integrante habitual en todo tipo de esquemas, planos, diagramas, etc.

Los significados a los que remiten las palabras acumuladas en el diseño anterior tienen una relación de *contigüidad* con el tema central del anuncio; a veces por ser un elemento de la empresa, otras por ser personas que trabajan en la misma, etc. Así, en la selección de términos en acumulaciones lógicas, suelen intervenir relaciones de tipo metonímico, como en otra enumeración, en este caso icónica, que el grupo Atelier Works hizo en varios carteles para la *Historic Property Restoration* titulados *Pride*

in our Skills, en los que se reproducen fotográficamente herramientas que representan antiguos oficios artesanos (la herramienta por el oficio), con la peculiaridad de que dichas herramientas están representadas en el cartel a tamaño real.

Si en principio las figuras en el plano de la expresión, caso de repetición y acumulación, afectan sobre todo a sensaciones, composición, estructura y ritmo, los ejemplos anteriores muestran con qué facilidad sostienen relaciones en las que intervienen el significado de palabras e imágenes, confirmando la idea de que expresión y contenido son realidades inseparables de la función semiótica y que cualquier modificación en una parte del signo siempre afecta a la otra.

Ello ocurre en especial cuando las adjunciones son de dos elementos (emparejamiento). Las dos magnitudes tienden a ser percibidas comparadas la una con la otra, sobre todo si se refuerza su correspondencia con una estructura de cierto paralelismo (díptico, simetría, etc.). Así, las consecuencias nos sitúan en figuras del plano del contenido: *símil*, cuando una de las magnitudes otorga cualidades a la otra, para señalar coincidencias o semejanzas; *antítesis* cuando se destaca que las cualidades de una son contrarias a las de la otra, subrayando la oposición semántica. En otras ocasiones, el emparejamiento puede derivar incluso hacia otras situaciones en el plano del

contenido: paradoja, ironía, hipérbole... No obstante, decir que *símil* y *antítesis* se manifiestan en el plano del contenido significa que la comparación está más en la lógica de sus referentes —aquello que sabemos de esas magnitudes— que en su expresión visual. Esto es relevante porque la lógica de los referentes en diseño tiene que ver más con la retórica verbal y con la retórica icónica que con la retórica tipográfica: comparamos a partir de lo que significan dos palabras o dos imágenes y a veces dos formas de letra confrontadas refuerzan plásticamente una *antítesis* verbal [por ejemplo: **sólido**/etéreo]; pero sólo muy excepcionalmente la comparación se inicia en la gráfica (visualidad) de las palabras.

Un ejemplo de estas excepciones se ve en la página de contenidos —mayoritariamente de música pop— del número 16 de la revista *Raygun* (1994), donde la fotografía de Albert Watson de una figura silueteada muestra correspondencias con las tipografías de Carson que la acompañan, de tal modo que la apariencia trémula de las letras, acentuada por los cambios de tamaño, escalas e inclinación, junto a signos de puntuación descontextualizados lingüísticamente, sugiere la sombra y movimiento de la figura, para anticipar ambas magnitudes el ritmo musical de los contenidos de la publicación. Es pues la semejanza formal de imágenes, con caracteres, cajas de texto u

otros aspectos de la composición tipográfica, la que favorece una correspondencia que recorre un camino entre el mero emparejamiento y el símil.

Si en el ejemplo anterior se comparaba todo el bloque de texto, en la revista *Big*, nº 7 (1991), Vince Frost enfrentó un solo carácter con el detalle de la mirada de un retrato. Utilizó la conocida síntesis gráfica del *let* latino, girada noventa grados, en tamaño grande, dominando con su presencia a la izquierda, en la página par; y frente a ella, a la derecha, el detalle del rostro, en el que destacan los ojos que por tamaño, forma y situación riman con los ojales del signo acostado [••]. Tal vez el glifo por sí solo, aislado, no identifique de inmediato una mirada —o un antifaz—, pero es la correspondencia con los ojos a los que se enfrenta en la otra página la que ayuda a fijar la comparación.

Al igual que símil y antítesis, otras elaboraciones expresivas como paradoja, ironía o hipérbole, ya sean consideradas figuras o tropos de pensamiento, sitúan su manifestación en el plano del contenido, más allá de lo específicamente tipográfico. Ahora bien, algunas de las variadas formas en las que aparecen pueden tomar cuerpo en la letra impresa. Es el caso de las hipérboles menos vinculadas a los tropos y más a las categorías espaciales y a los lugares (*topoi*) de cantidad. La exageración en las

dimensiones de la letra, sobre todo frente a otros elementos, puede ser un recurso hiperbólico, ya sea por comparación con letras o imágenes o por ocupar un espacio sobredimensionado respecto al conjunto de una publicación: caso de las grandes letras de /New York/ en la revista, con formato de 29,7 x 41 centímetros, *Big* nº 7 (1991). También resulta difícil pensar que la gráfica de la letra pueda ser paradójica o irónica, pero siempre que la gráfica dificulta la lectura de la palabra hay algo paradójico. Un ejemplo de humor implícito lo encontramos en el logotipo de la Presidencia Española del Consejo de la Unión Europea (Josep M. Mir, 1995), con la virgulilla de la /ñ/ sobre la /é/ de «Europa» y alrededor las doce estrellas de sus Estados [•••]. Éste se ofrece como una incompatibilidad ortográfica, una paradoja que despierta complicidades y sonrisas irónicas en torno a la identidad de los pueblos.

