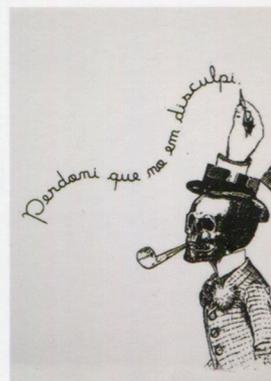
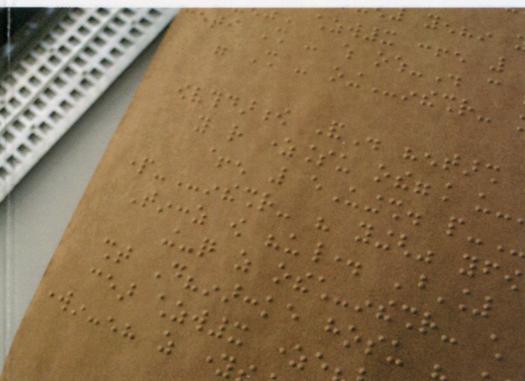
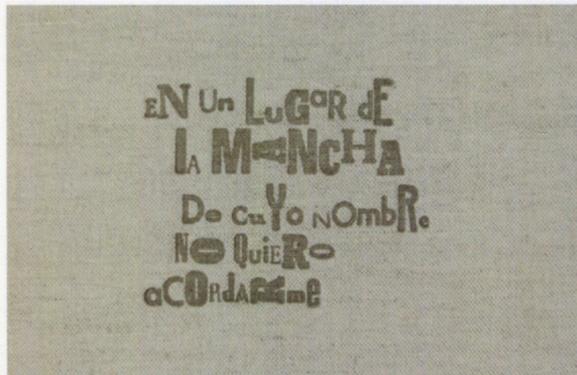
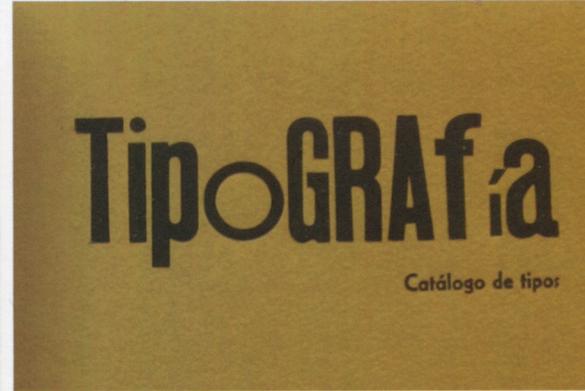
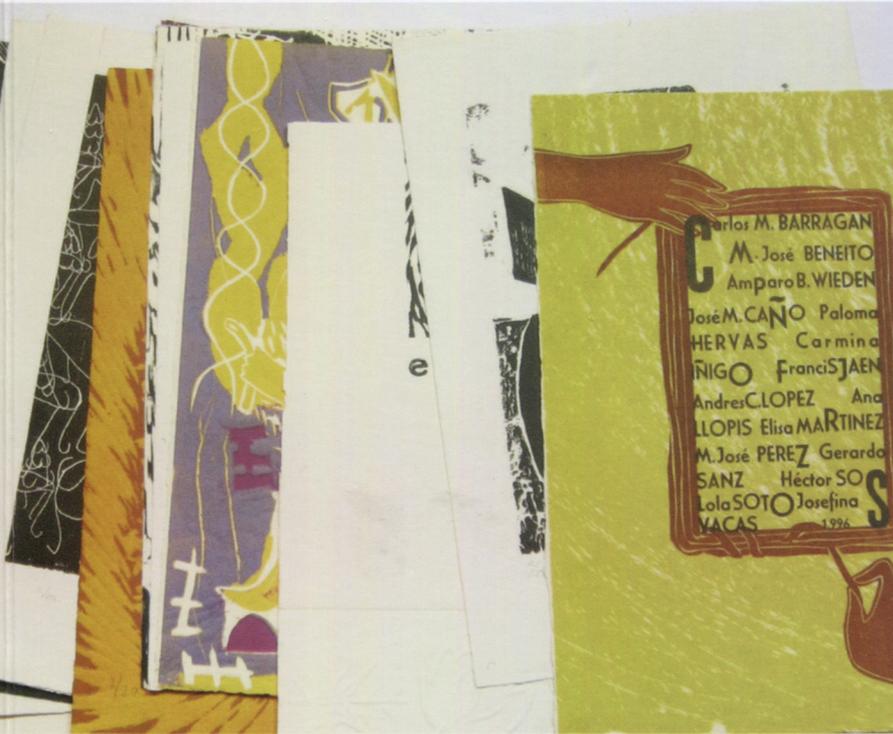


De la tipografía / al libro-arte

Sandra Ileana Cadena Flores

Coordinadora



De la tipografía / **al libro-arte**

Sandra Ileana Cadena Flores

Coordinadora

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

D.R. © 2016 Sandra Ileana Cadena Flores



© 2016 Universidad Autónoma de Ciudad Juárez,
Avenida Plutarco Elías Calles #1210,
Fovissste Chamizal, C.P. 32310
Ciudad Juárez, Chihuahua, México
Tel : +52 (656) 688 2100 al 09

Primera edición, 2016
Impreso en México / Printed in Mexico
<http://www2.uacj.mx/publicaciones/>

De la tipografía al libro – arte / Coord. Sandra Ileana Cadena Flores. Primera edición. — Ciudad Juárez, Chihuahua: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2016.

