

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Comunicación Audiovisual

---



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA  
SUPERIOR DE GANDIA

**“Realización de un vídeo arte con  
tipografía cinética: «Las palabras» de  
José Saramago”**

**TRABAJO FINAL DE GRADO**

Autor/a:  
**Paula Cánovas Marcos**

Tutor/a:  
**Julia Navarro Coll**

**GANDIA, 2013**

## Resumen

---

Al pensar en el grueso de este Trabajo Final de Grado, se plantea qué es lo que realmente se quiere abarcar sobre tipografía por ser un tema muy extenso que ocupa miles de años de historia y mucha dedicación investigadora. Uno de los ámbitos emergentes durante el siglo XX y XXI de esta disciplina y arte es la aplicación cinética a los tipos y su capacidad de animar los textos convirtiéndolos en nuevos protagonistas dentro de una historia, como ya previeron algunos movimientos vanguardistas y que marcó un antes y un después en la tipografía. Por otra parte, y como motivo principal de la elección de este tema, se realiza, a partir de un fragmento de un artículo de José Saramago, un video-arte basado en tipografía cinética, adjuntado al anexo, para poner en práctica los conocimientos adquiridos y como fruto de un aprendizaje cultural y subjetivo del individuo. Para ello, se inspira analizando varias piezas videográficas y extrayendo una serie de patrones que definen a este subgénero del *motion graphics* y diseño que aúnan tipografía, psicología de los colores y composición en un fragmento audiovisual. Para terminar, una conclusión expondrá las impresiones de la realización de este proyecto como reto personal.

**Palabras clave:** tipografía, cinético, diseño, vídeo arte, audiovisual

## Abstract

---

*Thinking about the bulk of this Final Project, I ask myself what do I really want to cover about Typography because it's a very extensive topic that occupies thousands of years of History and dedication researcher. One of the emerging fields during the twentieth and twenty-first century of this discipline and art is the kinetic applications to types and their ability of moving texts and convert it in main characters inside a story, as some avant-garde movements foresaw that marked a before and after in Typography. Furthermore, and as the main reason for choosing this topic, a video-art is made, from a fragment of an article by José Saramago, based on kinetic typography, attached to the annex with the finality to put into practice the knowledge acquired and as a result of a cultural learning and the individual's subjective. To this, several videographic pieces inspired myself analyzing and extracting a series of patterns that define this genre of motion graphics and design that combine typography, color psychology and composition in a visual fragment. Finally, a conclusion will present the impressions of this project as a personal challenge.*

**Tags:** typography, kinetic, design, video-art, audiovisual

# INDICE

---

1. Resumen/Abstract	0
2. Breve introducción a la tipografía aplicada al estudio en cuestión	2
2.1. ¿Qué es la tipografía?	2
2.1.1. Funciones de la tipografía	3
2.2. Tipografía vanguardista como precursora de la tipografía cinética	5
2.2.1. Futurismo	6
2.2.2. Dadaísmo	8
3. La tipografía cinética	10
3.1. Definición	10
3.2. Inicios	11
3.3. Características	13
3.4. Ejemplos	15
4. La psicología de los colores, formas, tamaños y sus convenciones sociales.	17
4.1. Efecto psicológico del color	18
4.2. Color como elemento perceptual	22
4.3. Otras propiedades asociativas culturales	23
5. Análisis del videoclip/vídeo arte “Boogaloo” de Kase O. y <i>Jazz Magnetism</i> como ejercicio de inspiración para el ejercicio práctico	25
6. Propuesta de ejercicio práctico basado en tipografía cinética: <i>Las palabras</i> de José Saramago	29
6.1. El por qué de la elección del fragmento <i>Las palabras</i> de José Saramago.	29
6.2. Guión técnico	30
6.2.1. Campo sonoro	37
6.3. Listado de fuentes tipográficas utilizadas, familia y explicación de las mismas	38
7. Conclusión	45
8. Bibliografía	47
9. Anexo	
9.1. Videoclip <i>Boogaloo</i>	
9.2. Guión técnico <i>Las palabras</i> ampliado	
9.3. Ejercicio final <i>Las palabras</i>	

## 2. Breve introducción a la tipografía aplicada al estudio en cuestión

---

### 2.1 ¿QUÉ ES LA TIPOGRAFÍA?

Algo tan cotidiano como es la tipografía (del griego τύπος: tipos, golpe o huella; y γράφω: gráfo, escribir), que es el arte y la técnica de componer tipos<sup>1</sup> para transmitir un mensaje, lleva acompañando a la especie humana desde la Mesopotamia del año 4000 a.C con finalidades comerciales, hasta nuestros días creando todo un universo del lenguaje escrito que ha perdurado y que ha hecho posible el registro de la historia del ser humano. Ha pasado desapercibida en los libros y ha destacado cuando empieza a considerarse una técnica artística a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Hasta entonces se consideraba un oficio artesanal que supuso un arma de poder para los estamentos privilegiados de la sociedad, como sacerdotes y escribas de la época, mientras el índice de analfabetización era abismal. Con los avances tecnológicos como la imprenta del impresor, grabador e inventor Johannes Gutenberg en el siglo XV y la evolución del funcionamiento de impresión tipográfica, la publicación de los escritos y textos se extienden con más rapidez. Tanto la actividad comercial que convierte estos libros en mercancía, como la actividad intelectual, se potencian ya que la imprenta supone un principio de democratización del medio escrito.

Uno de los principales motivos por los que la tipografía aparece como un estudio y aplicación tan atractivos a aquellos que la estudian, es precisamente por su carácter de investigación cuando antiguamente solo se consideraba como una disciplina manufacturada que requería rapidez y eficacia. Se ha ido gestando un interés creciente entre aquellos que la estudian y la aplican, como tipógrafos, diseñadores gráficos o teóricos de la imagen, lo que con el tiempo, la comunicación visual ha ido extendiéndose, tanto en el ámbito formal como en el creativo. Como asegura David Jury (2007, p.8), “la tipografía y la escritura, por su naturaleza, siempre se han entrelazado, puesto que la tipografía es la disciplina y la práctica profesional que media entre el contenido de un mensaje y el lector que lo recibe”. Es decir, la tipografía implica a la gramática y para entenderla, el receptor ha de tener un conocimiento previo del lenguaje que se está comunicando. Los tipos generalmente funcionan conectados: forman monosílabos, sílabas, trisílabas, palabras, frases, párrafos y textos

---

<sup>1</sup> Letras.

completos. En la escuela, el estudio de la tipografía aparece con sus cuestiones más elementales pero no se trata el origen y la historia de esta sino que la finalidad de este estudio es la gramática y las reglas de presentar un texto en una hoja de papel, como una carta, un artículo, una redacción, u otras prácticas similares. El potencial creativo que se puede extraer desde la tipografía, como ya ha quedado demostrado con las vanguardias artísticas del siglo XX se deja a un lado y solamente se trata las cuestiones formales, lo que ha generado que este campo gráfico, como se ha mencionado antes, pase desapercibido e incluso pueda parecer un estudio aburrido y pesado. Si bien la tipografía es una actividad directamente relacionada con la comunicación, que se requiere de un sistema eficaz que debe ser comprensible para el receptor, no habría que olvidar las demás competencias que le conciernen, como la habilidad creativa, con la que esta transmisión de ideas y mensajes pueden ser potenciados, pero desde otra dimensión que la formalmente escrita. La tipografía se rige por un sistema de reglas establecidas que no son más que fruto de unas opiniones con más relevancia y que no dejan de estar ligadas a un contexto, por lo que no son estáticas y mutan, y el resultado es un abanico extenso de patrones de los que en la actualidad podemos servirnos.

Los símbolos lingüísticos (tipos) son abstractos y sus formas, totalmente arbitrarias e infundamentadas (Robin Kinross, 1986), y esta premisa, sin una decodificación lingüístico-cultural o una interpretación, no sería posible. Nos encontramos ante una disciplina que consta como una de las bases fundamentales de la comunicación del ser humano pero que no se puede descifrar sin una comprensión de la comunicación previa, en la que la semiótica cultural que se centra en el sistema de significación creado por una cultura, tiene mucho que ver.

### **2.1.1 Funciones de la tipografía**

Debido a que el foco de interés de esta memoria es la tipografía en movimiento, se nombrará brevemente, como introducción, las **funciones básicas de esta disciplina** para comprender los siguientes apartados. Aunque las funciones se presentan por separado, generalmente trabajan en conjunto produciendo una sinergia entre ellas y mejorando la experiencia del receptor con respecto a la tipografía:

- **Función comunicativa:** la tipografía nació con la necesidad de comunicar ideas, bien fueran primitivas o bien complejas. Esta función en sí misma tiene

una cualidad intrínseca de autoridad: con el tiempo las cuestiones formales se han consolidado y las presentaciones de textos (por ejemplo, los institucionales) le han otorgado un alto nivel de credibilidad. El espaciado entre caracteres o el interlineado, la justificación, la disposición y distribución de los tipos influyen en esta sensación de certeza del documento. Esta comunicación puede ser de cualquier tipo: una comunicación comercial, laboral, urbana, rural, etc. Esta función es totalmente funcional, valga la redundancia. Evidentemente atiende a asuntos estéticos ya que en el momento en el que se plantea la disposición de los tipos en un documento se busca una estética que sea eficaz, aunque esta ornamentación y distribución puede ser prescindible; si el texto en sí funciona, no necesariamente necesitará ningún patrón que ayude a la comprensión del mismo. También añadir que dentro de esta función nos encontramos con otras dos, que son la de ser escrita, y la de ser leída: las dos partes comunicativas (emisor y receptor) han de ir juntas y caminar en sintonía porque si una de las dos se adelanta o atrasa, la comunicación se pierde.

- **Diseño y estética:** esta función va dirigida principalmente a los diseñadores. Lo que se busca es una funcionalidad desde un ámbito puramente estético. El color, la composición, la orientación y la elección de las tipografías son las decisiones más importantes para conseguir el efecto estético que se busca. Como explica L. Blackwell (2004, p. 7), “el hecho de que la tipografía se asocie a algunas de las actividades más vanguardistas en material de comunicación e innovación, así como a la dimensión más expresiva del diseño gráfico, la convierte en una disciplina atractiva para los nuevos diseñadores que desean hacer algo diferente”. A partir de las vanguardias, como veremos más adelante, la tipografía adquiere una nueva dimensión disciplinaria y artística. Alex Trochut (1981), tipógrafo y nieto del tipógrafo clave del siglo XX Joan Trochut (1920-1980, creador de los tipos “Super-Veloz”<sup>2</sup>),



1. *Psicotipográfico*, Alex Trochut y Michele Angelo, 2007. Óleo sobre lienzo.

---

<sup>2</sup> Super-Veloz: “era una colección de piezas móviles, combinables entre sí, que constituían un completo sistema modular. La versatilidad de este sistema permitió a los impresores desarrollar

crea unas composiciones tipográficas impactantes en las que la tipografía se contorsiona, se retuerce, se mimetiza con su entorno o recrea tendencias temporales. A. Trochut exprime esta función y busca inspiración en la naturaleza, en los discos de vinilos y objetos que no están de moda. Y esa es la clave de su éxito, que marca una diferencia visual y estética trazando una poesía con las tipografías.