5.3. *Detracción, supresión, resta*

La figura expresiva de la *detraçtio* es la elipsis. Se produce cuando el espectador percibe que faltan elementos en el enunciado que tiene ante sí. Son las propias palabras o imágenes del diseño (*norma local*) las que hacen ver que ha desaparecido algo que debía estar allí. Bob Gill hizo un anuncio en 1978 para tabaco de bajo contenido en alquitrán

en el que el cigarrillo se había «esfumado» de la escena: el dibujo de perfil de un hombre fumando, los dedos sujetando algo que no está, y sobre todo, humo saliendo de un cigarrillo inexistente, conseguían sugerir metafóricamente la cualidad *light* del tabaco anunciado.

La elipsis tipográfica se aprecia sin dificultad: falta parte de una letra, de una palabra, de una línea, de un cuadro de texto... Incluso pueden faltar signos de puntuación o espacios, como en un ejemplo mencionado a propósito de la concurrencia ortográfica —cartel de *Taller de narrativa* [ilustración en la página 64]—, en el que los espacios entre palabras han desaparecido. Esta práctica se puede encontrar en publicaciones diversas. En ella, la elipsis modifica el ritmo y la textura de lemas y títulos, en los que la falta de la pausa que supone el espacio en blanco se suele compensar por medio de otros procedimientos, como usar colores distintos en palabras que han quedado juntas. Otro ejemplo de elipsis en este libro se aprecia en la ilustración de la página 29, pues abajo «pierde» parte de las letras que perforan un recuadro gris, a la vez que su contorno desaparece fundido con el fondo blanco del papel.

Otros ejemplos variados refuerzan la idea de que la elipsis tipográfica se ha utilizado mucho desde las últimas décadas del siglo XX formando parte de

los estilos, tendencias y usos tipográficos actuales. Esta vinculación al estilo subraya su caracterización de figura del plano de la expresión que interviene sobre los ritmos, textura y estructura de página. La composición experimental que Peter Anderson hizo para *IT Magazine* (2001) titulada *Moving Surnames, Northern Ireland series 2* es un ejemplo de ello: muestra bloques de texto blanco repartidos sobre una superficie plana roja, en ocasiones con cierta sensación de espacio en profundidad, pero siempre con la ausencia parcial de letras y palabras, resultado de reservas o máscaras de recorte que actúan, en apariencia de forma indiscriminada, sobre las tipografías que hay en los bloques, con más atención en la textura y composición de página que en lo que puedan decir las palabras.

No obstante, hay ocasiones en las que la elipsis es antesala de procesos de argumentación en el plano del contenido. La imagen de la campaña del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales español para el *Día Internacional de las Mujeres* y primer premio del concurso *El diseño crea igualdad*, en su edición de 2004, fue el cartel de Javier Gómez López titulado *Por la igualdad de oportunidades*. En él aparece representado un papel blanco parcialmente roto, con una palabra impresa. Como consecuencia del trozo arrancado se genera una forma triangular

igualmente blanca, de la que ha desaparecido una letra, para dejar la palabra incompleta: /nosotr s/. Esta ausencia de la letra del género que puede ser cualquiera de ellas (a/o) es la que favorece la metáfora de la igualdad de oportunidades, si bien la suave forma triangular del *décollage* —cercana a la /A/—, permite un último guiño sujeto a la posible interpretación del espectador en el día de las mujeres.

También hay familias de letras se han elaborado a partir de la desaparición de algunos de sus elementos. Es paradigmática en ese aspecto la fuente Essential, diseñada por Bruno Munari en 1935. Se trata de un experimento basado en la idea de suprimir de cada carácter los elementos que no son imprescindibles para su reconocimiento; queda así sólo aquello que es necesario para diferenciar e identificar cada letra individualmente [A B C D E F G H I J K L].

5.4. *Sustitución: metáfora, metonimia*

El procedimiento de *sustitución (in absentia)* diferencia a los tropos de las figuras retóricas, pues las últimas se generan por *adición, supresión y permutación (in praesentia)*. En el tropo algún elemento se relaciona, no tanto con lo que está a su alrededor, como con alguna otra magnitud ausente, a la que sustituye. En ocasiones no se trata de un solo elemento el que sustituye a otro, sino que pueden ser

varios o hasta el conjunto de la obra la que alude por sustitución a otras cosas; de ahí que en estos últimos casos, junto a los tropos en sentido estricto, se hable desde hace siglos también de *tropos improprios*²⁸ o en un contexto más cercano de *tropos proyectados*²⁹. Este tipo de puntualizaciones taxonómicas no será objeto de las siguientes líneas. Se evitará explicar, por ejemplo, las diferencias entre la metáfora en sentido estricto y la alegoría: esa clase de «metáfora continuada» tan habitual en el lenguaje visual y, más concretamente, en la Historia del Arte.

