



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
 COLEGIO DE DISEÑO GRÁFICO
 FACULTAD DE ARQUITECTURA

EL LETTERING
 COMO RECURSO EXPRESIVO
 DEL DISEÑADOR GRÁFICO MEXICANO

Tesis que para obtener el título de
 Licenciado en Diseño Gráfico
 • PRESENTA •

VILLANUEVA PINTO ELIZABETH

Directora: Mtra. Alma Patricia Huerta Martínez
 Asesor: Mtro. Obed Meza Romero

DSG 2013-2/010-04

2008-2013

Introducción



La presente tesis contiene la información obtenida sobre la investigación realizada sobre el *lettering*, con el objetivo de mostrar los elementos, técnicas y materiales que se necesitan para llevar a cabo el proceso de diseño del *lettering* y de igual manera evidenciar las aplicaciones en que se hace presente.

Inicialmente se pretendió abarcar diversos puntos importantes sobre la presencia y utilización del *lettering* tanto en la historia como en diversas áreas del diseño, con lo cual pudiéramos ampliar el panorama sobre el tema, por lo que se recurrió a diversas fuentes de información impresas, digitales e investigaciones de campo realizadas por medio de entrevistas a expertos en el tema, tanto nacionales como internacionales, con lo cual pudimos recabar información relevante.

Esta tesis está constituida por cuatro capítulos, cada uno de ellos muestra las diferentes formas en las que se ha utilizado el *lettering*.

En el primer capítulo, titulado “El *lettering*”, se genera una definición concreta sobre el tema y se da un panorama extenso sobre las transformaciones que ha sufrido la letra a través del tiempo, expresado de una forma general, en donde se incluye una selección de representantes contemporáneos del *lettering* mexicano presentando una pequeña bibliografía y una muestra de su trabajo hecho en base al *lettering*.

En el segundo capítulo la investigación se centra en México, se exponen diferentes recursos relevantes que han surgido con el paso del tiempo para darle a la letra mayor expresividad, esta parte ejemplifica las diferentes formas en las que se puede encontrar la letra aplicada de manera efectiva sin perder su funcionalidad, este capítulo se titula “Vinculación del diseño gráfico en la expresividad visual y tipográfica”.

En el tercer capítulo, titulado “Análisis de la gráfica visual”, se centra la investigación en México, realizando 7 análisis de diversas áreas como: el arte urbano de la ciudad de Puebla, la gráfica en el cartel musical, la marca, el empaque, el diseño editorial, objetual y web, en todos haciendo énfasis en las características del *lettering* utilizado.

Y por último en el cuarto capítulo se expone la propuesta gráfica en donde se aplico el *lettering* para demostrar su utilidad dentro del diseño gráfico.

Es de suma relevancia conocer y difundir este tema, ya que al explorarlo y practicarlo el diseñador gráfico o estudiante, puede adquirir mayor dominio de técnicas manuales, las cuales le pueden servir para ampliar su capacidad de propuesta y de igual manera motivar el interés en aquellos que buscan un nuevo enfoque en el diseño.

Índice

EL LETTERING COMO RECURSO EXPRESIVO DEL DISEÑADOR GRÁFICO MEXICANO

Situación actual	11
Pregunta	15
Justificación	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos	17
Hipótesis	18

Capítulo I

1. EL LETTERING

1.1 Definición de <i>Lettering</i>	21
1.2 La letra en el tiempo	25
1.3 La letra en México	49
1.4 Representantes contemporáneos de <i>lettering</i> mexicano	67