152 páginas; cm.

ISBN: 978-607-520-222-8

Contenido: Prólogo / Camilo Castillo-Rojo.-- Estatuto visual del signo tipográfico / Alberto Carrere.-- Letras y letritas de Don Lupe: La tipografía en la obra de Posada / Marina Garone Gravier.-- The agony and the ecstasy: La reanimación de un modelo caligráfico para crear tipografía digital / Jesús Barrientos.-- Los tipógrafos contemporáneos y el origen de sus propuestas creativas / Sandra Ileana Cadena Flores.-- Juegos tipográficos en la colección de libros de artista de la Universidad Politécnica de Valencia / Blanca Rosa Pastor Cubillo.-- Los prelibros. Constructos para el diseño de libros lúdicos para infantes / Hortensia Mínguez García.-- Libro-arte como medio de creación para proyectos universitarios / Ioulia Akhmadeeva.-- Los libros-arte y su lectura. Desplazamientos y ampliaciones / Carles Méndez.-- El libro como interfaz / Ernesto Peña, Teresa Dobson.-- El libro arte en el contexto digital. De la figura del polifacético artista como creador, poeta, editor y autopromotor de Blake, al proyecto colaborativo e interdisciplinario de la imprenta digital / Eva Figueras Ferrer, Bibiana Crespo Martín.

1. Diseño gráfico (Tipografía). — 2. Tipografía artística. — 3. Diseño editorial. — 4. Libro-arte. — 5. Libro de artista.

LC- N7433.3 D45 2016

La edición, diseño y producción editorial de este documento estuvo a cargo de la Dirección General de Difusión Cultural y Divulgación Científica, a través de la Subdirección de Publicaciones

Comité editorial externo

Dr. Miguel Ángel Achig Sánchez
M.D.H. Fausto E. Aguirre Escárcega
Dr. Ricardo Forriols González
M.A.V. Magali Hernández González
Dra. Hortensia Mínguez García
M.A.V. Raúl Sánchez Trillo

Cuidado de la edición: Subdirección de Publicaciones

Diseño de cubierta y diagramación: Ma. Teresa González Longino y Alejandro García Vázquez

Índice

- 06** **Prólogo**
Camilo Castillo-Rojo
- 011** **Estatuto visual del signo tipográfico**
Alberto Carrere
- 024** **Letras y letritas de Don Lupe:**
La tipografía en la obra de Posada
Marina Garone Gravier
- 035** **The agony and the ecstasy:**
La reanimación de un modelo caligráfico para crear tipografía digital
Jesús Barrientos
- 049** **Los tipógrafos contemporáneos y el origen de sus propuestas creativas**
Sandra Ileana Cadena Flores
- 068** **Juegos tipográficos en la colección de libros de artista de la Universidad Politécnica de Valencia**
Blanca Rosa Pastor Cubillo
- 079** **Los prelibros.**
Constructos para el diseño de libros lúdicos para infantes
Hortensia Mínguez García
- 093** **Libro-arte como medio de creación para proyectos universitarios**
Ioulia Akhmadeeva
- 0111** **Los libros-arte y su lectura.**
Desplazamientos y ampliaciones
Carles Méndez
- 0129** **El libro como interfaz**
Ernesto Peña, Teresa Dobson
- 0139** **El libro arte en el contexto digital.**
De la figura del polifacético artista como creador, poeta, editor y autopromotor de Blake, al proyecto colaborativo e interdisciplinario de la imprenta digital
Eva Figueras Ferrer, Bibiana Crespo Martín