La mayor parte de los tropos pueden agruparse en dos grandes conjuntos: los tropos metafóricos y los tropos metonímicos; siendo la relación entre los elementos presentes y los elementos ausentes (sustituidos) la que determina esta distinción, aunque es frecuente que metáforas y metonimias aparezcan enlazadas entre sí y también con otras figuras retóricas, sean de expresión o de contenido.

Si se habla de metáfora, la relación tiene que ver con la analogía: existe la posibilidad de establecer

²⁸ Pierre Fontanier (1827-30), *Les figures du discours*, Paris, Flammarion, 1977.

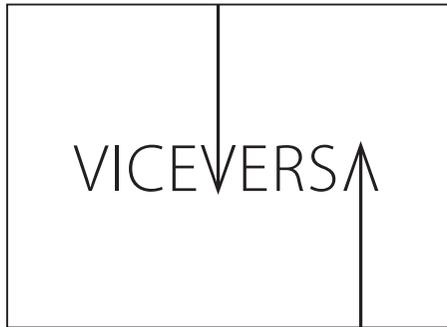
²⁹ Sobre los *tropos proyectados* en la retórica visual ver Groupe μ, *op. cit.* p. 248 y ss.

una comparación entre aquello que sustituye y aquello sustituido; se pueden encontrar elementos de semejanza entre ambas cosas que permiten dar el *salto* de una magnitud a la otra. En un *Poema visual* concebido en 1971, Joan Brossa sustituía las *guardas y dientes* de una llave antigua por las *letras del abecedario*. La sustitución se aprecia con claridad por el lugar que las letras ocupan en la imagen y se entiende la comparación implícita entre una llave —que sirve para abrir o cerrar la cerradura que da acceso a un espacio hasta entonces oculto— y el abecedario que sirve para adentrarse en el conocimiento, por ser parte esencial del lenguaje. La sustitución es pues metafórica, porque hay aspectos comunes, semejantes, comparables, en los significados implicados en ambas magnitudes. De hecho, hay algo más, porque la metáfora de la llave está tan extendida en el lenguaje verbal que los diccionarios recogen la convención derivada de su uso en los significados figurados del término: «Llave: fig., medio para descubrir lo oculto o secreto / fig., principio que facilita el conocimiento de otras cosas / fig., resorte o medio para quitar los estorbos o dificultades que se oponen a la consecución de un fin».

Una orientación similar muestra la ilustración *The end of print*, creada por Matt Mahurin

para el libro del mismo título (con texto de Lewis Blackwell y diseño de David Carson). También el lenguaje, ahora en relación con el diseño y la comunicación visual, subyace a la sustitución de los órganos receptores del sentido de la vista (ojos) y emisor del lenguaje hablado (boca) por las tres primeras letras del abecedario. Pero no son simples letras, sino que se presentan como cicatrices del cosido que resta por la desaparición de los órganos correspondientes. Así, la sustitución de ojos y boca por letras-cicatrices ilustra el problema de las condiciones de efectividad del lenguaje y las funciones del diseño impreso como vehículo de su actualización. La metáfora está no tanto en la sustitución de letra por órgano, como en la *cicatrización*, dirigida a proyectar la *[im-]posibilidad del lenguaje*.

En los ejemplos anteriores la comparación es posible por la semejanza de las funciones y procesos relacionados con los elementos de la sustitución; pero las características del lenguaje visual hacen frecuente las sustituciones basadas en la semejanza formal. La letra /v/ se parece y puede intercambiarse con la punta de una flecha: como en la imagen para la exposición en Victoria & Albert Museum y Serpentine Gallery *Give & Take* (Vince Frost, 2000). La letra /o/ es fácil reemplazarla por figuras con forma circular, aunque sólo sea como *juego*



Letra sustituida por una imagen o forma (flecha)

visual: así, la doble página diseñada por Debra Bishop para el título del artículo «The Big Shot», en la revista *Rolling Stone* (dirección de arte Fred Woodward, nº 611, 1991) intercalaba una fotografía de Arnold Schwarzenegger —a quien se dedicaba el artículo— sentado sobre una enorme cámara de neumático, en medio del título que ocupaba las dos páginas enfrentadas. La composición es tal que la /O/ ha sido elidida, pero en el mismo lugar la sustituye el neumático en cuestión [SH  T].