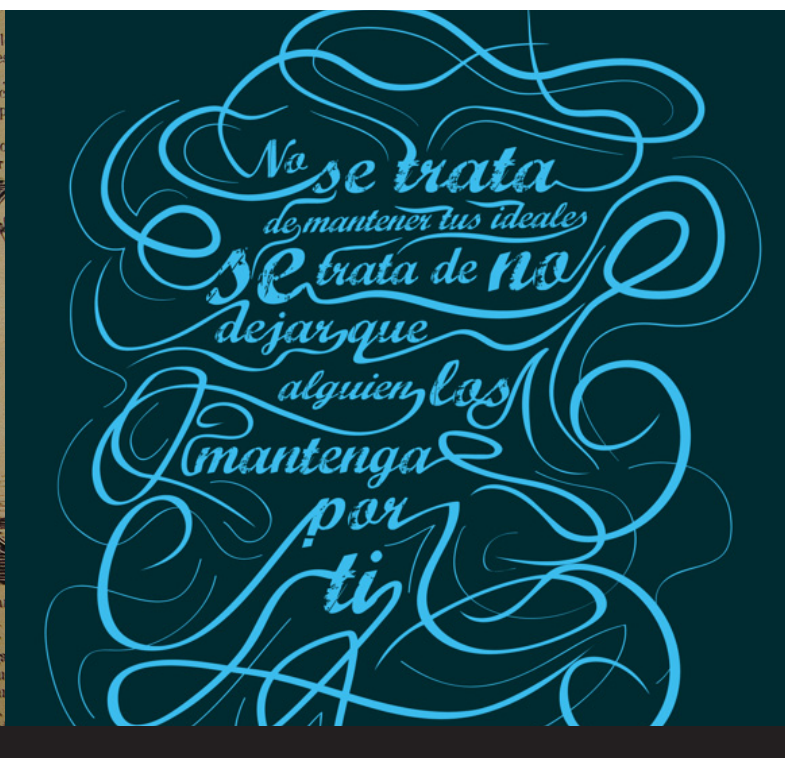
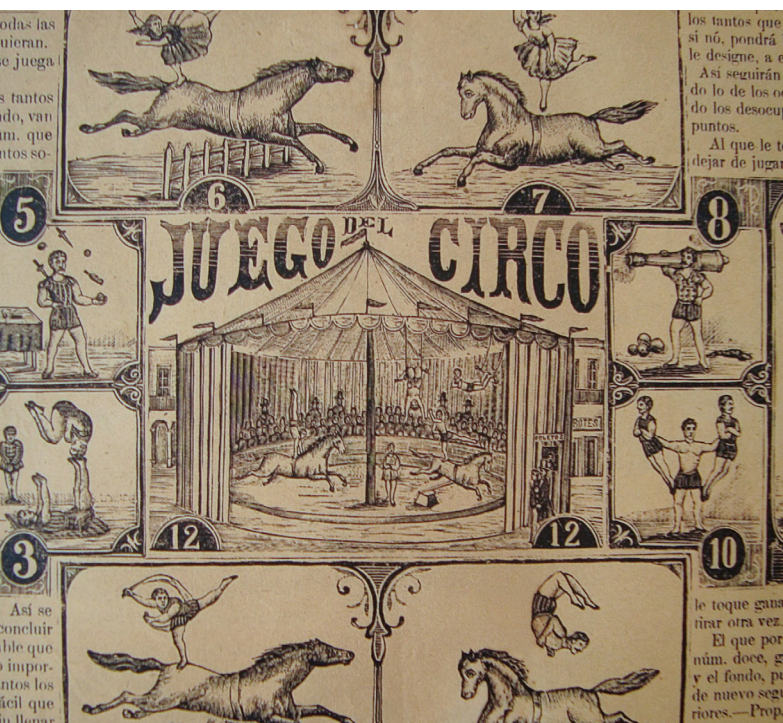


Capítulo II

2. VINCULACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA EXPRESIVIDAD VISUAL Y TIPOGRÁFICA

2.1 Expresión y creatividad de la letra en el diseño gráfico	81
2.1.1 Alfabetidad visual	83
2.2 Ilusión de una nueva forma	85
2.2.1 Soltura de la forma	88
2.2.2 El color en la forma	91
2.3 Tipografía expresiva	97
2.3.1 Caligrama	97
2.3.2 Monograma	99
2.3.3 Tipograma	100
2.3.4 Palabra-imagen	101
2.3.5 Letra faltante	102
2.3.6 Letra expresiva	102
2.4 Técnicas y materiales	105