Estatuto visual del signo tipográfico

NO ES NECESARIO SER DISEÑADOR PARA ACEPTAR QUE LA TIPOGRAFÍA ES FUNDAMENTAL EN LA COMUNICACIÓN GRÁFICA. YA ESCRIBIÓ JUAN RAMÓN JIMÉNEZ QUE “EN EDICIÓN DIFERENTE, LOS LIBROS DICEN COSA DISTINTA” (1967, PÁG. 329), Y AUNQUE NO SE REFERÍA A LA TIPOGRAFÍA EN CONCRETO, TRAS ESA AFIRMACIÓN SE ADIVINA LA TRASCENDENCIA QUE TIENE EL TRABAJO VISUAL DE LA LETRA. IGUALMENTE, LA HISTORIA DE LA EDICIÓN IMPRESA, LOS ESTUDIOS FORMALES DE LOS CARACTERES, LOS MANUALES DE MAQUETACIÓN O LOS DEBATES CONTEMPORÁNEOS SOBRE SU SERVICIO A LA LECTURA FRENTE AL DESEO DE TRATARLA COMO ARTE, FUNDAMENTAN LA CONVICCIÓN DE QUE LA FORMA TIPOGRÁFICA TIENE UN IMPACTO SEMÁNTICO MÁS ALLÁ DE SEÑALAR LA PRESENCIA DEL SIGNO LINGÜÍSTICO. ESTE PAPEL LO HAN TOMADO A SU CARGO ESPECIALISTAS EN LA ELABORACIÓN DE ENUNCIADOS VISUALES, COMO LOS TIPÓGRAFOS Y DISEÑADORES, AL MISMO TIEMPO QUE LA TIPOGRAFÍA HA SIDO ESTUDIADA DESDE DIFERENTES ENFOQUES SOBRE LA ESCRITURA, EL DISEÑO GRÁFICO Y LA EDICIÓN IMPRESA.

La cuestión que aquí se plantea es si la evidencia empírica y las investigaciones específicas del conjunto de disciplinas que enmarcan el fenómeno tipográfico descubren una correspondencia con la noción de lenguaje visual, más allá de interpretaciones *ad hoc*. En otras palabras, la significación visual atribuida a la tipografía ¿puede encontrar una base específica en la teoría de los lenguajes?, ¿cuál es su papel en el conjunto de los signos visuales?, ¿se puede hablar de la función expresión-contenido tipográfica¹ —signo tipográfico—?, y ¿cómo es su relación con el lenguaje verbal?

1. Desde Louis Hjelmslev (1974), el signo ha de entenderse, ante todo, como *función semiótica* —“no existen signos, sino funciones semióticas”—, aunque por razones pragmáticas el término de uso común, aquí también, es el de signo. Por otra parte, Hjelmslev redefinió en términos de expresión y contenido la dualidad entre *significante* y *significado* de Ferdinand de Saussure (1916); en consecuencia, en este texto se utilizarán de forma indistinta ambas formulaciones: *expresión o significante y contenido o significado*.

Para abordar estas preguntas resulta conveniente recordar que gran parte de los textos sobre tipografía coinciden con investigaciones sobre la escritura. Ello es obvio, si se mira la evolución de ambos términos y su estudio en la historia, pero además, los puntos en común se intensifican con la afirmación del lingüista Jean-Marie Klinkenberg (2004) a propósito de la escritura, sobre que no puede ser entendida como un mero código sustitutivo “donde los significantes gráficos dirigen a significados que son ellos mismos signos lingüísticos”. De este modo, la tipografía ha sido la parte visual de la letra, y su naturaleza se superpone en gran medida a la de la escritura. De hecho Klinkenberg señala para la escritura funciones “que la unen con la lengua”, junto a otras que son “autónomas con respecto a la lengua”, lo que se puede suscribir para la tipografía, pero ésta adopta un enfoque más integrado en la significación visual y en su elaboración práctica que la escritura en su conjunto, cuya parte esencial toma como referencia las mencionadas funciones *grafemológicas* “que la unen con la lengua”, en comparación menos determinante para el hecho tipográfico. Así, del esquema de Klinkenberg para la escritura, son las funciones *no-lingüísticas* las que mejor se identifican con los usos tipográficos tal como se entienden en el diseño gráfico.

El funcionamiento *no-verbal* de la tipografía, en su consideración de fondo, se basa en que las modificaciones en el plano de la expresión visual tienen consecuencias en el plano del contenido —en términos de Saussure, *significante* y *significado*—, de acuerdo a la idea general de signo —*función semiótica*—. Un signo cuya *sustancia* es visual tiene la especificidad de concurrir con la parte verbal de la escritura, siempre en diálogo con ella, y sin embargo, de naturaleza distinta.

El contenido de la tipografía ha de ser el que proviene de su expresión visual. Pero los códigos verbales son más fuertes, y la palabra señala el terreno de juego de su imagen y composición. No extrañan por ello los debates sobre la forma tipográfica en relación al asunto que origina un diseño, en general fijado por las palabras; así, en relación al tema, la tipografía ¿ha de adquirir su estilo?; si es algo de una época antigua ¿debe imitar su tiempo original?, ¿ha de ser neutral?; si dice “perro” ¿tiene que ladrar? Las respuestas suelen implicar opciones ideológicas o vinculadas a tendencias del diseño, pero lo que interesa resaltar en este momento es que la tipografía, de un modo u otro, dialoga con la lengua. Los cambios de forma, rellenos, fragmentaciones u ornamentos que se le aplican se perciben en relación a la lectura. Esto



Figura 1.

es así, aunque las transformaciones no afecten directamente a prescripciones gramaticales u ortográficas, por ejemplo, cuando se utiliza una letra ornamentada. Pero en algunos casos las modificaciones visuales pueden intervenir sobre la ortografía, y en otros, incluso, los desvíos tipográficos adquieren sentido precisamente por la concurrencia visual-verbal; por ejemplo, cuando se altera la estructura silábica en la composición de un lema o título. De ahí que las decisiones sobre la colocación del texto en diseño tengan implícito un diálogo entre tipografía y norma verbal.