No siempre es necesario que haya un parecido inicial entre letra y signo icónico para que pueda haber sustitución. La transformación y estilización de una figura, así como la intervención del contexto pueden favorecer que la imagen de un referente,

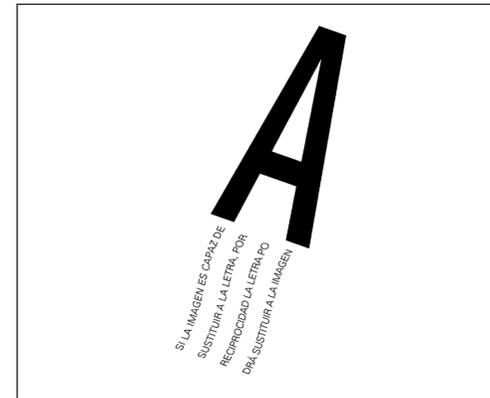


Imagen sustituida por tipografía

en principio dispar, adquiera la forma del texto. En un anuncio de la década de 1960 para la compañía farmacéutica Merrell, Herb Lubalin sustituyó la segunda /S/ del título *Spasm* (*espasmo*), por el conocido juguete de muelle antiestrés Rainbow Science Toy, manipulado para adquirir la forma de la letra.

Si la imagen consigue sustituir a la letra, por reciprocidad la letra podrá sustituir a la imagen. Y así es en otro titular de la revista *Rolling Stone* nº 630 (dirección de arte Fred Woodward, 1994), *Loſt Space*, que muestra la /A/ de /SPACE/ en color rojo, diferente al resto en negro, desplazada hacia arriba, algo inclinada, como un cohete en plena ascensión al

espacio. Debajo, para reforzar la analogía, pequeños textos sustituyen la estela de fuego y humo procedente de los propulsores en el despegue.

¿Puede una letra /e/ sola, sobre un fondo plano sustituir o aludir a una presencia humana? —es decir, lo que en retórica se llama *personificación*—. Así se intuye en una idea experimental para un tipo de letra, *Young Caslon*, que Ian Chilvers diseñó para Atelier Works. Sólo un elemento añadido a la redonda /e/ minúscula de Caslon: un *piercing* en el ángulo derecho del *perfil* de la letra. De inmediato viene a la mente una oreja —tal vez una nariz— perforada con el aro; o acaso podría pensarse que la /e/ sustituye a una cabeza completa... Es una sugerencia aceptable, porque tanto la cabeza como la oreja, al igual que la letra /e/, muestran una forma que tiende al círculo; pero es indudable que sin el *piercing* —y alguna ayuda del nombre— no tendríamos este nuevo espécimen de la «tribu de los *Jóvenes Caslon*».

El signo plástico aporta a los lenguajes visuales significados vinculados a las sensaciones que producen los ritmos y estructuras en que se dispone forma, color y textura. Significados que son, en general, más *débiles* y difíciles de verbalizar que los derivados de la imagen figurativa y las palabras. Esos contenidos *débiles*, muchas veces provienen de la interacción de lo icónico y lo verbal, o de otros saberes

propios de las competencias del individuo, incluidos los que tienen un fundamento de tipo experiencial, y que se manifiestan con frecuencia en modo sinestésico. La sinestesia, desde el punto de vista retórico se asocia a la metáfora, de ahí que podamos hablar de *metáforas plásticas* para referirnos al resultado de algunas alteraciones tipográficas producidas por transformaciones geométricas, filtros, envolturas, operaciones de trazados, fragmentaciones, etc., ya sean manuales o digitales. En esas ocasiones la mutación que experimenta la tipografía, la forma que adquiere la letra, proyecta sensaciones y significados que derivan de dicha modificación.

El tratamiento plástico para sugerir movimiento ha sido un lugar común en la historia de las imágenes —el Futurismo es un ejemplo paradigmático— y algunos diseños muestran transformaciones plásticas y a veces tipográficas en ese sentido, en general acordes al tema, como el cartel para una carrera del *Gran premio dell'Autodromo* en Monza (Max Huber, 1948), en el que los textos fugan en perspectiva, para acompañar la trayectoria parabólica recorrida por flechas de dirección.

El motivo central del cartel que Franco Grignani realizó en 1960 para los impresores Alfieri & Lacroix es el nombre de la sociedad transformado fotográficamente a modo de envoltura cónica con

diferentes torsiones, sin duda para proyectar la idea en imagen de los procesos de impresión propios del *offset* y las rotativas.

Distorsiones, envolturas, transparencia y superposición de las letras —junto a cambios de tamaño y estilo— fueron utilizados por Mitchell Mauk en los anuncios que en la década de 1980 realizó para la empresa de altavoces Entec Subwoofer Brochure: alteraciones visuales en la tipografía que tienen por la vía de la metáfora sinestésica un fácil parangón con la problemática de transmisión y amplificación del sonido, sobre todo musical, determinante de las cualidades y calidades del producto que se promociona. De hecho, en uno de los ejemplos, las alteraciones tipográficas —cambios de fuente y tamaño, superposiciones, perforaciones, etc.— concurren con el carácter onomatopéyico de la palabra repetida («whump»).