2.4.1 Instrumentos tradicionales	107
2.4.2 Técnicas tradicionales	118
2.4.3 Materiales experimentales	124
2.4.4 Técnicas experimentales	128
2.4.5 Técnicas digitales	130
2.5 Formas de hacer objetuales	139

Capítulo III

3. ANÁLISIS DE LA GRÁFICA VISUAL

3.1 Indagación del rotulismo y la gráfica popular en Puebla	151
3.2 Arte urbano en Puebla	157
3.3 La gráfica en el cartel musical	165
3.4 El <i>lettering</i> en la marca	175
3.5 El empaque en México	183
3.6 La gráfica en el diseño editorial	191
3.7 Análisis de objetuales	197

3.8 La gráfica en web	203
3.9 Conclusiones del análisis	207

Capítulo IV

4. RESULTADO GRÁFICO

4.1 Metodologías	213
4.2 Híbrido	215
4.3 Planteamiento de diseño	217

5. CONCLUSIÓN

6. GLOSARIO

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

8. REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

9. REFERENCIAS ICONOGRÁFICAS





Situación Actual

“Lettering es dibujar una composición única a través de letras, palabras y frases”

LAURA VARSKY, 2012

Podemos situar al *lettering* como una disciplina heredada de los trabajos de caligrafía. Partiendo de este origen el *lettering* se nutre de la influencia de la caligrafía china que se empleaba como una composición abstracta, usándola con posibilidades decorativas, estéticas y ornamentales. El término *lettering* no tiene traducción al castellano por lo que en México se atribuye al “rotulismo” o “letrismo”.

En entrevista con Francisco Calles (2012), él señala que hay *lettering* en México desde hace más de cien años, las muestras más añejas de *lettering* no surgen de los especialistas, ni de diseñadores; aparecen en la cultura popular de México.

El rotulismo en México, tiene como antecedente histórico más directo y principal las pinturas de los exvotos; una forma de expresión que ha prevalecido a lo largo de tres siglos, representando milagros y agradecimientos, ofrecidos típicamente en las iglesias.

Por otro lado en México, mucho después de la Revolución Mexicana se generaron condiciones políticas-económicas lo suficientemente estables para la industria gráfica nacional. En 1930 surgieron dos iniciativas en la Academia de San Carlos: el Taller de Carteles y Letras

fundado por Diego Rivera y la asignatura de artes del libro, que estuvo bajo la dirección de Francisco Díaz de León.

El diseño y la cultura mexicana deben mucho a los intercambios establecidos entre artistas y vanguardias extranjeras. Los vínculos forjados permitieron integrar a la gráfica nacional elementos visuales (cromáticos, compositivos y tipográficos) que habían sido utilizados en propuestas del *Arts and Crafts*, el *Art Nouveau*, el expresionismo, el cubismo, el futurismo, el suprematismo, el constructivismo, el dadaísmo, el *De Stijl*, y el *Art Déco*.

El estilo neocolonial tuvo su auge entre 1915 y 1930, éste rechazaba el progreso, la promoción de los valores religiosos y de la autoridad vertical. Las fuentes visuales que retomaron los artistas y maquetistas que se orientaron por esta vertiente fueron los tipos góticos y las guardas xilográficas de los primeros impresos mexicanos, la herrería, la cerámica (azulejos y talaveras) y las inscripciones lapidarias de los inmuebles novohispanos. También se destaca que las letras góticas fueron usadas vigorosamente en la rotulación publicitaria.

La caligrafía convivió con la tipografía móvil y el linotipo, pero fue la gestualidad de las letras manuscritas la que predominó en la estética de las portadas y carteles de este periodo.