- **Función publicitaria:** las diversas tipografías que existen en la actualidad desprenden un mensaje, unos valores y un contexto que determinan el documento que se está visualizando. En el ámbito publicitario como anuncios o logotipos de empresa, la elección de las tipografías es tan importante como las imágenes mismas. Tanto imágenes inapropiadas como fuentes tipográficas escogidas sin congruencia, pueden distorsionar el mensaje que se busca transmitir.

## **2.2 TIPOGRAFÍA VANGUARDISTA COMO PRECURSORA DE LA TIPOGRAFÍA CINÉTICA**

La tipografía es el reflejo de una época que tiene unas necesidades comunicativas. Por ello, la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre. Entre las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del siglo XX surge en los países en los que la tecnología y la industria están consolidadas una necesidad urgente de romper con las normas establecidas del presente.

Esta voluntad de ruptura no es meramente estética, sino que corresponde a una búsqueda de lo nuevo frente a lo obsoleto y anticuado en una época de agitación social y a la vez de crisis entre arte y sociedad que atiende a una concienciación política cercana al anarquismo como estructuración de una nueva lógica. Son más una actitud frente al arte que olvidan lo correctamente estético para sumergirse en el lenguaje de las formas y los colores. Ahondan en el subconsciente, se reconstruyen

---

alfabetos, diseñar logotipos y marcas comerciales —e incluso crear ilustraciones— sin las limitaciones propias de los tipos de plomo y a unos costes de acuerdo con sus modestas economías.” (entrevista a Alex Trochut , 2007).

imágenes mentales e individualizan las obras de arte, sin importar el componente internacional ni la aceptación que tendrán, invitando también a las interpretaciones subjetivas, múltiples lecturas, la provocación y al rechazo. Así nacen las vanguardias artísticas del siglo XX y con ellas, la tipografía estuvo muy presente y fue uno de los elementos más utilizados en esta época de vanguardias.

Fueron el **movimiento futurista** (1909) y **dadaísta** (1917) los que hicieron posible que la letra cambiara las concepciones tipográficas. El hecho de presentar por primera vez la tipografía de un modo poco común produce una reacción chocante en aquella persona que la percibe. No pasa por alto ni desapercibida y la obra exige una cierta atención, debido a la escasa familiarización de la obra, que no escapa del rechazo y la negación como arte, como pasó con Marcel Duchamp (1887-1968) con su obra “La fuente”, y que seguramente buscaba este comportamiento de repudio del espectador.



2. *La fuente*, Marcel Duchamp, 1917.  
Fotografiado por Alfred Stieglitz

### 2.2.1 Futurismo

El futurismo, que si bien creaba un clima de tensión y agitación con lo presente, lo hacía desde una postura más belicista y cercana a la ideología fascista<sup>3</sup>, propulsado por su fundador, de personalidad dogmática, **Filippo Tommaso Marinetti**. Es importante mencionar este movimiento como precursor de la tipografía cinética (o tipografía en movimiento) porque la relación entre tipografía y dinamismo van cogidos de la mano. Para entender las características de este movimiento y su relación con la tipografía cinética, como ya hemos dicho, es relevante citar un fragmento del Manifiesto Futurista<sup>4</sup>:

*“Queremos cantar el amor al peligro, el hábito de la energía y de la temeridad. El coraje, la audacia, la rebelión, serán elementos esenciales de nuestra poesía. La*

---

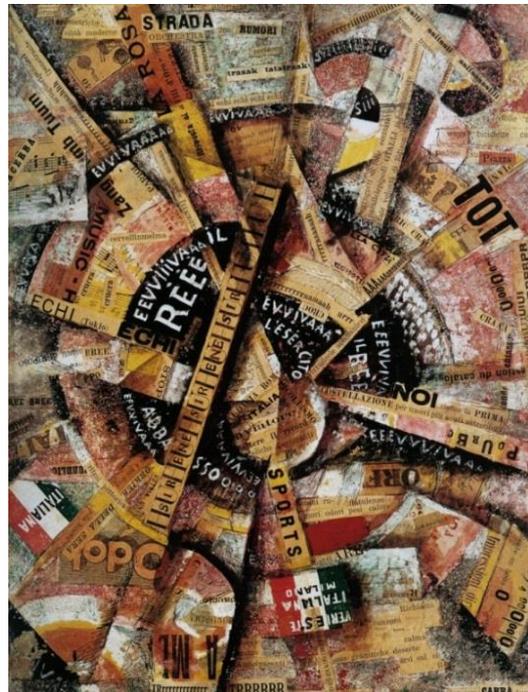
<sup>3</sup> Los futuristas rusos se diferenciaron de ellos, aunque no por esto fueron menos influyentes. Se mantuvieron al margen de los manifiestos italianos y se declararon en contra de la cultura zarista autoritaria.

<sup>4</sup> Manifiesto futurista completo: <http://www.upf.edu/materials/fhuma/hcu/docs/t5/art/art12.pdf>

*literatura exaltó, hasta hoy, la inmovilidad pensativa, el éxtasis y el sueño. Nosotros queremos exaltar el movimiento agresivo, el insomnio febril, el paso de corrida, el salto mortal, el cachetazo y el puñetazo. Nosotros afirmamos que la magnificencia del mundo se ha enriquecido con una nueva belleza, la belleza de la velocidad. Un coche de carreras con su capó adornado con gruesos tubos parecidos a serpientes de aliento explosivo... un automóvil rugiente, que parece correr sobre la ráfaga, es más bello que la Victoria de Samotracia. Queremos ensalzar al hombre que lleva el volante, cuya lanza ideal atraviesa la tierra, lanzada también ella a la carrera, sobre el circuito de su órbita.”*

Así, la principal característica del futurismo es el **movimiento** y el total alejamiento de los elementos pasmados que se quedan anclados en un punto fijo. Con este movimiento, la tipografía se desgarrá y marca unas conflictivas composiciones en las que la dirección de la lectura es confusa. Marinetti invoca el lema de “la palabra en libertad” como forma de comunicación y cuestionamiento de lo ortodoxo. La poesía ya no es sólo escrita, sino también visual.

En la imagen del margen derecho, obra que impacta a primera vista teniendo en cuenta a la época a la que pertenece, el pintor italiano exalta los principios futuristas del **dinamismo**, la **velocidad** y el **conflicto** y a la vez se sumerge en una exploración del potencial de la comunicación a través de diferentes técnicas vanguardistas: superposición de planos dentro de otros planos, picos angulares que incrementan la tensión con sus orientaciones diagonales, rotación de elementos que impiden leer con horizontalidad el cuadro, distintos puntos de contraste de luces y sombras que frenetizan la mirada del espectador, etc. Además, la composición puntiaguda recuerda a la estructura metálica de una máquina, característica ensalzadora del futurismo. Todos estos elementos que componen la obra rompen con todos los esquemas convencionales sobre la pintura y el texto.



3. *Manifestazione interventista*, Carlo Carrá, 1914. Collage de papel y pintura sobre cartón

Algo a destacar de este movimiento, y más concretamente en su fundador, fue la capacidad visionaria que tenía sobre el futuro de la tipografía y la introducción del elemento tecnológico en esta que potenciaría sus posibilidades cinéticas. En una ocasión, esto fue lo que Marinetti dijo respecto a la tipografía cinética y el cine emergente del momento:

*“Palabras en libertad filmadas en movimiento (cuadros sinópticos de valores líricos – dramas de letras humanizadas o animadas – dramas ortográficos – dramas tipográficos – dramas geométricos – sensibilidad numérica, etc.)”<sup>5</sup>*

### 2.2.2 Dadaísmo

En el dadaísmo, la tipografía, el *collage* o montaje son las técnicas más utilizadas como **nuevos elementos expresivos** en este movimiento que volverán a ser retomadas en el arte posmoderno. Los dadaístas no crean ninguna nueva tipografía característica del movimiento, pero sí reconvierten su concepción y crean sus propias normas. A menudo, utilizan restos impresos para formar composiciones y dejan que las letras tipografiadas corran libres por los lienzos. Letras que a simple vista carecen de un significado global en la obra, pero que realmente el lenguaje artístico con el que se juega actúa como telón de fondo. Retomando la teoría de la arbitrariedad de los signos tipográficos, Dada quiere convencer al público de la naturaleza arbitraria de estos elementos y, de esta manera, liberarlo de un orden social criminal que ha conducido a la devastación social. Porque si estos signos han sido creados de forma infundamentada, ¿por qué no pasaría lo mismo con el propio lenguaje que conduciría, según Dada, al engaño? A través de la deconstrucción de la función semántica de los signos, Dadá trastoca y cambia el mundo, y lo hace violando las reglas establecidas de lo que es una de las bases fundamentales de la comunicación occidental: la tipografía.

Así, la tipografía adquiere una nueva función con el dadaísmo la utiliza con un tono peculiar:

- Aparición de elementos inesperados que conjuntan con la tipografía como forma de resalto o ruptura de una composición equilibrada. Se varían los tamaños, y las diferentes familias tipográficas confluyen entre ellas.

---

<sup>5</sup> Filippo Marinetti, traducido en *Marinetti: Selected Writings*, editado por R.W. Flint, Secker & Warburg, 1972.

- Mayúsculas y cifras se cuelan interrumpiendo la estabilidad tipográfica y se hace uso de la propia ornamentación tipográfica creando un nuevo contenido y yendo más allá de la función convencional de la tipografía.
- Desafío a la linealidad de la lectura.
- Tipografía como imagen y parte de la obra y que en su total forman un *collage*.



4. Dadaísmo tipográfico

“Dada” aparece en numerosas ocasiones como una representación burlesca, y al igual que el futurismo, juega con todas las posibilidades tipográficas que la tecnología les permitía durante las primeras décadas del siglo XX.

## 3. La tipografía cinética

---

### 3.1 ¿QUÉ ES LA TIPOGRAFÍA CINÉTICA?

La tipografía cinética (del griego κινητικός, que mueve) es la técnica visual que junta los elementos tipográficos que expresan un mensaje con las artes cinéticas, es decir, el movimiento artístico el cual las obras tienen movimiento, o bien, podría parecer tenerlo con efectos ópticos. Estas dos técnicas fusionadas (animación de textos) conforman una sinergia y a la tipografía, antes estática y estable, se le regala la propiedad del movimiento para abrir nuevos caminos del lenguaje audiovisual. La tipografía cinética aplicada al género vídeo arte se extiende y se crea habitualmente en un ámbito digital, utilizando *softwares* de animación como *Adobe After Effects* o *Flash*, pero también existen los que optan por una modalidad más artesanal como es con la técnica de *stop-motion*.

La finalidad de este tipo de audiovisual es la de evocar una idea o sentimiento a través de las tipografías. Y estas ideas transmitidas no serían posibles dentro de una lógica cultural, bien sea local o universal, pues todo individuo que vive en sociedad no escapa de las “reglas estéticas” establecidas por un pensamiento inducido y colectivo. Cabe decir que estas convenciones sociales varían según la cultura que las experimenten, y serán aceptadas o rechazadas, pues pueden resultar incoherentes con su lógica. Evidentemente, dentro de una cultura existen microculturas y pueden distar o diferir dentro de una misma macrocultura.