En un anuncio aparecido en la década de 1960 diferentes palabras relacionadas con enfermedades (**CANCER, TUBERCULOSIS, STROKE, ARTHRITIS, CRIPPLED, MENTAL ILLNESS, NARCOTIC**) eran transformadas en su tipografía por procedimientos de exposición fotográfica o por otros medios tradicionales capaces de conseguir efectos de fragmentación, distorsión, etc., para que la gráfica de la letra proyecte la

enfermedad a la que se refiere³⁰. Es pues la transformación plástica la base de esta metáfora, aunque una mirada más profunda pueda reconocer la influencia del reconocimiento icónico (figurativo) en semejantes alteraciones: bultos, manchas, huesos rotos, etc., que recuerdan la concurrencia y el modo en que lo icónico forma parte de los elementos que intervienen en el advenimiento de los significados plásticos.

Si el *salto* de una magnitud a otra que supone la metáfora tiene que ver con la analogía, en la metonimia la relación entre lo que sustituye y lo sustituido es variable. En vez de *salto*, hay *contacto*, *cercanía*, *contigüidad*, *desplazamiento*; pero para explicar la metonimia es necesario mencionar situaciones concretas entre las que no es fácil definir un nexo único. Las más habituales —a partir de las recogidas por DuMarsais³¹ en 1730— son las siguientes: la causa por el efecto, el continente por el contenido, el nombre de lugar o cosa por el propio lugar o cosa, el signo por la cosa significada, el nombre abstracto por el concreto, las partes del cuerpo

³⁰ Ver Lewis Blackwell (1992), *op.cit.*, p. 157.

³¹ C. Chesneau DuMarsais (1730), *Tratado de los tropos*, en *Colección española de las obras gramaticales de C. Chesneau DuMarsais*, trad. cast. de José Miguel Alea (dos tomos), Madrid, Aznar, 1800.

consideradas como albergue de los sentimientos o las pasiones y esos sentimientos, el antecedente por el consecuente (*metalepsis*), el propietario por lo poseído, el autor por su obra, etc.; y lógicamente las opciones que derivan de la reciprocidad de los términos —el efecto por la causa, etc.—. Se puede añadir la sinécdoque, normalmente considerada una especie de metonimia en la que la parte sustituye al todo, el todo a la parte, lo particular a lo general, lo general a lo particular.

En el caso aquí tratado (la tipografía) es lógico que las sustituciones más frecuentes afecten a la intervención del nombre de personas, cosas, lugares, hechos, etc. Las tarjetas postales que Tibor Kalman diseñó junto a Marlene McCarthy para el restaurante Florent a partir de 1985 ponían en juego esta posibilidad. En una de ellas aparece representada, sobre un fondo claro, neutro y uniforme, una mesa, alrededor de la cual han desaparecido personas, viandas y objetos, mientras que su lugar está ocupado por los vocablos correspondientes (*Glow, Wine, Fork, Grilled Salmon, Friend, Chair*, etc.) con diferentes tipografías. En otra, de composición similar, el dibujo es el esquema de lo que parece un estómago, diseccionado plásticamente a modo de diagrama, para dar a conocer sus capas con líneas que unen cada término al lugar correspondiente del dibujo. Hasta

ahí ningún desvío, de no ser porque los nombres impresos no son los de las partes del estómago, sino, paradójica e irónicamente, los de diferentes comidas (*Coffee, Creme Caramel, Boudin Noir, Mustard*, etc.): una doble sustitución pues, de partes del lugar en el que se digieren los alimentos (*capas del estómago*) por los *alimentos* que son digeridos; y estos, a su vez, sustituidos por las *palabras* que los nombran.

El logotipo que Bob Gill creó para la firma de maquetas AGM en 1969 muestra la silueta en negro de una mano sujetando entre los dedos índice y pulgar lo que debería ser una de las maquetas que la empresa produce. En su lugar, sin embargo, está la sigla de la marca, reemplazando el *nombre* de la empresa al *producto* que fabrica, en otra cadena de sustituciones que implica, además de signo (nombre) por empresa, las relaciones productor-producto y causa-efecto. Algo parecido a lo que ocurre en la publicidad de la clínica dental Dr. Costa (agencia Publicis Casadevall Pedreño & PRG, dir. creativa Xabi García, dir. artística Ramón Roda, hacia 1999), en la que aparece la fotografía en blanco y negro de una boca abierta donde faltan dos dientes. La ausencia de los dientes muestra el problema que hace requerir los servicios de la clínica, y sobre el hueco donde estuvieron «antes de caer», aparecen los datos de la empresa, nombre de los doctores, dirección,

teléfono... También están implicadas de manera decisiva las relaciones causa-efecto en campañas de concienciación, por ejemplo, contra el consumo de tabaco: una del Ministry of Health (Singapore) realizada por los diseñadores Gordon Tan, Jim Aitchison y Heintje Moo, implicaba a la tipografía en la sustitución, al ponerla en lugar de la ceniza de tres cigarrillos cada vez más consumidos. El texto que sustituye a las cenizas refiere los efectos negativos del tabaco, que se incrementan conforme el consumo va siendo mayor, y dice así: *lose your friends, pollute the air, bronchial problems and maybe even worse*. Por último, hay que recordar que la metonimia más copiada de la historia del diseño ejemplifica el modo secular de sustitución de *las partes del cuerpo consideradas como albergue de los sentimientos por las pasiones y esos sentimientos*, en el famoso eslogan creado por Milton Glaser en 1976 [I♥NY].