En consecuencia, no se puede ignorar la importancia decisiva de una concurrencia de códigos —pluricódigo— allí donde la tipografía se presenta. Sus connotaciones adquieren sentido localmente en las implicaciones contextuales de un diseño particular, en su relación con las palabras y en el resto de signos visuales. Sin embargo, aunque no se pierda esa perspectiva, no hay que renunciar por ello a un estudio inicial por separado de los códigos que participan del conjunto, de la misma forma que la variabilidad general de los signos en función del contexto pragmático no debe impedir estudiar su funcionamiento individual y su estatuto de signo. En otro momento posterior será necesario retomar el punto de vista interactivo visual-verbal, así como la relación con los otros signos visuales en la producción de enunciados gráficos.

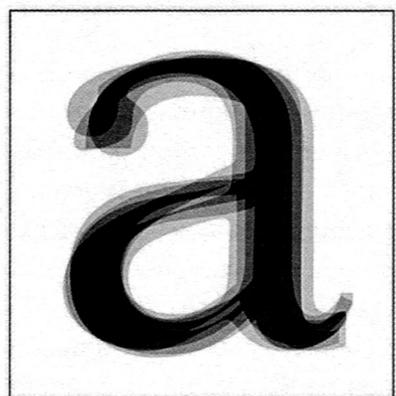
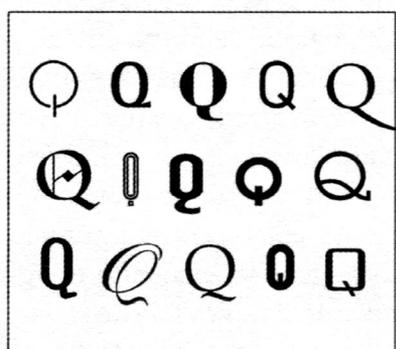
Ahora se trata de observar la tipografía de forma aislada y preguntar cómo actúa desde el fundamento visual de su estatuto semiótico. Para ello es útil una comparación con los dos modelos básicos de signo visual; por un lado el signo icónico, en el que reconocemos *tipos* y *referentes* que identificamos en la mente y a los que de alguna manera representa, como ocurre a primera vista en la pintura figurativa; por otro lado, se encuentra el signo plástico basado en las posibilidades de significación de *forma*, *color* y *textura*, y asociado en general a lo *abstracto*, por lo que su semántica es más ambigua y dependiente del contexto que de la expresión icónica.²

Está claro que la tipografía no pertenece al ámbito de la imagen figurativa. El origen pictográfico de algunas escrituras queda lejos de los usos alfabéticos occidentales contemporáneos. En las letras, salvo creaciones específicas o fuentes de caracteres especiales, no reconocemos figuras sobre las cuales tenemos experiencia perceptiva previa o que nuestra mente pueda reconstruir a partir de lo que con anterioridad hemos visto o sabemos: la letra no es figurativa. Solo en casos concretos de transformación o inserción en un lugar determinado una letra recuerda a una fi-

2. Sobre signo icónico y signo plástico ver: Groupe μ (1992), Alberto Carrere y José Saborit (2000).

3. El presente estudio de fundamentación tipográfica está centrado en la forma como principio diferenciador esencial, aunque no se olvida que un trabajo ampliado habría de ocuparse también del color y la textura, además de abordar otros niveles de articulación desde el punto de vista de la composición.

Figuras 2 y 3.



gura humana, un puente, un ojo, una bandera, etcétera. La mezcla entre tipografía y figuración corresponde a una situación posterior de creación gráfica y elaboración retórica respecto a la caracterización del signo tipográfico que ahora se aborda.

La letra en sí, por ejemplo, una “g”, con independencia de que pertenezca a una fuente u otra, solo remite a sí misma como caso de letra “g”, no hay figuración alguna en su gráfica; ello no significa aceptar que tipográficamente solo es un significante del signo lingüístico, y a lo que conduce, en cambio, es a las variaciones de forma dadas entre unas fuentes y otras, o entre el mismo carácter rotulado de nuevo para proyectos específicos. En otras palabras, todas las “g” tienen suficientes elementos en común para identificarlas, pero al mismo tiempo muestran diferencias en el plano de la expresión determinadas por la forma, una magnitud propia del signo plástico.³ Ahí está la base del hecho tipográfico: la variación plástica a partir de un hipotético modelo común. Adrian Frutiger lo adelantó con claridad al sugerir 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—, etcétera, obtendríamos la síntesis de todas ellas: una cierta matriz que el lector lleva en el subconsciente (1981, págs. 149-150; 2002). Esa expectativa sobre la forma de un carácter no tiene forma definida, no está prevista por un código impreso: es una abstracción. Para dibujarla hay que recurrir a metáforas, como en una ilustración de la propuesta de Frutiger, pero intuimos que tiene características formales reconocibles, correspondientes a lo que se puede llamar *esqueleto común*, *matriz mental* o *tipo ideal* de una letra: un punto de partida para cualquier familia tipográfica (Carrere, 2009, pág. 31).