Con la coyuntura emergente de Internet y su accesibilidad a este, se aprovecha el filón para visibilizar esta técnica. Al ser piezas audiovisuales de duración corta, los receptores son capaces de consumir una gran cantidad de vídeos con el sistema de vídeos de catalogación de Youtube. El lenguaje visual se impone en Internet con fuerza y cada vez tiene más peso. Cada vez son más las imágenes (de cualquier tipo) consumidas en la red y demás medios como la televisión, revistas, teléfonos móviles, etc. Y es que la imagen es un lenguaje expresivo práctico, pues la gran mayoría de la información que nos llega es a través de la vista. Pero el exceso de esta lluvia de imágenes puede resultar poco efectivo si el consumo es frecuente y rápido y todo este lenguaje se puede convertir en efímero; es decir, podríamos solamente recordar una imagen de cada x que nos han mostrado. Al igual sucede en una película que una persona ve: nuestra memoria selectiva discrimina y retiene la escena que más le ha

impactado, gustado, aterrorizado, entristecido, violentado, etc. Incluso con los años podemos olvidar el argumento del *film* y seguir recordando esa escena. También pasa con las noticias, artículos, capítulos de una novela... Creamos una imagen mental que con el tiempo se distorsiona pero persiste gracias a la memoria gráfica. Las piezas audiovisuales de tipografía cinética, al ser cortas pero intensas, puede caer en este hecho al ser un subgénero de moda y haber numerosas de ellas.

El funcionamiento del lenguaje escrito se ha desarrollado con el paso de las décadas. Su canal se ha extendido hacia otros soportes, y la tipografía ha jugado un papel importante en este desarrollo. La tipografía decora el texto y le otorga un ambiente, personifica a las palabras y les da una forma, un cuerpo. Precisamente la tipografía cinética se ocupa de esto: de utilizar la morfología de las propias palabras para expresar lo que significan dependiendo de un contexto. Pero al margen de esta función secundaria, no podemos olvidar el gran mérito de la tipografía que es el haber sido el medio para pasar del lenguaje oral al escrito.

En fin, se trata de crear un universo visual a través de los elementos cromáticos y morfológicos que las tipografías y el diseño ofrecen. También hay que tener en cuenta la inserción explícita de imágenes y la implícita de las convenciones sociales, los hábitos, los prejuicios, la cultura y la historia que conforman todo este lenguaje visual pero que no vemos a simple vista.

### 3.2 CARACTERÍSTICAS

Como su propio nombre indica, la finalidad de la “tipografía cinética” es la de animar textos y palabras, formando un discurso final. Pero a esta característica fundamental de movimiento se le suman otras para que el producto final resulte vistoso.

Generalmente, repasando los ejemplos visionados, se extraen ciertas cualidades que definen un poco más esta técnica:

- La **elección de un tipo** tiene que contener un propósito y las cualidades de una tipografía escogida para un ejercicio de tipografía cinética tienen que ser **coherentes con el discurso**. Es decir, si en el texto está la palabra “bello” posiblemente (todo ello dependiendo del contexto cultural) la tipografía más

adecuada para este adjetivo sería una curva y delgada, de tipo *serif* (con terminaciones o remates).

*bello*  
*bello*

#### 5. Diferentes modelos de fuentes

- A parte de la morfología de la tipografía, una característica intrínseca en esta técnica es el **color**. En ocasiones los colores refuerzan la idea que se quiere transmitir con las tipografías. Juegan un papel relevante en el aspecto cultural, ya sea de forma perceptiva (de autoaprendizaje) o emocional. A nivel emocional podemos destacar, por ejemplo, el color de la muerte, que en Europa es de color negra, en cambio en países como Brasil y Japón es blanca. El color verde representa lo bueno, lo aceptado, lo consentido y lo que da “luz verde”; en cambio, el rojo determina lo prohibido y vetado.
- La forma en la que se ordenan las palabras con el movimiento, es decir, la **composición**, es determinante también en esta técnica. Jugar con la horizontalidad, verticalidad, lo diagonal o variar los tamaños de las fuentes sugieren significados. Pongamos como ejemplo esta vez que la voz en off del vídeo en un instante sube de tono o de intensidad. Las palabras que se gritan adquieren una tipografía con mayor tamaño, y las que se susurran, lo contrario. En la siguiente imagen se materializa la palabra y forma parte de una figura. “This is my city”, una frase que adopta la figura del *skyline* de una ciudad:



6. Fotograma extraído de *Dark Night Kinetic Typography*, en Youtube.

- Generalmente, a este género audiovisual de tipografía creativa lo completa **otros elementos** como sonidos, música, fotografías, gráficos, voces en off y vídeos. La finalidad de este *collage* es la de reforzar la idea propuesta. Servirse de otros elementos visuales de forma excesiva, como los anteriormente mencionados, pueden restarle valor a la elección de la tipografía y colocarla en un segundo plano, sin importar qué tipo seleccionar, cuando ésta es el principal objetivo de esta técnica.

### 3.3 INICIOS

A partir de las vanguardias antes ya comentadas, al experimentar hacia otras direcciones el arte de la tipografía no pierde su función primordial, la comunicativa, sino que la potencia y le concede otras características que dibuja un nuevo lenguaje visual para al receptor, seguramente al principio un lenguaje que desconcierta.



7. Intertítulo de cine mudo

El cine mudo, desde sus comienzos, ha hecho uso de la tipografía, siempre estática, en los intertítulos de las películas para contar sus historias. Siempre sobre fondo negro y palabras blancas bidimensionales, el narrador de la historia se dispone a chivar al público qué es lo que los

personajes de las historias nos cuentan. Este fondo negro que

situaba a los textos en un espacio abstracto ha sido útil para preconfigurar un escenario o soporte nuevo para la futura tipografía en movimiento. El terreno de lo tecnológico deja atrás al papel y construye nuevos soportes para los discursos textuales, como es en el cine.

Así, a partir de la aparición del cine hablado (ya existía el sonido en el cine mudo) con el *Cantor de Jazz* (Alan Crosland, 1927) se dibuja una barrera entre el pasado de las competencias tipográficas en el cine mudo y sus futuras destrezas en el cine hablado. Se desliga de los intertítulos de imagen fija y formal (todos los intertítulos tienen el

mismo patrón) y se abre camino a nuevas posibilidades creativas y expresivas, contando también con los elementos sonoros que recrean una atmósfera y refuerzan el contenido.

El **pionero** que revolucionó el concepto de los títulos de crédito fue el diseñador gráfico **Saul Bass** (1920-1996). Sin extenderse demasiado, fue un artista que le dio la vuelta a los títulos de crédito: “para el público normal los créditos son la señal de que quedan tres minutos para comer palomitas”, dijo en una ocasión S. Bass. Con él, esto cambia. Hace de los títulos de crédito una pequeña secuencia introductoria del *film* y, desde luego, no queda vacía de contenido, pues yuxtapone las formas, los fondos grabados y las tipografías para narrar una minihistoria, dentro de una estética económica, simple y conceptual. Crea una actitud y un ambiente propicio a la película. Integra los textos en su entorno, y se percibe los elementos como un todo y no como objetos independientes. Entre sus trabajos que ha hecho que los títulos de crédito se conviertan en un subgénero del cine, se encuentran *The man with the Golden arm* (Otto Preminger, 1955) *Vértigo* (Alfred Hitchcock, 1958), *Psycho* (Alfred Hitchcock, 1959), *Anatomía de un asesinato* (Otto Preminger, 1959), o *Casino* (Martin Scorsese, 1995), entre otros muchos. En *Walk on the wild side* (Edward Dmytryk, 1962) aunque los nombres son estáticos, el movimiento del que está dotado los elementos restantes producen en estos textos un efecto óptico dinámico. Otro aspecto a destacar sobre el

estilo de S. Bass no menos importante, pues es la cuestión principal que ocupa este Trabajo Final de Grado, es la adaptación de las tipografías en la estética general de la película: casos claros sobre esta cualidad son *Psicosis* y *Casino*. En *Psicosis* los textos están entre barrotes y en instantes se fraccionan en dos y vuelven a su estado original, al ritmo de la música. Su narrativa visual anticipa sutilmente lo que el espectador se encontrará: un Anthony Perkins con desdoblamiento de personalidad y esclavizado por su madre que no es más que fruto de su imaginación.



8. Fotogramas de títulos de crédito de *Psycho*

En *Casino*, el color y las formas de las llamas se van mimetizando en las luces de neón y letreros característicos de los

salones de juego de Las Vegas y la tipografía que personifica a los escritos es redonda, elegante y con cierto glamour. Sus elementos en conjunto desprenden un ambiente siniestro que dejan entrever el mundo de la estafa y la mafia que se esconden en los casinos de esta tierra del sueño americano.



#### 9. Títulos de crédito de *Casino*

“Es por esto que Saul Bass no es solamente un diseñador gráfico visionario que pensó no solamente en la tipografía en movimiento sino que además se atrevió a llevar la misma sinopsis de la película a un nivel simbólicamente gráfico, introduciendo al espectador en la película misma” (Bianca Suárez, p. 4). El estilo de Saul Bass creó nueva tendencia y son muchos diseñadores gráficos que actualmente reviven la experiencia estética del pionero. En películas como *Catch me if you can* (Steven Spielberg, 2002), series como *Dexter* y videoclips como *That Man* de Caro Emerald, brindan homenaje al diseñador gráfico con nostalgia y reavivan su estilo para que perdure. Pero más allá de la armonía y el universo que recreó Bass y que todavía late, es la técnica de animar la tipografía, por mínima que fuera, la que da paso a una nueva mentalidad que ha ido evolucionando a lo largo de los años y que ha ofrecido a la tipografía muchas más posibilidades y que han cobrado vida a niveles intensos.

### 3.4 EJEMPLOS

El arte de la tipografía ha hecho de ella una buena herramienta para que el artista pueda expresarse mediante ésta. Al indagarse más en la experimentación de este campo y dotarle de cualidades o características que en un origen no tenía, las letras y palabras van abriendo camino a nuevas obras de artistas diseñadores del *motion graphics*.

Poco hay escrito sobre tipografía cinética (o *kinetic typography*), pero los ejemplos prácticos son muchos. Para la ideación y posterior creación del ejercicio práctico planteado en el anexo de esta memoria, me he tenido que servir de visionados de estos ejemplos sobre tipografía cinética. Hemos visto como la tipografía cinética tiene su origen en el cine, pero también existen piezas independientes a este gran género en las cuales el uso de esta técnica siempre aparece en un contexto musical y dinámico y en un género de vídeo arte o videoclip, así también como spots. En la red lo que más nos podríamos encontrar son videoartes de tipografía cinética basados en escenas de *films* o series de televisión; por ejemplo, el fragmento del discurso de Aldon Reine en *Inglorious Basterds*<sup>6</sup> o la conversación de Bertie y su logopeda en *The King Speech*<sup>7</sup>.

Como estos ejemplos, hay decenas y decenas de fragmentos con numerosas combinaciones de colores, composiciones, simbolismos gráficos, tensiones visuales, coreografías, recreaciones atmosféricas distintas, etc. y que lo que les une son las tipografías que en su conjunto crean un nuevo discurso.



10. Extracción de fotogramas de diferentes ejemplos

<sup>6</sup>“Inglorious Basterds Kinetic Typography – Lt. Aldo Raine’s Speech”. Disponible en: <<http://www.youtube.com/watch?v=XdSBZ5WtSJc>>. Fuente: Youtube.