5.5. Alteración de orden

Es el cambio en la disposición prevista para los elementos de la composición. Algo está fuera de su sitio «normal». En este caso, letras o palabras que no ocupan el lugar que se espera desde las convenciones habituales en torno al lenguaje impreso: la ortografía, el texto común de lectura, la unidad de la palabra, la posición en un contexto determinado,

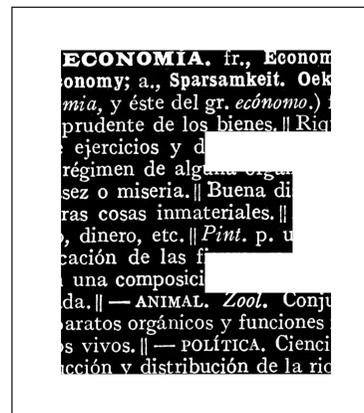
etc. Así se percibe el volteo —en ocasiones también el giro— que coloca del revés uno o varios glifos. Una táctica que llama la atención con viveza. A veces se puede añadir la ambigüedad de letras que cambiadas de ese modo recuerdan a otras: la /m/ volteada se parece a la /w/, la /i/ a un signo de exclamación, etc. Siempre que no se utilice torpemente o como recurso fácil puede ser un procedimiento apropiado para la personalización del texto, como ya hiciera Jan Tschichold en un logotipo de 1951 al girar y voltear /t/ y /w/ o muchos años después, en la década de 1980, Fernando Medina, en el logotipo de la Asociación de Directores Creativos, con la /i/ volteada como si fuera un signo de exclamación /!/ y la introducción, de nuevo en lugar anómalo, de los paréntesis y la indicación del *copyright* [(A)D!©].

La expectativa de continuidad del texto, de izquierda a derecha, palabra tras palabra, cada línea bajo la anterior, a una distancia dentro de la convención, hace sentir las superposiciones tipográficas como una alteración expresiva del grado cero de linealidad del texto común. En cada caso, una cuidadosa disposición de las palabras superpuestas, o el uso de opciones de transparencia, servirán a una orientación que respete o se aleje en diferentes grados de su legibilidad. Las aplicaciones infográficas actuales hacen habituales estas y otras muchas



Superposición de texto como alteración de orden. Carrere & Geles Mit, catálogo de la exposición *El contrato natural*, 1996, detalle de cubierta

operaciones, como la permutación de la letra en el lugar de la caja o cuadro de texto, invirtiendo la relación tradicional, de tal modo que la letra contenga palabras o párrafos. En la elaboración basta convertir el glifo en el trazado vectorial que define su forma, para utilizarlo después como continente de cualquier texto (o imagen). Son procedimientos improbables o extraordinarios, por su complejidad, antes de la edición digital, pero no exentos de precedentes retóricos, en antiguas ilustraciones y monogramas que alteraban la posición común de las letras, como el manuscrito carolingio *Los fenómenos*



Permutación de la letra en el lugar de la caja o cuadro de texto

—versión de un poema del griego Aratus—, donde las figuras dibujadas por el artista sajón Julius Higinus contienen texto interpenetrado a modo de (anacrónico) caligrama.

En algunas ocasiones el cambio de lugar de magnitudes tipográficas tiene que ver con un contexto icónico, figurativo. Francesc Vila Rufas «Cesc», en el anuncio del cincuentenario del limpiador Netol (1966), separó la /o/ de su lugar en el nombre para convertirla en un aro con el que juega el popular y peculiar mayordomo que desde 1915 sirvió de dibujo emblemático de la marca. Años después, también

caían las letras de su sitio en la portada en dos partes de la revista *Spy* (dirección de arte Alexander Isley, 1988). En la primera página la fotografía de Donald Trump interactuaba con los textos, sentado sobre el cuadro en el que aparecía resumido el sumario de la revista. En la segunda parte todos caían de forma cómica por el suelo: Donald, el título, el sumario y hasta el código de barras.

En el ámbito fotográfico Matt Siber realiza propuestas donde tiene gran importancia la gráfica urbana. Las obras de la serie *The Untitled Project*, iniciada en 2002, son composiciones en forma de díptico que se refieren a la presencia del texto en el espacio público. En la parte de la izquierda se muestran calles, autopistas, espacios urbanos, en los que siempre hay vallas publicitarias, rótulos y otros elementos del entorno que incluyen tipografía. Las imágenes resultan inquietantes porque los letreros y textos han sido eliminados de la composición, borrados, por medio del retoque digital, para ser reproducidos de nuevo sobre fondo blanco en la parte derecha del díptico, tal como eran en origen.