Cualquiera tiene incorporadas en su mente las características básicas del esqueleto común de una “a” en su forma más habitual, aunque no se pueda identificar con ningún ejemplo concreto ni con una familia tipográfica específica. La existencia del esqueleto común se relaciona con la idea de convencionalidad, y sirve de base a posibles desvíos retóricos tipográficos, a la vez que ha sido fundamental en el debate sobre la legibilidad, asociada por no pocos autores, precisamente, con la convencionalidad de la forma. Dicha convencionalidad se reconoce en cada carácter por su relación con el esqueleto común, o viceversa, el esqueleto común es resultado de la evolución convencional de la forma tipográfica. Tal como afirmó Frederic William Goudy en 1918 (1992,

pág. 30): “Las formas de las letras que hoy utilizamos a diario son enteramente fruto de una convención”.

Philipp Luidl (1996, pág. 37) señala una dirección semejante a la de Frutiger cuando afirma que “la escritura se compone de un esqueleto y un revestimiento”, y afirma que este último “valora el carácter del mensaje”. De este modo, relaciona los cambios de forma con la connotación. En otras palabras, este revestimiento —que se puede identificar con magnitudes plásticas— introduce significados secundarios en el mensaje atribuibles a la tipografía. Por ello, para considerar la relación expresión-contenido tipográfica hay que profundizar en su vinculación al signo plástico, que se apoya en el hecho de que las diferencias entre las letras de unas familias y otras residen, ante todo, en la forma y correspondencia de los elementos de los caracteres: ojo medio, ascendente, descendente, ojal, remate, etcétera, y en las variaciones de grosor del trazo, modulación, proporción, inclinación, etcétera. Esto unido a su articulación en palabras, frases y párrafos, con diferentes tamaños, interletreados, interlineados, etcétera, conforma los ritmos y texturas de la composición de página, además de favorecer las funciones comunes del diseño, donde la legibilidad es una referencia primordial.

Tanto las variables de la letra, como las de la palabra o el párrafo se pueden situar, como se afirmaba en *Retórica tipográfica* (Carrere, 2009), en los parámetros indicados para el signo plástico de los *significantes de la forma*: la *dimensión*, la *posición* y la *orientación*. Esta “sistemática de la forma” en el signo plástico, definida por el Groupe μ (1992, pág. 190 y sigs.), ha sido utilizada también por Natalia Carolina Pérez Peña (2011) para plantear la significación plástica de la tipografía, y se ha apoyado en fuentes de origen interdisciplinario, entre otros, en la obra del poeta, tipógrafo y escritor Robert Bringhurst, en la del tipógrafo Jan Tschichold y en la del lingüista —y fundador del Groupe μ — Jean-Marie Klinkenberg.

En todo caso, el precedente de origen semiótico más claro de atribución de contenido a las variables de forma de la letra aislada se encuentra en la obra de René Lindakens (1971), estudioso de diferentes parámetros, como el grosor y modulación de la letra y la nitidez o posición del eje para elaborar por medio de una encuesta su correlación con significados del tipo “pesadez”, “limpieza”, “fantasía”, “modernidad” y “elegancia”.

Son muchos más los ejemplos de tipógrafos, diseñadores y estudiosos de la tipografía que sin recurrir a un marco semióti-

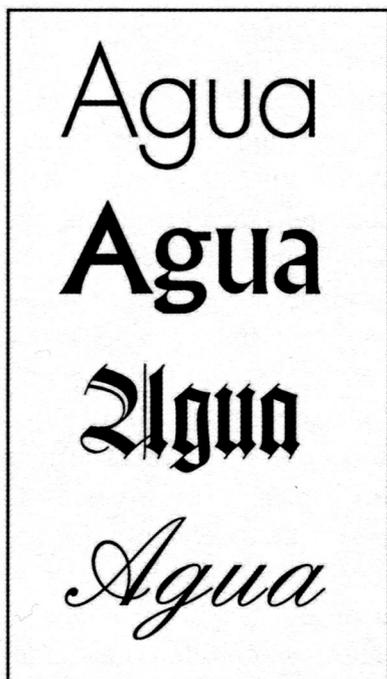


Figura 4.