La escritura-firma y las composiciones caligráficas fueron desarrolladas ampliamente por algunos artistas, pues encontramos letras hechas por Diego Rivera, José Clemente Orozco, Rufino Tamayo y María Izquierdo, aunque Diego Rivera será notoriamente prolífico en esta materia. (Diseño y tipografía que forjaron patria, en México ilustrado. Libros, revistas y carteles, 1920-1950, Valencia, (MuVIM), 2010).

Las nuevas tecnologías han variado la cara de la letra, debilitando la adaptación propia de corrientes estéticas y estandarizando la gráfica popular al despojarle el carácter jovial que la caracterizó hasta la introducción de los medios digitales.

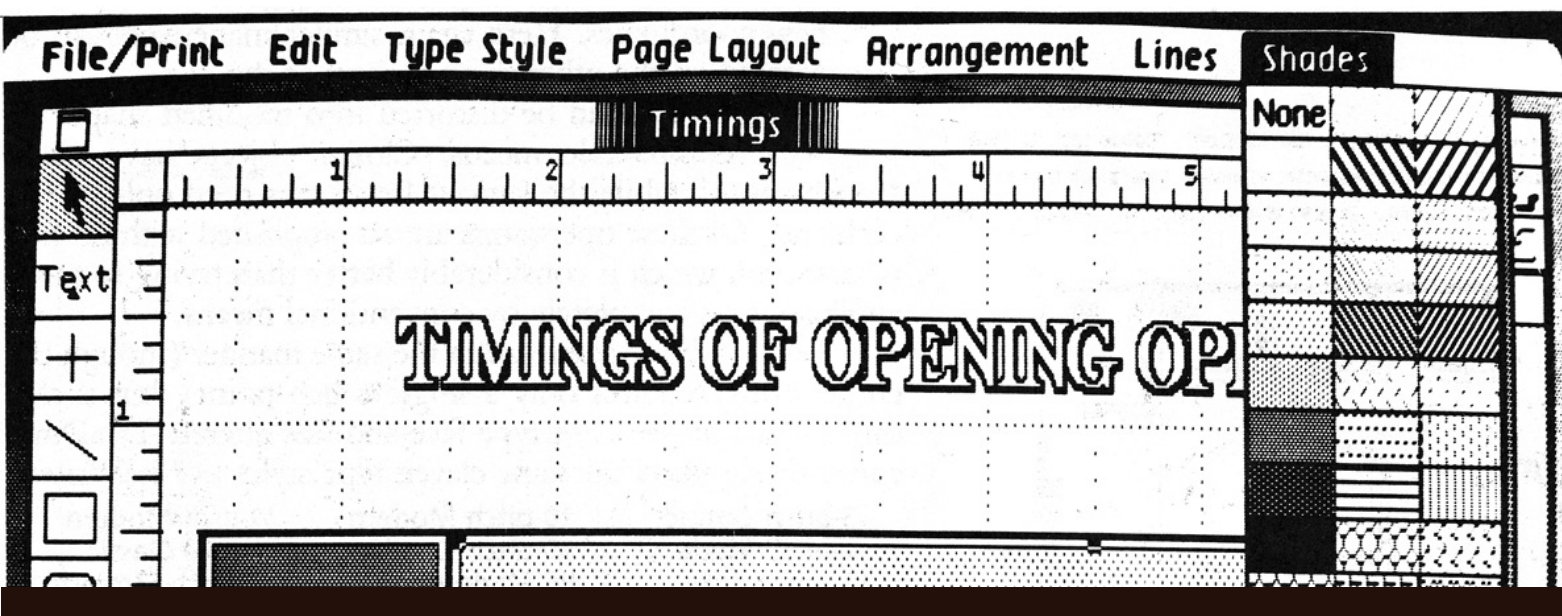
El uso de la tipografía fue decayendo debido a los recursos que aparecieron con el surgimiento de la era digital. Según Raúl Ramírez escritor del blog de Isopixel:

Cualquier aficionado puede crear tipografía si tiene un programa para el diseño de tipos, sin embargo el diseño resultante puede ser desordenado y sin sentido estético (2012:Párr 8 [En línea])

La tecnología posibilita a cualquiera que tuviera un ordenador personal, a diseñar o adoptar su propia letra pues dichos ordenadores, aunque fueran sencillos, contaban con un software que permitía realizar modificaciones a las tipografías, también reunía funciones que se llevaban a cabo de manera manual, por lo que el número de tipógrafos no calificados continuaba creciendo en comparación de los expertos. El diseño de tipos ya no es necesariamente una actividad artesanal, de hecho esta revolución eliminó de manera esencial el concepto tradicional de composición tipográfica, ahora cualquiera podía producir material tipográfico sin sentido. Los creadores de tipos lamentaban que la tecnología digital podía debilitar las bases de un desarrollo tipográfico serio. (Lewis Blackwell Tipografía del siglo XX ,1998, 2004).

La mayoría de los estudiantes y profesionales van directamente a la computadora para diseñar y “bosquejar” sus ideas. No creo que uno deba utilizar un ordenador para dibujar. No estoy en contra





del equipo. Es una gran herramienta, pero no genera ideas y es un pobre sustituto para el arte hecho a mano. Mi temor es que la próxima generación de diseñadores nunca podrá apreciar la diferencia. (Tony Di Spigna, 2012, [en línea])

Como se había planteado anteriormente existen varios factores que han ocasionado que se pierdan habilidades valiosas sobre lo hecho a mano, ya que en la actualidad existe un desenfrenado deseo por lo fácil y lo instantáneo, lo cual ha desdeñado aquello que requiere de práctica y paciencia.

Rudy Vander Lans fundador de Emigre (1984 – 2005) argumenta que: “El diseño de los tipos está destinado a desaparecer debido a la gran cantidad de software para fuentes, a la piratería y a la escasa atención que se presta a las normas relacionadas con las licencias”. (2012:Párr 8 [En línea])

El factor ha mermado la creatividad del diseñador, usando estos medios para crear sus diseños sin darse cuenta del potencial que puede tener la creación de nuevas formas tipográficas únicas y originales.

Otro aspecto que ha motivado el deterioro de la tipografía es el contacto entre el lector y el contenido que sucede en interfaces no tradicionales, por lo que la letra sufrió, sufre y todavía deberá sufrir un notorio cambio en su concepción y en su adaptación a los nuevos medios. Ya no es cuestión de moda, sino de reconocer su importancia y tomar conciencia del cambio que esto implica, tanto para los diseñadores como para quienes la utilizan.



Existen diversos factores que han repercutido con el paso del tiempo sobre el papel que ocupa la tipografía en México, ya que hoy en día no se aprecia lo suficiente, debido a la aparición de nuevas tecnologías, el diseñador ya no se preocupa por experimentar ni crear, sino por descargar aquellas fuentes tipográficas que le pueden ser útiles en el momento.

Aunque se ha demostrado que los tipógrafos mexicanos son capaces de hacer diseños de calidad, la compra de fuentes en el mercado nacional es muy baja, obligándolos a buscar mercados extranjeros; a consecuencia de esto el diseñador gráfico mexicano no encuentra atractivo crear tipografía.

Esto por otra parte, no sólo se debe al uso de la tecnología, si no a que el diseñador no tiene una cultura de lectura, la cual es necesaria pues ofrece un acervo cultural, autonomía e independencia, con lo que fomenta un sentido crítico y provoca la inquietud intelectual al aportar ideas nuevas.