<sup>7</sup>“The King Speech – Kinetic Tipography”. Disponible en: <<http://www.youtube.com/watch?v=HF1Gq4ekmeE>>. Fuente: Youtube.

## 4. La psicología de los colores, formas, tamaños y sus convenciones sociales

---

Como bien se sabe, el color es una percepción visual que el cerebro de los humanos y algunos animales produce cuando un objeto con luz es captado. Y el color tiene tres propiedades básicas: el tono, que son los diferentes matices cromáticos como el verde, el azul, rojo, amarillo, etc.; la saturación, que define la intensidad de claridad u oscuridad del tono; y el brillo, que es la luz emitida por una fuente lumínica o reflejada por una superficie.

El mundo que nos rodea está repleto de colores que son identificados por una gran mayoría de los humanos. Y estos colores percibidos no son siempre absolutos, es decir, que los colores en muchas ocasiones dependen de un entorno cultural y asociativo, que deriva a unas características perceptivas. Según Eva Heller (2004, p. 17), “resultados de estudios muestran que colores y sentimientos no se combinan de manera accidental, que sus asociaciones no son cuestiones de gusto, sino experiencias universales profundamente enraizadas desde la infancia de nuestro lenguaje y nuestro pensamiento”. Estas asociaciones se van formando con el tiempo y no es una cuestión innata. Cuando un bebe nace está libre de toda raíz cultural y en ese sentido, sus conexiones cerebrales son vírgenes. Con el paso de los años estas conexiones asociativas se van determinando y con ello se producen respuestas emocionales.

Pero como se ha mencionado anteriormente, no es una cuestión innata y las conexiones asociativas no se moldean independientemente de un aprendizaje cultural. Desde la infancia temprana, se enseñan a los niños a relacionar los colores con objetos, palabras, letras, números, épocas del año, música, etc. como si se tratara de una experiencia sinestésica<sup>8</sup> sin ser real. Como dice Emilio Gómez Milán, psicólogo experimental de la Universidad de Granada, “resulta que el color es una clave

---

<sup>8</sup> La sinestesia es un fenómeno psiconeurológico y sensorial que permite a una minoría de la población (el 1% reconocidos) experimentar multisensorialmente la realidad que perciben. Estas personas pueden ver colores en los números, letras y símbolos (sinestesia grafema-color), ver la música de colores (sinestesia musical-color), saborear palabras (sinestesia gusto-palabra) o colorear los sonidos que escuchan (sinestesia sonido-color), entre otras muchas combinaciones.

perceptiva tan discriminativa que todo el mundo la entiende [...] Al asociar cosas intangibles a colores, las convertimos en tangibles”<sup>9</sup>. Si asociamos estos conceptos inmateriales a colores, formas o tamaños, se crea una relación entre dos elementos que servirá de ayuda para la memoria y recuerdo de un concepto. Y el uso frecuente de estas asociaciones acaba por obtener una respuesta emocional en el cerebro. Si a los niños y niñas se les induce a establecer características cromáticas y personificar elementos que en un origen no prescindían de estas últimas, por ensayo y error acabarían aprendiendo que el número “5” es “amarillo” porque así lo han aprendido, al igual que la palabra “domingo” pueda ser “blanca”. Con todo este lenguaje que cada vez se va haciendo más complejo porque enriquece la experiencia del individuo, se crean nuevas connotaciones subjetivas. En rasgos generales, toda una sociedad perteneciente a la misma macrocultura percibe un lenguaje (visual, sonoro, léxico...) de forma similar por este autoaprendizaje antes comentado, pero podrían haber interpretaciones subjetivas que escaparían de ésta por pertenecer a microculturas quizás algo más aisladas. Al ser el color una herramienta expresiva tan eficaz, se emplea para evocar ciertas sensaciones, sentimientos y emociones: recordamos las marcas de un producto por su color, los diseños de revistas o periódicos se identifican por su color corporativo, las ideologías políticas también tienen su color que las define; incluso, para evocar atmósferas determinadas que transmiten emociones en las películas, la fotografía juega con los colores combinándolos, como hace Bruno Delbonnel en *Amelie*, Darius Khondji en *Delicatessen* (Jean-Pierre Jeunet, 2001, 1991 respectivamente) o las películas dirigidas por Terry Gilliam como *Fear and loathing in Las Vegas* o *Tideland* (1998 y 2005 respectivamente).

#### **4.1 EFECTO PSICOLÓGICO DEL COLOR**

En *Psicología del color* (Eva Heller, 2004) se recoge los resultados de una encuesta sobre el comportamiento psicológico de los humanos ante los colores, que los relacionaban con sentimientos y cualidades. Se realizó a 2.000 personas, tanto hombres como mujeres, comprendidas entre los 14 y 97 años en Alemania y las profesiones que ocupan son muy diversas. Estos resultados no son absolutos al estar el estudio acotado a un país (pero a muchas nacionalidades, puesto que no todos los encuestados son alemanes) y también hay que tener en cuenta que un color puede desprender diversos sentimientos y emociones contradictorios según en el contexto en el que dicho color se sitúe. Lo que sí que queda demostrado es que el efecto

---

<sup>9</sup> Fragmento extraído del documental “Sinestesia. Arte, dolor y sexo” (2013), en el minuto 31:20.

psicológico del color apuntan a factores culturales: “si bien los humanos compartimos desde nuestro origen como especie, a lo largo de la prehistoria y la historia, en las diferentes culturas y civilizaciones un **mismo sistema visual**, nuestra **experiencia visual puede ser diferente**, ya que es modelada por factores culturales” (A. Ferrer y D. Gómez, p. 21)<sup>10</sup>. A continuación, se expone una tabla que resume el impacto psicológico de los colores:

COLOR	SENTIMIENTO/EMOCIÓN	SIGNIFICADO
<b>AZUL (45%)<sup>11</sup></b>	Simpatía Armonía Fidelidad	Feminidad Virtudes espirituales Frío / distante Fantasía / divinidad
<b>ROJO (12%)</b>	Amor Odio Alegría Peligro	Comunismo Vida Fuego Cerca Alto Prohibido Dinamismo Justicia / correcciones Agresividad
<b>VERDE (15%)</b>	Tranquilidad	Fertilidad Esperanza Burguesía Venenoso Naturaleza / lo natural Vida / salud Primavera Libertad

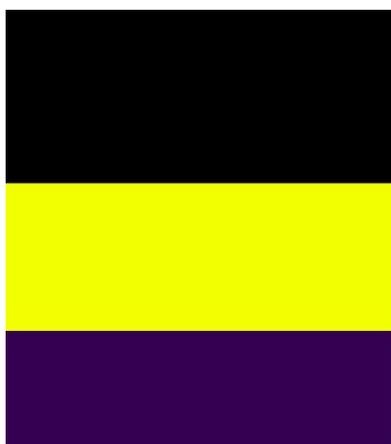
<sup>10</sup> Extraído de <[www.exabyteinformatica.com/uoc/Audiovisual/Imagen\\_y\\_lenguaje\\_visual/Imagen\\_y\\_lenguaje\\_visual\\_\(Modulo\\_4\).pdf](http://www.exabyteinformatica.com/uoc/Audiovisual/Imagen_y_lenguaje_visual/Imagen_y_lenguaje_visual_(Modulo_4).pdf)>, sin año de publicación.

<sup>11</sup> El porcentaje representa la apreciación del color señalado. El azul, es el color más apreciado, y el oro, el menos apreciado.

<b>NEGRO (10%)</b>	<p>Odio</p> <p>Tristeza</p>	<p>Poder</p> <p>Violencia</p> <p>Muerte</p> <p>Negación</p> <p>Elegancia</p> <p>Final</p> <p>Sucio / malo</p> <p>Estrecho y anguloso, duro y pesado</p> <p>Ilegalidad</p> <p>Anarquía</p> <p>Mala suerte</p>
<b>AMARILLO (6%) (el más contradictorio)</b>	<p>Optimismo</p> <p>Celos</p> <p>Diversión</p> <p>Entendimiento</p> <p>Traición</p> <p>Amabilidad</p>	<p>Luz</p> <p>Madurez</p> <p>Amor sensual</p> <p>Envidia / mentira</p> <p>Gusto ácido</p> <p>Advertencia</p>
<b>VIOLETA (3%)</b>	<p>Sentimientos ambivalentes</p>	<p>Teología / magia</p> <p>Feminismo</p> <p>Movimiento gay</p> <p>Penitencia</p> <p>Sobriedad</p> <p>Extravagancia</p>
<b>NARANJA (3%)</b>	<p>Diversión</p>	<p>Budismo</p> <p>Lleno de sabor</p> <p>Sociabilidad</p> <p>Mala publicidad</p> <p>Peligro</p> <p>India</p>

<b>BLANCO (2%)</b>	Inocencia	Bien Comienzo / resurrección Limpio
<b>ROSA (2%)</b>	Encanto Cortesía Ternura erótica	Dulce / delicado Escandaloso Cursi Desnudo
<b>MARRÓN (1%)</b>	Pereza	Lo corriente Lo acogedor Feo
<b>ORO (1%)</b>	Felicidad	Dinero Lujo Fama Sol

Esta tabla refleja como la mayoría de personas manifiesta conductas ante ciertos colores por separado. Pero las posibilidades de una respuesta emocional al observar los colores son mucho más enriquecedoras cuando los colores actúan en conjunto, es decir, formando un acorde cromático, compuesto entre 3 y 5 colores. La experiencia se vuelve compleja y entra en juego otra propiedad para el color: la cantidad o tamaño de un color. Estos son dos ejemplos:



11. Combinación "infidelidad" (Psicología del color, 2004).



12. Combinación "lo natural" (Psicología del color, 2004).

## 4.2 COLOR COMO ELEMENTO PERCEPTUAL

Hemos hablado del componente emocional de los colores y su influencia sobre las personas, pero otra condición del factor cromático es la perceptual. Al igual que hay animales que su mundo real es blanco y negro o personas que padecen de daltonismo<sup>12</sup> o acromatopsia<sup>13</sup>, hay también diferencias perceptivas entre culturas generadas por el entorno. La constancia del color demuestra que no solo son los ojos los que ven el color, sino que el cerebro también lo crea: “lo hace almacenando conocimientos sobre el aspecto que deben tener las cosas [...] Eso suscita la intrigante posibilidad de que muchos de los aspectos que nos conforman como individuos intervengan en la fabricación del color”<sup>14</sup>. Con esta premisa, se entiende que solo se le dota de color a aquello que es necesario de ello. Entonces, **¿podríamos afirmar que el color atiende según la necesidad de nombrar a algo?**

En el norte Namibia, tierra en la que predominan los colores cálidos como el rojo, la antigua tribu Himba tiene un sistema diferente al occidental para catalogar los colores y atribuirlos a los objetos. Para los himba, el agua y la leche son blancas, y el cielo es negro. La cultura occidental dispone de once palabras para describir los colores (aunque estos once colores tengan matices, por ejemplo: rojo carmín, verde esmeralda, blanco roto, etc.); ellos necesitan la mitad: por ejemplo, el “zoozu” es el concepto que abarca los colores más oscuros y dentro de él se encuentran los rojos, azules, verdes y púrpuras. Es evidente que dividen los colores muy distintamente a otras culturas,



13. Mujer himba

y esto afecta también a la percepción: son capaces de distinguir matices mínimos entre colores que los occidentales no podrían, y viceversa. No es un hecho aislado: lo mismo sucede con los esquimales, que su abanico de blancos es mucho más extenso que el de otra cultura, debido al entorno ártico de estos pueblos indígenas. Diferenciar todos los tipos de blanco no es una cuestión estética, sino una de cuestión de defensa

---

<sup>12</sup> El daltonismo es un defecto genético que ocasiona dificultad para distinguir los colores.