co atribuyen significados a la letra originados en parámetros de dimensión, posición y orientación. Luidl (1996, págs. 41-48) se ha preguntado, desde su experiencia de tipógrafo, por la letra más adecuada para palabras como *vidrio*, *agua*, *libro* o *vestimenta*; para ello, en el caso del vidrio, parte de cualidades como quebradizo, fino, sólido, transparente y opaco, y establece correlaciones con características formales de varias tipografías, más o menos finas, más o menos frágiles, más o menos sólidas, etcétera, sin olvidar la diferencia que supone implicar objetos distintos, como un jarrón, una copa de cava o una pequeña escultura con un diamante. Para los otros tres términos se plantea elegir de entre diez tipografías, las cuatro que mejor transmiten el término, con los matices que cada una de ellas aporta. Así, el agua, con *futura* fina —de Paul Renner, diseñada entre 1927 y 1930—, es cristalina, vemos el fondo, es potable; con *albertus* —de Berthold Wolpe, diseñada en 1940— no está canalizada, es de manantial, es minero-medicinal; con la gótica *wilhelm klingspor* —por Rudolf Koch, 1925— es fuerte, oscura y misteriosa, antigua, como en los cuentos populares, y con la escripta *englische schreibschrift* —de URW++, en 1970— tiene sustancias añadidas, es elegante, sugiere un perfume.

En la semántica de estos ejemplos, interpretada por Luidl, es posible adivinar de nuevo las variables de la forma junto a otros factores, como su consolidación en modelos estilísticos. En efecto, el estilo es otro connotador que debe ser considerado en una fase de estudio posterior, junto a otros condicionantes cada vez más cercanos al contexto pragmático en que se plantea la comunicación.

Si bien aquí se ha tomado como referencia básica la forma, parece oportuno recordar, aunque sea brevemente, la noción de tonalidad por la importancia que tiene en la tradición tipográfica y, en lo que a esta investigación atañe, porque subraya los vínculos del signo tipográfico con el signo plástico. Luidl ha usado el término en una deliberada comparación con la “música, ya que también en este arte la selección de la tonalidad determinará el carácter de la pieza” (1996, pág. 29). Andreu Balius (2009, pág. 17) afirma que la tipografía le da tono al mensaje, de un modo parecido a como lo hace la fonética en el lenguaje hablado. Queda implícito en tales afirmaciones el vínculo sinestésico en cuanto atribución semántica propia de otros sentidos —tacto, oído, gusto y olfato— explicada para el signo plástico (Carrere y Saborit, 2000, pág. 106), y que la encontramos con frecuencia en el significado que se le da a la tipografía, por ejemplo, cuando se afirma que “podemos saborear la escritura” (Luidl, 1996, pág. 41).



Figura 5.

La atribución de contenidos a partir de ahí es *débil*, pero importante para la creación gráfica: tiene que ver con una interpretación de tono, forma y ritmo desde la evocación sinestésica y la experiencia visual. Sensaciones y emociones difícilmente verbalizables, pero con una aplicación concreta en diseño que merece explicar su complejidad.

El sentido que adopta una tipografía determinada es potencial porque afianza un matiz semántico u otro en cada caso. Esta diferencia, que aporta una letra respecto a otras, se puede confrontar ahora con ejemplos concretos de diseño: el exagerado grosor de la letra *cooper black* —diseñada por Oswald B. Cooper, en 1921—, junto a sus curvas suaves y pequeños blancos internos permite decir que su presencia en el logotipo de la compañía aérea Easy Jet busca una imagen cálida, hospitalaria, divertida, fiable y reconfortante (Garfield, 2010, pág. 57). Cualidades potenciales de esta tipografía oronda, que la agencia DDB utilizó para anunciar el pan de centeno Levy's en la década de 1960 porque sus "gruesos, suaves, pero vigorosos contornos [...] están tan abiertamente en sintonía con el concepto básico del anuncio, que consigue que su lectura resulte algo así como un divertido juego de palabras tipográfico" (Blackwell, 1992, pág. 160). Su grafía es tan tierna, saludable y feliz como los personajes que saborean emparedados hechos con este pan de molde que tiene forma redondeada. Son cosas muy diferentes para una misma fuente, como el disco *Pet Sounds* —The Beach Boys—, también diseñado con esta letra de carácter amable, muy utilizada por ello en titulares publicitarios durante el pasado siglo XX, lo que demuestra que una misma fuente sirve para diferentes cuestiones; aunque para la elección de una tipografía, lo primero que hay que indagar es el asunto que origina un diseño.

La tipografía forma parte de los connotadores que utiliza el diseñador. Dada su importancia, la elección del tipo es una de las primeras decisiones tomadas cuando se inicia un trabajo, pero una letra u otra no cambia lo que las palabras dicen como signos lingüísticos. El eslogan 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. Además, las tipografías más universales tienen un potencial común que permite su adaptación a muchos temas, a pesar de ser letras dispares y concebidas en épocas distintas, como por ejemplo la *bodoni* —creada por Giambattista Bodoni en 1790— o *futura*. Sin embargo, no es lo mismo bodoni que futura: en un plano más profundo, lejos de lo enun-

ciado 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 entre los trazos verticales muy gruesos, y los acabados horizontales extremadamente finos: es el fruto de avances mecánicos que se alejan del recuerdo de la 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 futura. La precisión de futura es vanguardista, antes radical que racional. Sus versiones iniciales, mucho más geométricas que la definitiva, recuerdan 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 humano. 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.