Se entiende que las alteraciones de orden como tales son desvíos en el plano de la expresión efectuados en la gráfica de un enunciado concreto que actúan sobre la percepción de la superficie del diseño y las sensaciones que de ahí se derivan. Pero de tales

permutaciones también pueden surgir conexiones en el plano del contenido: la visión paradójica del texto convertido en caja de texto, el humor irónico de los elementos de página que caen afectados de un tropiezo gravitatorio, la metáfora sobre el poder del lenguaje en el espacio público, etc.

5.6. *Interpenetración*

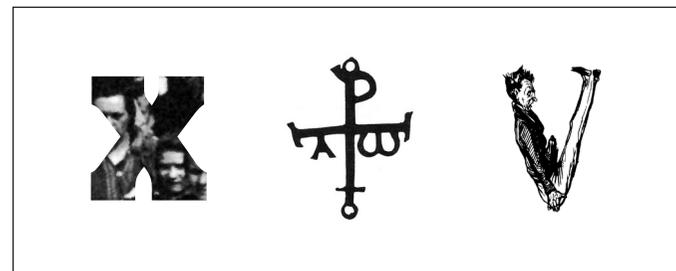
Originada en el ámbito de la retórica icónica —ausente pues de la retórica verbal— se puede situar a medio camino entre las figuras de adición binaria (emparejamientos) y las sustituciones; o más concretamente entre el símil y la metáfora —aunque a veces pueda implicar a otras figuras—. Si en el símil presenciamos dos cosas diferentes comparadas y en la metáfora presenciamos una sola cosa que sustituye a otra ausente, en la interpenetración ambas magnitudes están presentes al menos parcialmente para formar una nueva entidad conjunta³². En relación a la tipografía se puede dar, y así ocurre con frecuencia, la mezcla con lo icónico, para generar interpenetraciones tipográfico-icónicas o si se prefiere verbo-icónicas. La página inicial del artículo «The Truth About Shelters», publicado en *Redbook*

³² Groupe µ, *op.cit.*, p. 247 y ss.

(dir. de arte William Cadge, 1961), tiene como punto de arranque para un texto sobre refugios nucleares en plena Guerra Fría la repetición ilimitada de la palabra *fallout*. Ésta sustituye partículas radioactivas que se desplazan invisibles por el aire, hasta formar una nube desde la que se precipita, metafórica, su mortífera lluvia. Es una interpenetración *constructiva*³³ de la palabra y la representación del fenómeno físico al que nombra.

Si la repetición o acumulación de palabras puede construir un dibujo, también una imagen puede formar la letra, construirla o, como es frecuente, la tipografía puede estar rellena por una imagen; un recurso habitual en todo tipo de diseño editorial, en especial desde que las aplicaciones informáticas permiten con facilidad convertir el texto en trazado vectorial. Esta mezcla entre la gráfica de la palabra y la figuración de aquello a lo que se refiere, elaborada por cualquiera de los procedimientos posibles, tiene un terreno natural dentro del diseño en la creación de logotipos. Con el antecedente de los monogramas —como los crismones de la Iglesia Católica, que suelen unir la cruz a las siglas—, podemos

³³ Sobre la clasificación de las interpenetraciones (adherente, fundente, constructiva) ver Alberto Carrere y José Saborit, *op. cit.*, p. 257 y ss.



Algunas variantes de la interpenetración tipográfico-icónica. Izquierda: imagen contenida en el texto. Centro: crismon, monograma de Jesucristo que interpenetra cruz y siglas. Derecha: letra /v/, Honoré Daumier, 1836

encontrar numerosos ejemplos de diseño de nombre en los que éste se mezcla con la figuración: la siglas /IP/ generan una forma de flecha (*International Paper Company*, Lester Bell, 1958); los aros olímpicos fusionados con la palabra /México/ (*XIX Olimpiada*, Lance Wyman, 1966); el glifo /et/ es un bebé (*Mother & Child*, Herb Lubalin y Tom Carnase, 1967); tres /i/ son los miembros de la familia /iii/ (*Families*, Herb Lubalin, 1973); cada /A/ del nombre es una llama (*Flamagás*, Yves Zimmermann); los puntos de marcación forman la /T/ (*Telefónica*, Taula de Disseny, 1983); los ceros de /500/ son el mapa *mundi* (*Quinto Centenario del Descubrimiento de América*, José M. Cruz Novillo, 1983); la /U/ es una hoja de papel (*Unipapel*, Arcadi Moradell); el nombre de la

orquesta forma la clave de sol (*Knoll Orchestra*, Dean Lubensky y Tibor Kalman, 1990); etc.