<sup>13</sup> La acromatopsia es una patología congénita y no progresiva que consiste en una anomalía de la visión a consecuencia de la cual sólo son percibidos los colores blanco y negro.

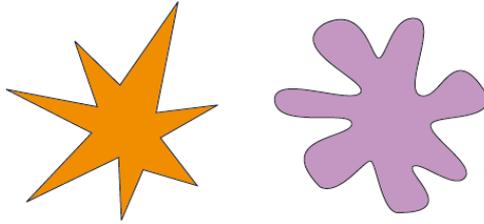
<sup>14</sup> Extraído del documental *El misterio de los colores* (2011).

y supervivencia. Esta experiencia demuestra que la percepción del color es para el individuo un recurso para moverse por su entorno y un factor clave de adaptación al medio. Por lo tanto, se plantea una cuestión: ¿los fotorreceptores desarrollados por estas percepciones cromáticas son el resultado del factor cultural? ¿O son estos fotorreceptores la causa terminante para conformar un círculo cultural? ¿O más bien es una sinergia entre estos dos aspectos? Realmente no se podría entender una cosa sin la otra.

CULTURA/TRIBU	OCCIDENTAL (once colores básicos)	Sistema Himba
		<b>Zoozu:</b>
	Negro	-colores oscuros
	Blanco	-rojos
	Rojo	-verdes
	Verde	-azules
	Amarillo	-púrpuras
		<b>Vapa:</b>
	Azul	-blanco (principalmente)
	Marrón	-amarillos (algunos)
	Naranja	<b>Borou:</b>
	Rosa	-verdes
	Fucsia	-azules
	Gris	<b>Dumbu:</b>
		-algunos verdes
		-rojos
		-marrones
<b>CONCEPTO</b>		

### 4.3 OTRAS PROPIEDADES ASOCIATIVAS CULTURALES

Al igual que el color, los tamaños y las formas de las figuras gráficas que se interponen ante nuestra vista también son un gran influyente en este tipo de uniones asociativas. La propiedad del tamaño es una herramienta útil para visibilizar unos elementos más que otros, jerarquizarlos u ordenarlos según tamaños. Las múltiples formas que existen dan personalidad a los objetos:



#### 14. Efecto Kiki y Bouba

El experimento del efecto “Kiki y Bouba” descubierto por Wolfgang Köhler en 1929 demuestra cómo el lenguaje escrito y hablado tiene una estrecha relación con las cuestiones cromáticas y formales. “Kiki” corresponde a la figura de la izquierda, tensa y angular, y “Bouba” casaría con la imagen de la derecha, melosa y redonda. Una de las razones por las que se producen estas asociaciones es por la pronunciación de las palabras: relacionamos las consonantes suaves y vocales cerradas (“o” “u”) con las formas redondas y curvas, y lo contrario con las consonantes más agresivas como la “k”. Esta relación supone una evolución en el lenguaje y se tantea que las formas con los sonidos de las letras no son arbitrarias, ya que por ejemplo, tensamos los músculos de la boca para pronunciar “kiki” que a su vez representar una imagen estirada.

Volviendo a retomar el objetivo principal de esta memoria que es la tipografía cinética, todas las propiedades expuestas durante todo este apartado son perfectamente aplicables a las tipografías para que las palabras del fragmento del artículo escogido de José Saramago sean las protagonistas y actúen como si de actores y actrices se tratase porque la mente del ser humano durante su aprendizaje ha captado las fórmulas para decodificar el significado de los colores, los tamaños y las formas atendiendo siempre a un contexto cultural.

## 5. Análisis del videoclip “Boogaloo” de Kase O. y Jazz Magnetism como ejercicio de inspiración para el ejercicio práctico

---

Así, tras visionar una cantidad considerable de piezas videográficas que emplean esta técnica, entre ellas el videoclip de la canción *Boogaloo* (2009, adjuntado en el anexo) de la banda Kase O. y Jazz Magnetism, se decide que es este el vídeo que servirá como inspiración por muchas razones: la animación de la tipografía es muy pulcra y el sentido del ritmo y sincronización con el audio es excelente; además, rompe las reglas estéticas en comparación con las otras piezas visionadas, que a fin de cuentas, son muy similares entre ellas y no consiguen ser del todo peculiares. El propósito de este apartado es hacer un análisis como ejercicio de reflexión e inspiración para el ejercicio práctico. Se pretende sobre todo analizar lo que a animación de texto, composiciones y colores respecta, ya que el videoclip de *Boogaloo* y el fragmento *Las Palabras* llevan cadencias distintas: *Boogaloo* tiene una letra de género *hip-hop* y una base instrumental de *jazz fusion*; en cambio, el ejercicio práctico *Las palabras* es un fragmento leído y extraído del artículo de José Saramago y no se le puede catalogar como videoclip, sino más bien como vídeo arte.

*Boogaloo* está diseñado desde una estética *jazz* y *vintage* en el que imágenes grabadas en el estudio de grabación y la técnica de tipografía cinética convergen y se fusionan para dar resultado al videoclip final. Las imágenes están tratadas con un etalonaje que envejece los colores y se añade una fina película que recuerda grabaciones fílmicas antiguas.

Toda la pieza videográfica está repleta de elementos tipográficos: las notas musicales, la letra, los miembros de la formación musical, etc. son objeto de la tipografía, lo que enriquece visualmente. Aquí, la tipografía juega con las percepciones y convenciones sociales y se establece una conexión entre tipografía y espectador porque éstas ofrecen coherencia con el discurso que se emite con la letra de la canción. Se puede decir que los mensajes funcionan porque conectan con las costumbres del receptor. Por ejemplo, si vemos la palabra “fiestón”, su tipografía correspondiente sería, entre varias opciones, como es el caso, una redonda, divertida, y a la vez dinámica con su cursiva. A continuación, se ponen más ejemplos que cumplen con esta norma:



15. Fotogramas de *Bogaloo*, Kase O. y Jazz Magnetism

Como se ha dicho más arriba, las tipografías cobran vida y se adaptan a la letra de la canción. También entran en juego los colores, que terminan de darle, junto a las diferentes formas y movimientos de las tipografías, la personalidad a las palabras.

La composición y los dibujos que forman las frases también son importantes en este análisis, ya que composición y movimiento son una de las características fundamentales de la tipografía cinética. Pongamos como ejemplo esta transparencia de abajo: hay una frase dividida en cuatro segmentos que conforman un cuadrado que se cierra y que habla de los cambios bruscos emocionales (*“Mi gran dolor: te vi volar,*

*me vi reír y bipolar, me vi llorar.”*). Con la técnica de tipografía cinética y recurriendo a la composición, se opta por orientar cada uno de estos cuatro segmentos en direcciones diferentes, como si de un caos emocional se tratase pero que cierran una forma cuadrada y fácil de reconocer por el espectador. Se transmite que las emociones, por dispares que puedan parecer entre ellas, se suceden unas a otras, y la resultante no tiene sentido sin la anterior.



16. Fotograma de *Boogaloo*, Kase O. y Jazz Magnetism

En las dos siguientes imágenes (abajo) se hace referencia al lenguaje musical, que no deja de estar materializado y nominalizado, y por tanto, se puede tipografiar. Las bases instrumentales parecen que siempre se quedan en un segundo plano y las letras de las canciones pasan a ser lo más importante; en *Boogaloo* esta jerarquía se erradica, y letra y música pasan a estar a un mismo plano al escribir ambos tipos de lenguajes y darles esa personalidad ya antes comentada con la tipografía cinética.



17. Fotogramas de *Boogaloo*, Kase O. y Jazz Magnetism

Si se visiona el videoclip entero, se puede observar como la aparición de las palabras está totalmente sincronizada con los elementos sonoros. En este caso, esta concordancia audiovisual es complicada debido a la rapidez de la interpretación y vocalización de la letra de la canción, lo que el mérito es mayor. Las palabras van apareciendo en la pantalla con dinamismo gracias a los movimientos pomposos y elásticos, o la simulación de mecanografiar las palabras, así como la aleatoriedad de las direcciones a dónde van estas palabras. No sólo el ritmo de la tipografía coincide con la voz, sino también con la música, así también como las formas y los pequeños detalles que se suceden a lo largo del videoclip.

## 6. Propuesta de ejercicio práctico basado en tipografía cinética: Las palabras de José Saramago

---

### 6.1 EL POR QUÉ DE LA ELECCIÓN DEL FRAGMENTO *LAS PALABRAS* DE JOSÉ SARAMAGO

A la hora de plantear el grueso de este Proyecto Final de Grado, se decide que además de analizar de lo que trata la tipografía cinética, uno de los objetivos sería hacer un vídeo arte basado en esta técnica (véase en el anexo). De alguna forma, hacer esta práctica se convierte en un juego y en una constante pregunta al subconsciente: ¿Cómo vemos las palabras? ¿Cómo la cultura y las convenciones sociales se han sumergido de tal forma en las percepciones visuales de las personas?.

Como se ha citado antes, muchos de los ejemplos visionados con esta técnica son videos que interpretan tipográficamente escenas fílmicas o videoclips, y muchos se asemejan entre ellos al proceder de fragmentos de película. Entonces se toma la decisión de alejarse de esta “tendencia” y buscar un texto (fragmentos de artículos, de novelas, etc.) que se adecue a este ejercicio. Finalmente y tras leer el artículo de José Saramago<sup>15</sup> sería este la opción final. Es un texto que habla de las propias palabras y de cómo los discursos, formadas por éstas, las utilizan. Contiene muchos adjetivos porque se trata de un texto descriptivo pero metafórico, lo que este juego visual permitiría más imaginación a la hora de elaborar el ejercicio. El texto se divide en dos partes: la primera que es la introducción y es la que habla de las palabras; y la segunda, que pasa a tratar los discursos. Debido a la larga duración del texto, será la introducción la que pase a formar parte del vídeo arte *Las palabras*. El fragmento quedaría así:

#### **“LAS PALABRAS**

Las palabras son buenas. Las palabras son malas. Las palabras ofenden. Las palabras piden disculpa. Las palabras queman. Las palabras acarician. Las palabras son dadas, cambiadas, ofrecidas, vendidas e inventadas. Las palabras están ausentes. Algunas palabras nos absorben, no nos dejan: son como garrapatas, vienen en los libros, los periódicos, en los mensajes publicitarios, en los rótulos de

---

<sup>15</sup> “Las palabras”, extraído de “Artículos para pensar”  
<<http://carmenlobo.blogcindario.com/2011/09/01769-las-palabras-jose-saramago.html>>

las películas, en las cartas y en los carteles. Las palabras aconsejan, sugieren, insinúan, conminan, imponen, segregan, eliminan. Son melifluas o ácidas. El mundo gira sobre palabras lubricadas con aceite de paciencia. Los cerebros están llenos de palabras que viven en paz y en armonía con sus contrarias y enemigas. Por eso la gente hace lo contrario de lo que piensa creyendo pensar lo que hace.