Estas anotaciones históricas también deben ser tenidas en cuenta. Los tipos, al igual que toda creación de la cultura, tienen un relato propio, 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 fabricación, los posibles avances técnicos en la edición a los que se pueden vincular: todo ello no es ajeno a la semántica con que los percibimos, aunque ésta sea una semántica profunda, celular, tangencial respecto al objetivo concreto de un diseño. Con estas consideraciones, futura puede servir de base tipográfica a propuestas de vanguardia, pero también dar imagen a un texto científico, o presentar la fiabilidad de la ingeniería alemana, como sugiere Lewis Blackwell (1992, pág. 158) a propósito de los anuncios dirigidos por Bill Bernbach que la agencia publicitaria DDB hizo para Volkswagen en torno a 1960. De hecho, la marca de Wolfsburgo aún utiliza futura para anunciarse en el siglo XXI.

Los significados que podemos atribuir a tipos bodoni y futura de forma aislada, en abstracto, a priori no tienen necesariamente una 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, etcétera. Su sentido se sitúa

QUINTUS
HORATIUS

BAZAAR

Figura 6.

en la imprecisión de sensaciones potenciales de su forma que se harán visibles articuladas en palabras y párrafos, en una composición de página que despierta texturas y ritmos, para finalmente concurrir con la expresión tal vez ya directa de imágenes y palabras. No hay un contenido estable y permanente atribuible a una u otra familia en cualquier situación.

Así pues, la tipografía, tanto en lo que aporta al significado del conjunto como en lo que asume, está vinculada al contexto. Por ello, la limpieza de formas, agudeza y elegancia que servían a Firmin Didot y Bodoni para editar los clásicos en letra pequeña, 200 años después tiene apariencia distinguida en carteles y titulares; sus formas son compatibles con el lujo, caso de la invitación para Fête D'Or, de Moët & Chandon, diseñada con bodoni por Musa Work Lab —2008—, y marcan el estilo preferido desde hace décadas en títulos de revistas contemporáneas de moda, desde *Harper's Bazaar* hasta *Vogue*. Una tendencia vigente en los catálogos recientes de Victoria's Secret, con la fuente *carmen* —diseñada entre 2007 y 2008—, creada por Andreu Balius, o el logotipo del mismo autor para *S Moda* —en el 2011—, de clara inspiración didona.

Sin embargo, el ejemplo de belleza y elegancia que hoy se valora en bodoni, a Goudy (1992, pág. 81) le parecía monótono; según él, eran tipos que “carecen por completo de cualquier atributo artístico”, y según recordaba, fueron calificados por William Morris de ilegibles y feos. Se observa con ello el cambio de consideración desde convenciones actualizadas en diferentes momentos, lugares o personas. Después de todo, el signo solo es una función, una relación provisional; en palabras de Umberto Eco (1977, pág. 100) “un signo no es una entidad física”, y además “un signo no es una entidad semiótica fija”. Manuel Sesma (2004, pág. 36) lo ha expresado con claridad en relación a la tipografía: “El significado de un mismo tipo de letra cambia con cada contexto histórico o cultural en que aparece”.

Por ello, decir que futura significa vanguardia, geometría y abstracción, y condicionar desde ahí su uso, es simplificar demasiado. También puede ser una letra elegante en la versión blanco sobre negro, extremadamente gruesa, utilizada por Studio Astrid Stavro para la cubierta del libro de Joan Manuel Serrat, *Algo personal*, en el 2008. Incluso se puede encontrar en propuestas divertidas, como la imagen y señales de colores vivos recortadas en material acrílico para Folkets Park —Malmö, Suecia—, un trabajo que incluía letreros reposicionables por medio de imanes para sus espacios de entretenimiento —*mini-golf*, *kid's zoo*, etcétera— des-

4. *Zeitgeist* tiene su origen en los románticos alemanes, como Armando Peters o Cornelius Jagdmann, pero su expansión se debe, sobre todo, a la obra de Friedrich Hegel, en su definición del “espíritu del pueblo” — *Volksgeist*— en la *Fenomenología del espíritu*, de 1807.

tinados a familias, y cuyo diseño estuvo a cargo de Byggstudio en 2009. Precisamente en ese año futura fue la letra del no menos familiar catálogo de IKEA, paradigma de globalización popular del diseño contemporáneo de muebles.

Se puede concluir que la percepción plástica de la forma está en lo más profundo de la semántica del tipo, lo que permite decir que una tipografía es amable, suave, cálida, fiable, reconfortante, tierna, saludable, feliz, clara, ligera, cortante, agresiva, mecánica, vanguardista, positiva, radical, racional, equilibrada, científica, elegante, lujosa, elitista, pobre, distinguida, popular, divertida, familiar, etcétera. Son significados inestables, débiles, indirectos, connotativos, metafóricos y vinculados a su presencia en contexto, pero también asociados a los rasgos gráficos de la letra, que si es plásticamente suave, en un contexto podrá ser amable, cálida, pero en otro débil, pusilánime. Si tiene terminales angulosos y cortantes, en un contexto podrá ser fiable y segura, en otro autoritaria y amenazante. Si sus trazos se quiebran, en un contexto podrá ser anarquista y libre, en otro enfermiza y resentida.