La interpenetración ha servido también de procedimiento para generar fuentes tipográficas con el abecedario compuesto por figuras, en algunos casos basadas en dibujos de personas cuyas posturas recuerdan la forma de las letras. Aunque su uso está muy restringido a situaciones particulares, se pueden encontrar ejemplos de letra construida con todo tipo de signos icónicos desde hace siglos, ya sea familias completas o letras aisladas. Tal vez el principal inspirador de estos experimentos sea Geoffroy Tory, con su edición de *Champ Fleury*, de 1529, donde puso en práctica la búsqueda de un canon ideal para la elaboración de tipografías y donde incluyó un curioso juego de letras en el que cada una de ellas es una herramienta distinta. Dos siglos después, en 1773, Johann David Steingrüber elaboró su alfabeto arquitectónico representando cada letra con el plano en planta de un edificio. Ya en el siglo XX: Seymour Chwast hizo un anuncio en movimiento para Elektra Productions (1965) en el que las letras estaban construidas con formas, personas y objetos diversos relacionados con medios de locomoción (ruedas, zapatos...), de tal modo que las letras se desplazaban gracias a la movilidad proporcionada por esos medios; David Carson creó en 1993 la

familia DC, para lo cual escaneó dedos que, convenientemente tratados, se convirtieron en glifos de un alfabeto completo; Javier Mariscal dibujó, para los Juegos Olímpicos de Barcelona'92, una serie de letras capitulares con los lugares emblemáticos de la ciudad; y actualmente Alex Trochut ha destacado por sus ilustraciones tipográficas para proyectos personales o para clientes como Nike y British Airways.

6. EPÍLOGO

Hasta aquí el desarrollo de algunas cuestiones centrales de la comunicación en lo que atañe en concreto a la tipografía: la procedencia de las expectativas (*normas*) que un espectador puede tener respecto a su forma y disposición, los elementos susceptibles de ser transformados en la elaboración para un uso particular del lenguaje gráfico y las categorías transformadoras que intervienen sobre esos elementos. Así, los principios expuestos en este libro responden al estudio de un terreno particular del diseño, con el objetivo de dotar a las investigaciones sobre tipografía de fundamentos relativos a los usos de la imagen como lenguaje. Sus planteamientos permiten un desarrollo posterior en el propio ámbito del signo tipográfico y en el del diseño en conjunto. Como es lógico, no es un punto de vista único para abordar la gráfica de

la letra y mucho menos aún para otros aspectos del diseño; pero se ha considerado una orientación adecuada en un momento en el que los lenguajes visuales tienen una presencia social consolidada y, además, cuando el diseño gráfico se está integrando definitivamente en el ámbito académico universitario.

No se olvida que la fuerza del diseño se aprecia con toda su contundencia en la interacción local de palabras, imágenes y tipografía. Tal vez por ello explicar la naturaleza específica de una parte del conjunto obliga a un análisis en apariencia poco pragmático, algo limitado. El lector puede llegar a la conclusión de que la retórica tipográfica es *débil* en impacto semántico para que merezca la pena su estudio individualizado, que es algo que está «por debajo». Sin embargo, su análisis es necesario para construir las bases de procesos que desde el punto de vista de su estructura son complejos, hecho que puede permitir avanzar en investigaciones posteriores más allá del comentario intuitivo.

Esta circunstancia recuerda los debates a mediados del siglo XX sobre la consideración de la imagen (icónica) como lenguaje. Un planteamiento reduccionista de la época decía, entre otras cosas, que la imagen no era convencional, que no se podían reconocer unidades a las que asignar significados y que no era posible la articulación de sus signos. Esta visión

estaba impregnada de ideas cercanas al estructuralismo y conducía a negar el estudio de la imagen desde el punto de vista del lenguaje y la comunicación, excepto en aquellos casos más obvios (pero menos interesantes), que se adaptan a una semiótica de códigos.

La superación del estructuralismo en la segunda parte del siglo XX descubrió *debilidades* en la semiótica verbal que la acercan a los lenguajes visuales, abriendo la posibilidad de otros estudios desde la complejidad del lenguaje y su consideración pragmática, algunos de ellos impregnados de un espíritu metafórico filosófico. Pero aunque las aportaciones del lenguaje poético a la investigación no deben despreciarse, negar metodología alguna conduce al «todo vale» y, de ahí, a la imposibilidad de rebatir cualquier discurso que quiera apropiarse de la «realidad». Por ello, desde esta publicación, se ha optado por reconsiderar (no eludir) el estudio de la compleja articulación de funciones semióticas particulares, caso del signo tipográfico y estudiar las características de sus elementos constitutivos, así como los procesos que intervienen sobre ellos, sin perder la visión pragmática de la intervención del contexto, que sitúa las expectativas de los usuarios y su relación con los signos.

Este volumen 8º de la
colección de CUADERNOS
DE IMAGEN Y REFLEXIÓN
se terminó de imprimir en
la ciudad de Valencia el día

28 de abril de 2009