Hay muchas palabras.”

Algo a destacar en el planteamiento del ejercicio a diferencia de los vídeo arte de tipografía cinética basados en escenas de películas es que en este caso, se parte de cero en cuanto a desarrollo de contenido se trata: sólo tenemos el texto (sin animar), pero no la locución que lo dramatice, ni los sonidos ni música que enriquecerán la pieza audiovisual. Por lo tanto, la dificultad de alguna manera se incrementa, puesto que las competencias no son solamente visuales, sino que se extiende también al campo sonoro.

Partiendo de las premisas y cualidades que dibujan a la tipografía cinética antes ya comentadas, sí que es importante explicar que el diseño del guión técnico, así como la elección de las fuentes, colores y composiciones, si bien pueden pertenecer a un marco cultural y asociativo, también pertenece a la subjetividad de la autora. Además, las asociaciones que se puedan extraer son sutiles, en algunos casos, y no excesivamente explícitas, en otros. Las interpretaciones también pueden tratarse de guiños, homenajes, etc. o simplemente queden en el aire. En el siguiente apartado se exponen estos elementos a través del guión técnico previo a la video-creación, tales como las transparencias que incluyen las tipografías escogidas y la combinación de colores, o la elección de sonidos, música y voz en *off* para la pieza audiovisual. Es aconsejable que antes de revisar el guión técnico, se visionen el resultado de la práctica adjuntado al anexo, para poder comprenderlo un poco mejor y porque durante la realización ha habido cambios.

## **6.2 GUIÓN TÉCNICO**

El modo que se utiliza para representar el guión técnico del ejercicio es en forma de *story board*. Al tratarse de unas imágenes digitales que contienen múltiples elecciones de fuentes tipográficas y resultaría un trabajo poco útil dibujar las palabras en papel y a mano, el *story board* se hace por ordenador para que el proceso de prediseño del trabajo práctico sea más eficaz.

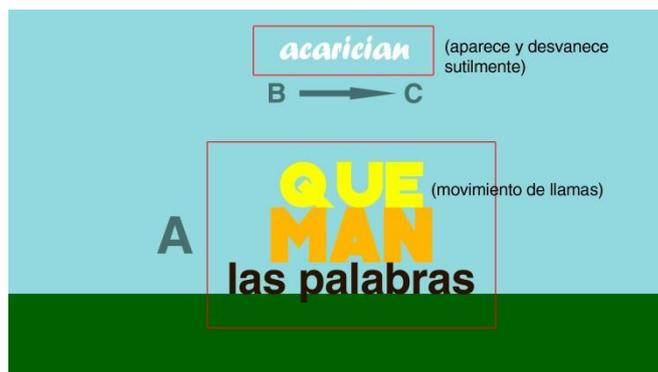
La estructuración del ejercicio práctico se distribuye por “trasparencias” o por “láminas” que sería un equivalente a la medida del plano en cine. A continuación, se irán mostrando estas láminas y se hará un análisis de las decisiones tomadas respecto a los elementos cromáticos, composiciones, orientación y movimiento. Como se ha escrito en el apartado anterior, hay decisiones que atienden a ciertos patrones culturales, otras que son guiños, y otras tantas que se acogen a percepciones subjetivas de la alumna. Además, el siguiente *story board* no es más que una guía para no ir a ciegas; es decir, el ejercicio resultante y final contiene cambios que se considera que funcionan mejor que las elecciones principales. Las tipografías también varían a lo largo de la realización del ejercicio, por lo que es en el apartado “listado de fuentes tipográficas utilizadas explicación de las mismas” donde se tratará de explicar el por qué de las fuentes elegidas. El guión técnico se encuentra ampliado en los anexos por si se necesita verlo con más claridad.



18. Lamina 1

En esta primera lámina (arriba), que es como empieza el texto y el vídeo arte, la linealidad de la horizontalidad, verticalidad y composición simétrica es lo que predomina visualmente. Se habla de la dualidad, de lo bueno y lo malo y lo que ello conlleva (pedir disculpas, que es un gesto humilde; y ofender, que causa algún tipo de daño o molestia). Para diferenciar estos dos adjetivos contrapuestos se ha recurrido al color y a la composición principalmente. La barrera cromática marca esta frontera entre el bien y el mal, y el verde, asociado a conceptos positivos (esperanza, tranquilidad, naturaleza, etc.) con el rojo que es agresivo, chocan. Se podría haber situado “lo bueno” a la derecha, y “lo malo” a la izquierda, pero se prefiere no caer en

las facilidades. En el lado izquierdo de la composición (véase cuadro “2”, imagen superior) lo positivo se mantiene en un entorno de equilibrio cromático, mientras lo negativo daña la vista entre rojo granate y azul oscuro, impidiendo una lectura cómoda. Cada palabra va saliendo de un lado distinto hasta que llegan a formar una composición determinada.



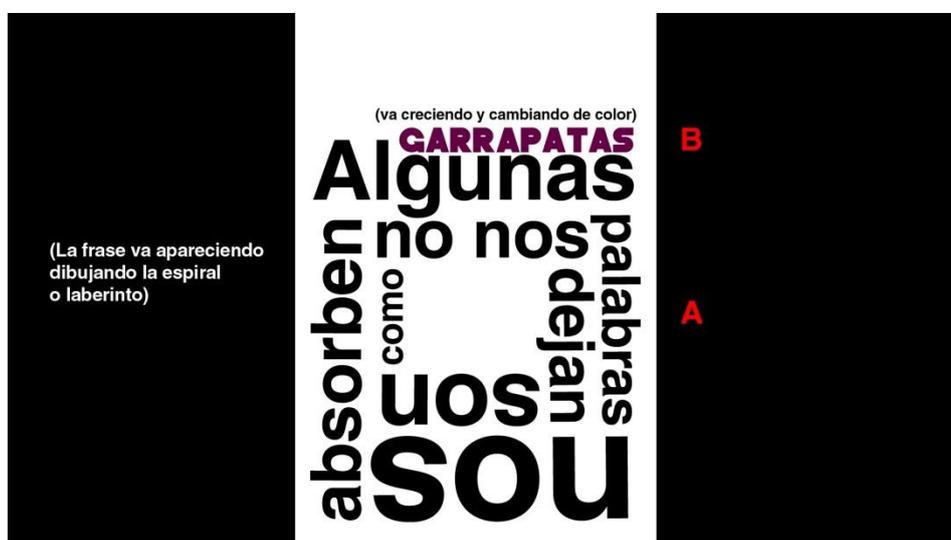
19. Lámina 2

En esta segunda lámina se juega principalmente con la personificación de las palabras a través de las tipografías en un entorno cromático que recuerda a la naturaleza. Los verbos de esta frase imitan aquello que la palabra expresa: “quemar” adopta la forma de las llamas; “acarician”, que es abstracta, se convierte en una nube, una nube que desde la infancia se cree que son esponjosas y suaves, en vez de ser una acumulación de agua vaporizada suspendida en el cielo.



20. Lámina 3

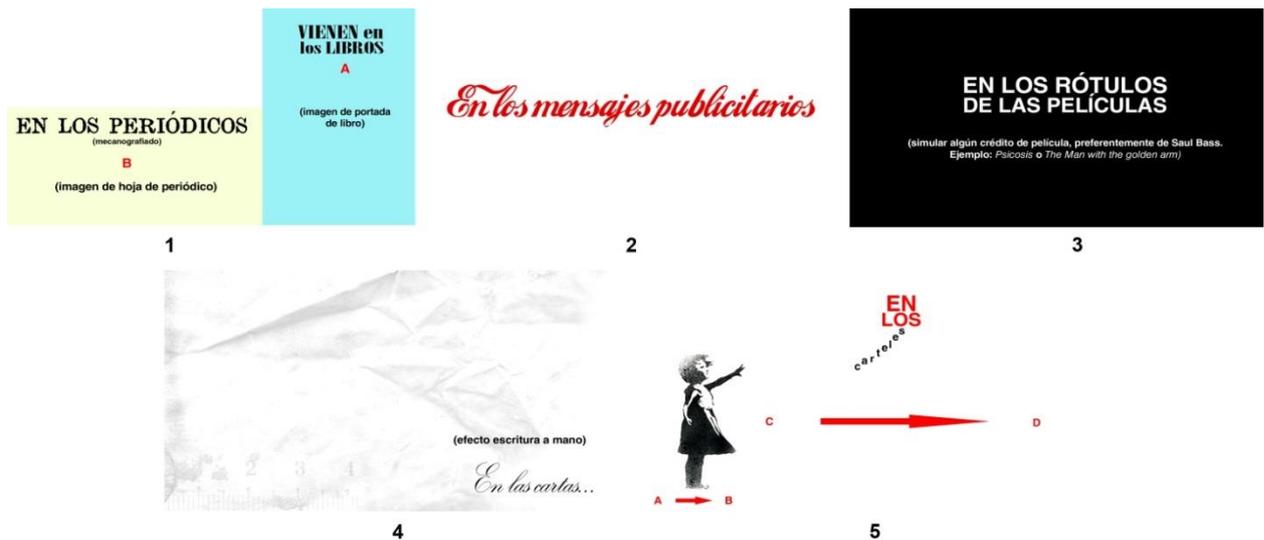
En esta frase (lámina 3) que está mayoritariamente compuesta por una serie de adjetivos que definen a las palabras y al lenguaje, el recurso por el que se apuesta es por el movimiento para dotar de esa personalidad a las palabras. “Cambiadas” van cambiando sus sílabas de lugar; “vendidas” pende de un cartel de venta, e “inventadas” junto con el color amarillo de la originalidad parpadea como si fuera una bombilla, recordando a la idea cultural de la bombilla encendida como el surgimiento de algo nuevo. El cuadro “4” equivale a la frase “Las palabras están ausentes”: éstas no están, el negro de la soledad es lo que inunda este plano.



21. Lámina 4

En este caso, las propias palabras van dibujando una forma que resulta el significado de la frase: cuando ciertas cosas, sucesos, personas, canciones o cualquier otro elemento de la vida cotidiana absorben a alguien, acaba convirtiéndose en un espiral de la que no se puede salir, como si de un laberinto se tratase. Resultan ser “garrapatas”, que se nos enganchan y se alimentan y crecen de la sangre ajena: esto es lo que se pretende transmitir en esta lámina desde una estética minimalista y bidimensional. El blanco y el negro crean un contraste que remarca lo que es la espiral y el camino tubular blanco que crea una sensación de agobio y claustrofobia. El bombeo de “garrapatas” con sus cambios de color rojos y morados, como si se estuviese alimentando de las demás palabras.

En el ejemplo que se sitúa en la imagen inferior de este párrafo (imagen 22), el texto se integra en un entorno que le da el sentido visual al significado de esta frase. En



22. Lámina 5, 6, 7, 8, 9

este caso, las metáforas visuales son más explícitas que las demás ya que el texto se apoya en imágenes y formas identificables como una portada de libro o de periódico con el texto mecanografiado, la rugosidad de un papel o la fuente característica de la marca “Coca Cola”, así como los créditos de una película como evolución de los mismos rótulos del cine mudo, que no dejan de tener la misma finalidad. En el cuadro “5” se hace un pequeño homenaje al artista internacional urbano Banksy, recreando una de sus obras más famosas e integrando las letras en el globo que vuela del cartel.