El origen de una tipografía, como se ha dicho en líneas precedentes, también influirá en su semántica por medio de los principios sobre los que se fraguó, las implicaciones de estilo y sus vínculos con lo que se ha llamado el “espíritu de la época” — *Zeitgeist*—: el clima cultural, político, artístico, religioso, etcétera, que determina el modo de ser o actuar de una época.⁴ Los tipos son “la expresión suprema de su tiempo” (Tschichold, 1928, pág. 79) y “el preferir una” tipografía “a otra no debe basarse sino en las convenciones actuales y nuestro sentido de la belleza” (Goudy, 1992, pág. 30). El gusto y el estilo son manifestaciones de ese *Zeitgeist*. Así, por ejemplo, una tipografía como futura *añadirá a sus cualidades plásticas una genética vanguardista entre los potenciales semánticos a considerar. De forma simétrica, junto al origen, la tipografía también adquirirá cualidades que derivan del uso que con el tiempo se le ha dado. Precisamente la frecuencia de letras de inspiración didona en la gráfica de publicaciones de moda en el vestir ofrece, por reciprocidad, el potencial semántico de dicho ámbito al propio estilo tipográfico.* Algo así le ocurrió a la ubicua *helvética* —diseñada por Max Miedinger, en 1957— cuando su uso masivo por empresas como el modelo ideal para la imagen de marca favoreció que algunos la identificaran con las multinacionales y el capitalismo.

Conviene repetir antes de terminar estas líneas, que a pesar de que el signo tipográfico está fundamentado en parámetros

plásticos, se diferencia del signo plástico puro en que señala el lugar del signo verbal, de tal manera que los significados verbales y visuales actúan de forma simultánea. Dado que los códigos verbales son más fuertes que los visuales y que los códigos icónicos son más fuertes que los plásticos, el signo tipográfico, como el plástico, es más ambiguo y dependiente del contexto que el signo icónico. Por ello mismo, el significado de las palabras, como anclaje más fuerte, se impone al tipográfico, que actúa de forma indirecta en el terreno de la connotación, el estilo y las metáforas plásticas, incluidas las sinestésicas, algo que no es poco importante, pues la connotación es un valor esencial que permite calificar y contextualizar la realidad del mensaje en el marco social, ideológico y cultural.

Los principios visuales plásticos están en la base del signo tipográfico, pero ello solo es un punto de partida. De igual modo que la comunicación verbal no termina en el léxico, la semiótica y la retórica tipográfica no pueden situarse exclusivamente en la forma de la letra o las familias de tipos y sus variaciones, sino que implican por igual palabras, párrafos y composición de página en el contexto de un diseño concreto, incluida su interacción con la imagen figurativa y el lenguaje verbal, aspectos que deben ser de atención especial en una situación posterior.

Referencias

- Balius, A. (2009). Criterios para la elección de tipografía. En J.J. Arrausi (ed.). *Diseño e impresión de la tipografía*. Barcelona: Ediciones CPG.
- Blackwell, L. (1992). *La tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Carrere, A. (2009). *Retórica tipográfica*. Valencia: Editorial Universidad Politécnica de Valencia.
- Carrere, A. & Saborit, J. (2000). *Retórica de la pintura*. Madrid: Cátedra.
- Eco, U. (1977). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- Frutiger, A. (1981). *Signos, símbolos, marcas, señales*. Barcelona: Gustavo Gili.
- . (2002). *En torno a la tipografía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Garfield, S. (2011). *Es mi tipo*. Madrid: Taurus.
- Goudy, W.F. (1992). *El alfabeto y principios de rotulación*. Madrid: ACK Publish.
- Groupe µ. (1992). *Tratado del signo visual*. Madrid: Cátedra.
- Hjelmslev, L. (1974). *Prolegómenos a una teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- Jiménez, J.R. (1967). *Estética y ética estética*. Madrid: Aguilar.
- Klinkenberg, J.M. (2004). Estimulación de los discursos pluricódigos de las nuevas tecnologías. El ejemplo de la escritura. *Razón y Palabra*, 38. Recuperado de: www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n38/jklinkenberg.html
- Lindekens, R. (1971). *Sémiotique de l'image: Analyse des caracteres typographiques*. Urbino: Université d'Urbino, Centro Internazionale di Semiotica e di Linguistica.
- Luidl, P. (1996). *Tipografía básica*. Valencia: Campgràfic, 2004.
- Pérez Peña, N.C. (2011). *Significación plástica de la tipografía desde la mirada de la semiótica visual* (págs. 269-288). *Kepes*. Manizales: Universidad de Caldas.
- Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada.
- Sesma, M. (2004). *Tipografismo*. Barcelona: Paidós.
- Tschichold, J. (2003). *La nueva tipografía*. Valencia: Campgràfic.