Cabe señalar que, además de estas circunstancias, el diseñador desconoce o conoce muy poco acerca de la evolución e historia de la letra; esto se debe, según tipógrafos actuales, a la apatía de éste por la información histórica, al poco valor dado a la letra, y que la tipografía pareciera ser el área menos llamativa del diseño gráfico.

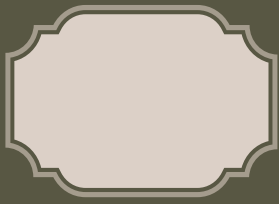
En México, actualmente tipógrafos como Cristóbal Henestrosa, José Luis Cóyotl, Jesús Barrientos y Francisco Calles, entre otros, han motivado el uso del *lettering* y la creación de tipografías, sin embargo, es preciso recalcar que no es necesario ser un especialista en *lettering* para adoptar este estilo y representarlo en sus diseños. Por lo que se plantea:





¿Qué recursos de expresión
visual podemos utilizar para
desarrollar tipografía creativa?





Justificación



Con el presente proyecto se demostraría la importancia que tiene el *lettering* como parte del diseño gráfico. De acuerdo con Gabriel Martínez Meave “entre más habilidades y herramientas tengamos, más capaces seremos, y las herramientas y habilidades manuales tradicionales no son menos poderosas que las electrónicas”.

Por lo que el uso del *lettering* dará la oportunidad de que mediante la práctica y la experimentación con técnicas, materiales y texturas, se enriquezca el ambiente creativo de la tipografía; que además ayudará al diseñador gráfico a encontrar una fuente de motivación e inspiración que lo lleve a mejorar su capacidad propositiva en sus diseños.

Demostrará que actualmente la globalización y la era digital no pueden dejar atrás la investigación, experimentación, conceptualización y originalidad de la tipografía para proponer algo diferente en el campo del diseño gráfico.



OBJETIVO GENERAL

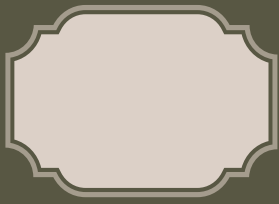
Demostrar que los recursos del *lettering* favorecen al resultado expresivo del diseño gráfico.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer un panorama general del origen y la presencia del *lettering* a través de la historia.
- Identificar quienes y como aplican el *lettering* en diferentes áreas.
- Descubrir las técnicas más representativas del *lettering*.
- Evidenciar la utilidad del *lettering* en México.
- Recopilar información sobre *lettering* para generar el interés en él.
- Establecer las diferentes formas de representar *lettering*.
- Clasificar las distintas formas de expresión visual.
- Tener mayor número de herramientas para la representación de *lettering*.
- Analizar los ejemplos del *lettering* que se hayan encontrado en el diseño gráfico.
- Demostrar que el diseñador gráfico puede ser más propositivo gracias al uso del *lettering*.
- Generar una propuesta gráfica aplicando el *lettering*.
- Presentar por medio de diversas técnicas y diseños experimentales, la capacidad de generar distintas formas de representar el *lettering*.





Hipótesis

Haciendo una propuesta gráfica utilizando el *lettering*, se demostraría que los recursos de expresión visual aportan valores útiles para el diseño gráfico.



capítulo 1

¿QUÉ ES EL *LETTERING*?

En este capítulo conoceremos las diferentes opiniones y definiciones de distintos tipógrafos contemporáneos, nacionales e internacionales.

Encontraremos información de la tipografía en México del siglo XX para adentrarnos en el mundo de *lettering*.



HUBBIS

A

INTERNATIONAL

INTERNATIONAL

TENTON ONSTELL

TENTON ONSTELL

1.1

Definición de *lettering*

“La letra está llena de trucos”

JESÚS BARRIENTOS, 2012



Antes de adentrarse al contexto histórico del término *lettering*, es necesario dar una definición, ya que en tipografía hay muchos términos que no tienen traducción al español, y *lettering* es uno de ellos.