En la siguiente lámina se unen dos conceptos con una contraposición similar a la primera: la sutileza y la agresividad que una palabra conlleva. La composición horizontal y estable nos lleva a lo fiable, agradable y tranquilo, como los verbos “aconsejar”, “insinuar” o “sugerir”, que se producen con cierta amabilidad, aunque detrás de ellas se halle un interés. “Conminar”, sinónimo de “imponer”, se tiñen de



23. Lámina 10

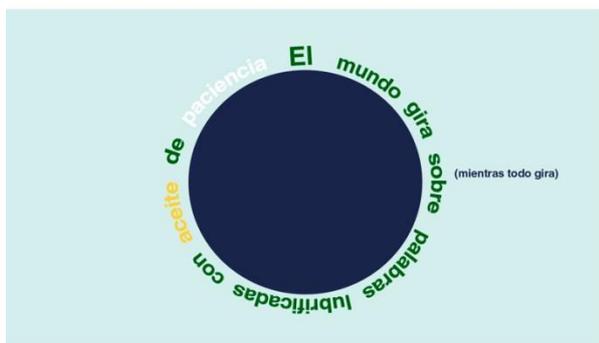
color rojo por la autoridad y agresividad que antes se comentaba. A partir del cuadro “3” la orientación de la lectura se inclina haciendo desaparecer esta sutileza para introducirse en las palabras con connotaciones negativas y los colores se vuelven de un aire militar que

divide. Para dar mayor fuerza a las palabras, se utilizan sonidos tales como golpes de cuños que aplastan las demás palabras, o un corte de tijera que divide a una palabra en dos.

El amarillo ácido rompe y crea una disonancia con el equilibrio cromático del negro, azul y morado de las palabras dulces o “melifluas” (cuadro “1”, imagen 23); en cambio, en el cuadro “2”, las palabras y la forma circular giran al compás y recuerda al planeta Tierra girando sobre sí mismo. Las cosas que forman el mundo, así como la invención de las palabras, trabajan en conjunto con un objetivo final, estableciendo el caos dentro de un orden.



1



2

24. Lámina 11

Una composición sobria es lo que caracteriza a la siguiente lámina (imagen 25): con los colores, la frase “Los cerebros están llenos de palabras que viven en paz y en armonía con sus contrarias y enemigas” se halla en un entorno que recuerda al color de este órgano cefálico que realmente es de un color grisáceo pálido (muy levemente rosa), como tema principal de la frase. En los libros de la escuela, dibujos de la red, etc. siempre se ha mostrado al cerebro como un órgano rosa chicle, quizás para hacerlo más agradable a los más pequeños, y por asociación y por un claro aprendizaje cultural el cerebro es rosa. La armonía y la paz erradican la incongruencia de las palabras contrarias y enemigas, por eso son éstas (“armonía” y “paz”) grandes y destacables, y éstas dos últimas (“contrarias” y “enemigas”) merman su tamaño a medida que la voz en off se va sucediendo y acabando la frase. El blanco de las letras (el color del bien y la inocencia) restan la enemistad de estas palabras que no simpatizan entre ellas. “Llenos”, inicialmente blanca, acaba llenándose de un color oscuro, como si de un vaso lleno se tratase. A la siguiente frase que es un juego de palabras confuso, le arroja un fondo verde esmeralda oscuro. La frase se divide en

dos y cambian de posición mediante un giro: se habla de la ilusión en la que las personas viven y cuando realmente las personas somos auténticas y cuando no, sin un sentido despectivo de la palabra.



25. Lámina 12

Y para finalizar con el prediseño de este vídeo arte, el fragmento del artículo acaba con un “En fin, hay muchas palabras”. Como es una frase que realmente está ausente de contenido y vacío, hay que crear un clímax que no lo de las palabras mismas, sino apoyándose en la música, movimientos, u otras ideas. La idea es que mientras se locute esta frase, vayan apareciendo aleatoriamente frases y que cuando ya esté la pantalla inundada de textos, que se hagan pedacitos. El lenguaje escrito tiene diferentes unidades de medida: las letras forman sílabas, las sílabas forman palabras, las palabras se hacen frases, y las frases, párrafos. La principal finalidad del lenguaje es, como ya sabemos, comunicar, pero si atendemos a la unidad más pequeña de éste (la letra), sin nada que le acompañe, no logra tener un sentido completo porque



26. Lámina 13

está en su nivel más puro de molecularidad, pero si se sube hasta su nivel más alto, hasta su concepción más holística y molar, las posibilidades que ofrece el lenguaje son infinitas hasta meterse dentro del subconsciente, pasando de la unidad más pequeña al universo de la comunicación. Esta idea es la que se pretende transmitir, de forma implícita, en este plano. El propósito de que las palabras se hagan añicos es la de dar a entender que la información escrita presentada en los libros interminables o frases simples y solitarias, no serían posible sin su unidad más básica que es la letra y la importancia de su presentación.

### 6.2.1 Campo sonoro

Todo esto irá acompañado de un collage de sonidos y música que intensificará la percepción tipográfica con los demás elementos visuales que le acompañan (colores, tamaños, composición, etc.) y consolidará la pieza audiovisual dándole más cuerpo:

- **Voz en off:** en un principio se planteó si debería haber o no una locución que siguiera al texto. Al utilizar una voz en off, la entonación, el ritmo, las pausas y todo lo que conlleva, de alguna forma merma la experiencia tipográfica. En vez de ser las fuentes las que transmiten algún tipo de respuesta, el elemento condicionante de estas respuestas sería la expresión oral. En muchos de los ejemplos visionados de tipografía cinética, se parte de un fragmento de audio que tiene un ritmo muy acelerado y en el momento de realizarlo, el autor se olvida de la riqueza y el potencial de los tipos, atendiendo sólo a una cuestión de ritmo. Finalmente, y como la locución no tiene por qué eclipsar a la tipografía si se piensa prudentemente, se hace servir de una voz en off que se queda en lo agradable sin intentar que destaque. Simplemente su función sirve de guía para facilitar la lectura, ya que si se prescindiera de este elemento sonoro, el receptor podría no acoger todo el fragmento textual y se podría jugar tanto con ritmos rápidos como lentos.
- **Sonidos:** partiendo que en tipografía cinética las letras adquieren nuevas cualidades, tales como la personificación de la que ya se ha hablado, se puede producir a todos los niveles, también al sonoro. Hay palabras del ejercicio que no sugieren ningún sonido, pero hay otras que si pensamos en su significado (“segregar”, “imponer”, “llenos”...), nos pueden aportar a nivel sonoro una experiencia más rica. Al fin y al cabo, es un juego con la propia mente y que si

nos detenemos a observar conscientemente, son asociaciones constantes entre imagen y sonido.

- **Música:** para la elección de la banda sonora que estaría en un mismo plano que los demás elementos sonoros, se dibujan unos objetivos los cuales la música debería cumplir. Primeramente, debería tratarse de una música que no fuera lineal, sino que tuviera cambios de acordes de mayores a menores que sugirieran cambios anímicos. En segundo lugar, el texto requiere de pausas y la música, para enfatizar y seguir coherentemente al texto (por ejemplo: “las palabras están ausentes”), también tendría que seguir estas pausas acorde a lo visual. Además, ha de contener un clímax musical, es decir, que al final se produzca un cambio respecto a lo anterior y se denote el final del vídeo arte. Evidentemente, la banda sonora tiene que ser instrumental para que no hubiera dos voces vocales interponiéndose entre ellas y el instrumento que la interpretara sería preferiblemente una guitarra, acústica o eléctrica. Finalmente, tras seleccionar varias opciones desde la plataforma “Free Music Archive” ([www.freemusicarchive.org](http://www.freemusicarchive.org)) con licencia *creative commons* y de uso libre no comercial, se opta por la canción *Portland cement factory at monolith* de Star Rover, que reúne las condiciones y entre las varias candidatas es la mejor opción.

### 6.3 LISTADO DE LAS FUENTES TIPOGRÁFICAS Y EXPLICACIÓN DE LAS MISMAS

Este apartado tiene la finalidad de presentar las fuentes finales del vídeo arte, explicando el sentido que tiene para la alumna el escoger una familia tipográfica u otra. A través de su anatomía y acabado, las fuentes tipográficas son utilizadas en diseño con diferentes objetivos, sobre todo la de evocar un estado anímico, una sensación o incluso el recuerdo de una temporada, lugar, etc. como lo hacen en ocasiones los olores o los sabores. Con este propósito, aunque no en todos los casos, se pretende evocar en ciertas palabras algún tipo de respuesta por parte del receptor. Las tipografías en el ejercicio práctico se dividen en **genéricas** y **específicas**:

- **Genéricas:** es decir, nos encontramos palabras como preposiciones, artículos u otras formas gramaticales de conectar sustantivos, adjetivos o verbos que por sí solas no funcionan, sino que simplemente acompañan. En segundo

lugar, también hay palabras independientes que tienen significado propio pero que como ya se recurre al color o movimiento y no hay tipografía que nos sugiera la palabra en cuestión, se utilizan estas genéricas, que son las que están dentro de la familia tipográfica Helvética.

La Helvética, diseñada por Max Miedinger conjuntamente con Edouard Hoffmann en 1957, es una familia tipográfica basada en la *Grotesk* de 1896. Sencilla, dentro de la clasificación *Sans Serif* de palo seco y sin remates, la Helvética ofrece un estilo cotidiano y neutro, aunque es muy popular por utilizarla muchos diseñadores gráficos, por lo que esta “neutralidad” o sobriedad es aparente, ya que se ha demostrado que esta fuente levanta pasiones. Desde su creación ha marcado una repercusión irrefutable en la comunicación visual contemporánea, aunque presenta algunas imperfecciones en su microtipografía<sup>16</sup> con textos largos, y su uso se centra más en titulares o en textos cortos de tamaño grande. El objetivo de trabajar con la Helvética en este vídeo arte es principalmente estético y funcional: se marca la neutralidad para no eclipsar a las palabras que sí requieren otras fuentes y así marcar la diferencia.



27. Helvética

- **Específicas:** estas tipografías corresponden a aquellas palabras del texto que nos sugieren formas y un tipo concreto que disfrace a la palabra; que enfatice y potencie la narrativa visual y aporte de alguna forma, ya sea un efecto o impresión tanto positivo como negativo. A continuación, se expondrán estas fuentes tipográficas “específicas” y se hará una breve justificación de ellas en el ejercicio práctico:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

28. FFF Tusj

<sup>16</sup> O “tipografía del detalle”. Abarca a la letra, el espacio entre letras, la palabra, el espacio entre las palabras, el interlineado y la columna. Tiene tres importantes funciones: el peso visual, el interletrado y el interlineado. A un nivel más alto, se encuentra la “macrotipografía” que se centra en el tipo de letra, el estilo de la letra y en el cuerpo de la letra.

La fuente *FFF Tusj* se ve por primera vez en 2008 y es una versión de la *Georgia* pero en estilo manuscrito. Se ha utilizado para palabras como “palabras”: esta palabra incita a una tipografía *serif* (con remates). La palabra, consecuencia de la tipografía o causa de la necesidad de comunicarse por escrito, es una cuestión histórica. Así, la primera serifa nació en 1465, por lo que podemos afirmar que este estilo es longevo. La mayoría de los tipos, con la invención de la imprenta, tienen acabados con lágrimas, gotas o remates, cada una con su estilo (gótica, clásica, veneciana...) pero que han perdurado hasta la actualidad, lo que le incrementa cierta credibilidad y buen funcionamiento de ésta. Las “palabras” recuerdan a algo antiguo, que ha vivido mucho, como ellas mismas, y la elección de esta tipografía, desde una estética más moderna, provoca esta antigüedad y artesanía de la creación de las palabras.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

#### 29. Mondo Cane

*Mondo Cane* es una fuente de palo seco, es decir, sin remates ni las serifas de las que hablábamos en *FFF Tusj*. Es agresiva y con un cuerpo de bastante grosor, como una gran llamarada de fuego cuando alcanza su momento álgido. Esta fuente se eligió para el verbo “quemar”, que va acompañada de colores calurosos. También personaliza a “garrapatas” pues es una tipografía redonda, como estos ácaros. A la vez tiene unas terminaciones algo agresivas, que también hacen mención implícita a la sonoridad de esta palabra, pues sus consonantes son duras y secas.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

#### 30. Forte

*Forte* es dulce y esponjosa y ha sido la mejor opción para “acarician”. Se integran en un contexto natural, como si fuesen nubes, pues la forma redondeada e inclinada de esta fuente recuerda a las formas esponjosas.

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

31. Calendar note

*Calendar note* simula las hojas de un calendario que tiene un constante cambio tras el paso de los días. Un concepto similar se quiere transmitir con esta tipografía para la palabra “cambiadas”, que a su vez sus sílabas alteran su orden.

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

32. Hitchcock

La fuente *Hitchcock* es reconocida a primera vista por mucha gente. Quizás si se pregunta no se sepa con seguridad dónde se ha visto: en alguna película, en algún cartel... Pero de lo que se está seguro es que gracias a esta fuente, se crea una marca diferenciada. Saul Bass utilizaba estos tipos para sus carteles de películas como *Psycho*, *Vertigo* o *The man with the golden arm*. Actualmente, el estilo de Saul Bass ha sido reinterpretado numerosos veces y lo primero que viene a la mente al pensar en este diseñador gráfico es en esta tipografía. Es original y cala en aquellos que la perciben, por lo que esta fuente se ha utilizado para la palabra “inventadas”, con un color amarillo y parpadeando imitando a una bombilla, que simboliza las buenas ideas. Como se trata de transmitir con la anatomía de la tipografía, utilizar esta fuente es una buena ocasión, tanto para hacer un guiño a Saul Bass, como por la relación entre significado de la palabra y tipografía.

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**

33. Bodoni

*Bodoni* es una tipografía moderna del siglo XVIII y supone la evolución y consolidación de la tipografía romana. Tiene elegancia y delicadeza, como las letras de una novela impresa. Su cotidianeidad evoca a los momentos de

lectura, por eso esta fuente da forma a la frase “Vienen en los libros” que se integra en la portada de un libro de José Saramago.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

34. Orwell

Similar a la anterior, la fuente *Orwell*, con el mismo cuerpo presenta imperfecciones y rugosidades en su trazo. Característico de la escritura a máquina, ha sido útil para la frase “en los periódicos”, haciendo de titular en la portada de un periódico.

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

35. Loki Cola

Esta mítica tipografía ha sido la que le ha dado vida a una de las marcas más poderosas del mundo y la que, a nivel publicitario, ha conseguido desprender una sobresaliente creatividad con sus anuncios. Como en este ejercicio práctico uno de los objetivos es intentar prescindir de imágenes y fotografías lo máximo posible (aunque en algún momento se introduzcan), en la frase “en los mensajes publicitarios” se hace uso de esta tipografía porque habla por sí sola, pues es fácilmente identificada con la marca y con el color.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

36. Gautami

Para esta fuente, se le ha asignado la frase “En los rótulos de las películas”. Aunque los rótulos de las películas sean entendidos como los intertítulos que nos cuentan los diálogos y en los que se esconde el narrador, se ha querido ir un poco más allá y simular algún fragmento de crédito de película, que al fin y al cabo es una evolución de estos rótulos primitivos del cine mudo. Se ha

escogido los de *The man with the golden arm* y esta fuente, la *Gautami*, es la que encarna a las palabras que aparecen en ellos.

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

37. Edwardian Script

”En las cartas” es la frase que esta fuente, *Edwardian Script*, reencarna por el estilo manuscrito y la característica esencial de ser escritas a mano de las antiguas cartas, con cierto toque entrañable.

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstu vwxyz**

38. Rockwell Extra Bold

Esta, la *Rockwell Extra Bold*, es una tipografía gruesa y agresiva con unos remates exagerados. Se ha utilizado para “segregan”. Personalmente, esta palabra, recuerda a lo belicista y militar, y esta fuente, al poseer las características antes mencionadas, se ajusta a estas connotaciones negativas.

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

39. Amandine

*Amandine* es una tipografía infantil, trazada a mano y con cierto temblor, y transmite ternura y dulzura, por eso se ha utilizado ha caracterizado a “melifluas”.

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

40. Movie Poster

Las formas altas y delgadas generalmente se asocian con los colores claros y cálidos, que a su vez se asocian con la aspereidad y lo ácido. “Ácida” es una palabra liviana y fresca, porque no contiene letras cerradas (“o”, “u”, “b”, “m”...)

y es sonora. Lo liviano asciende, como esta fuente (*Movie Poster*) que es estirada a lo vertical y la hace esbelta y fina.

Estas son todas las fuentes finales que crearán, junto con el texto y los demás elementos audiovisuales, el discurso final en forma de vídeo arte. La fase de producción, realizado con el programa *Adobe After Effects cs 5.5* y *Adobe Premiere cs 5.5*, tuvo una duración de treinta días, sin contar los retoques posteriores que se le dieron como son las texturas y cambios extras que se creen convenientes. Finalmente, la pieza audiovisual partiendo de este emotivo artículo de J. Saramago tiene una duración de un minuto y cincuenta y dos segundos.

## 7. Conclusión

---

Con la elaboración de este proyecto, este pequeño subgénero que abarca la tipografía se hace más interesante de lo que en un principio se pensaba. Aunque sea una tendencia prácticamente joven, sus pioneros y precursores ya se encargaron hace casi un siglo de esbozar lo que en un futuro la tipografía podría llegar a ser y los nuevos lenguajes que se extraerían aunando varias técnicas. Se ha demostrado que la animación en la tipografía ha traspasado unos límites que parecen inmejorables, y seguramente con el desarrollo del lenguaje visual y tecnológico en un futuro estos límites irán desapareciendo poco a poco, como se ha hecho hasta ahora.

La realización de este Trabajo Final de Grado ha supuesto ser un reto personal, pues la idea de tratar esta temática ya iba rondando en mente desde hace dos años. Quizás se podría haber prescindido de un ejercicio práctico y analizar directamente esta evolución cinética de la tipografía, pero poner en práctica esta técnica parece más que curiosa. Se trata de un juego y de entender un poco mejor, analizar y cuestionarse cómo percibimos lo que nos rodea, cómo creamos nuestra propia lógica y le damos un sentido a las cosas a partir de los colores y las formas, y cómo este conocimiento podría reencarnarse, de alguna forma, en tipografía. Además, me ha ayudado a consolidar mi aprendizaje y a probar nuevas técnicas que solo conocía desde una perspectiva teórica. Ha supuesto un nuevo modo audiovisual de trabajo que hasta ahora desconocía y una experiencia enriquecedora.

El fomentar el conocimiento de esta disciplina desde un modo más creativo, contribuye a que las posibilidades que ofrezca no sean meramente formales, sino también artísticas y que puedan aportar otra visión innovadora al discurso audiovisual; e incluso, poner en práctica rupturas dentro de este mismo ámbito, como ya hicieron los vanguardistas en su época, sin ser tan impactantes ni tan innovadoras, pero que no dejan de estar en constante desarrollo.



## 8. Bibliografía

---

### Libros:

BLACKWELL, LEWIS. *Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.L., 2004.

DE CÓRDOBA, M.J y RICCO, DINA. *Sinestesia: fundamentos teóricos artísticos y científicos*. Granada: Ediciones Fundación Internación Artecittà, 2012.

HELLER, EVA y CHAMORRO MIELKE, J. *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Gustavo Gili, S.L., 2004.

JURY, DAVID. *Qué es la tipografía?* Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.L., 2007.

RIGGS, TAMYE. *TIPOS: tipografías clásicas para el diseño gráfico contemporáneo*. Barcelona: Parramón Ediciones, S.A., 2010.

SWANN, ALAN. *El color en el diseño gráfico*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.L., 1993.

### Películas y documentales:

*Casino*. Dir. Martin Scorsese, 1995.

*El hombre del brazo de oro* (Título original: *The man with the golden arm*). Dir. Otto Preminger, 1955.

*El misterio de los colores*. Dir. Sophie Robinson, 2011.

*Psicosis* (Título original: *Psycho*). Dir. Alfred Hitchcock, 1959.

*Sinestesia. Arte, dolor y sexo*. Dir. Alberto Sancho y Paula Cánovas, 2013.

## **Páginas webs:**

BLOG DE LA ASIGNATURA “PSICOLOGÍA Y SOCIOLOGÍA”. *5 procesos perceptivos*. [Consulta: 20 de agosto de 2013]. Disponible en: <http://psicodm.com/temas/5-procesos-perceptivos/>

DAFONT. [Última consulta: 31 de julio de 2013]. Disponible en: <http://www.dafont.com/es/>

SORRY ZORRITO. *Tipografía cinética*. [Consulta: 13 de agosto de 2013]. Disponible en: <http://www.sorryzorrito.com/2010/05/tipografia-cinetica/>

UNOS TIPOS DUROS. [Última consulta: 28 de agosto de 2013]. Disponible en: <http://www.unostiposduros.com/>

WEB OFICIAL ALEX TROCHUT. [Última consulta: 1 de septiembre de 2013]. Disponible en: <http://www.alextruchut.com>

YOUTUBE. *KaseO Jazz Magnetism - Boogaloo (Video Oficial)*. [Última consulta: 1 de septiembre de 2013]. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=nmFSRhKBPpl>

## **Tesis:**

FERRER, ALBA y GÓMEZ, DAVID. *Cultura y color*. Disponible en: [http://www.exabyteinformatica.com/uoc/Audiovisual/Imagen\\_y\\_lenguaje\\_visual/Imagen\\_y\\_lenguaje\\_visual\\_\(Modulo\\_4\).pdf](http://www.exabyteinformatica.com/uoc/Audiovisual/Imagen_y_lenguaje_visual/Imagen_y_lenguaje_visual_(Modulo_4).pdf)

SUAREZ, BIANCA. *Tyempo. Saul Bass, Kyle Cooper y Totuma TV*. Disponible en: [http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/SUAREZ\\_BIANCA.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/SUAREZ_BIANCA.pdf)