Desde siempre, se han buscado alternativas para otorgar una forma visual a las ideas y conceptos, dando al mismo tiempo, orden y claridad a la información. Dentro del diseño gráfico, existen distintas alternativas para lograrlo, y estas necesidades han sido solucionadas por varias personas mediante la tipografía.

El término *lettering* es un anglicismo, y se refiere a todas aquellas letras hechas a mano realizadas especialmente para la gráfica, no está restringido, es libre y se adapta a cualquier estilo, es por ello que difiere de la caligrafía, ya que ésta depende de la herramienta con que se ejecuta y también del estilo con que se lleve a cabo; por ejemplo si la escritura no cumple con un modelo o la herramienta adecuada, no es utilizada en cierto ángulo y con cierta modulación, deja de ser una correcta caligrafía.

Pese a esto el *lettering* no tiene una definición clara, esto se debe a que cada región desarrolla un contexto histórico diferente y por lo tanto su significado no es el mismo, pero parte importante del *lettering* es la realización y desenvoltura de la letra, como nos dice en una entrevista realizada por nuestro equipo en julio de 2012, el diseñador y tipógrafo mexicano Cristóbal Henestrosa quien señala que:

La letra es muy importante para el diseño gráfico; es contenido pero también es imagen y por ese lado es imprescindible” para él; el *lettering* es: “una letra o varias que actúan como un todo, es bastante cercano a un logotipo, el *lettering* es un poco más grande que eso, no sólo una palabra tecleada sino todo actúa en conjunto...o algo hace que todo forme un sólo bloque, no puede existir en una tipografía como tal sino que fue hecho justamente para esa combinación de letras, eso creo que es *lettering* (entrevista realizada, 2012).

La semejanza entre logotipo y *lettering* surge, como él menciona, desde el momento en que se realiza y adquiere una identidad, ya que está hecho específicamente para un trabajo o proyecto, por lo que no es necesario hacer la búsqueda de una fuente existente que cumpla con las características del trabajo, sino que se crean letras que cumplan con una función específica.

En una entrevista en línea realizada por nuestro equipo, en junio del 2012, a la diseñadora e ilustradora argentina Laura Varsky, ella menciona:

Como diseñadora, el aspecto tipográfico fue (y sigue siendo) un eje fundamental en mi trabajo. Es por eso que a la hora de empezar a ilustrar, el dibujo de letras apareció casi instintivamente.

[...] Sin duda tantas horas y horas observando tipografías hizo que lo primero que apareciera a través de mi lápiz fueran letras. El *lettering* es dibujar una composición única a través de letras, palabras y frases. Me gusta pensar, creer y proponer que “una palabra vale más que mil imágenes (entrevista realizada,2012) .

Es muy acertado el comentario de Varsky, ya que a través del tiempo aún podemos decir que la tipografía sigue siendo una herramienta indispensable para el diseñador y que sin duda puede otorgarle un sin fin de posibilidades al momento de diseñar, pues al utilizarla correctamente puede darle el mismo valor a un diseño sin necesidad de hacer uso de la imagen e incluso en ocasiones puede resultar más propositivo e único.

El ilustrador, calígrafo, tipógrafo y diseñador gráfico mexicano Gabriel Martínez Meave, en una entrevista realizada en julio de 2012 por nuestro equipo, nos comenta:

El *lettering* se traduciría al español como rotulación... *lettering* literalmente significa algo así como letramiento pero lo podemos traducir como rótulo o rotulismo, entonces es una letra popular hecha para representar signos, para letreros y marquesinas, esa sería la definición práctica de *lettering*, pero también aplica cuando uno diseña un logo o una marca basados en letras gestuales que vienen de la mano, no nada más tecleando fuentes que ya existen, si no que son hechos totalmente manuales... La letra manual tiene una vida que no tiene la letra de catálogo... el diseño de letra manual te da una cosa y forma única de letra, también eso podría ser *lettering* (entrevista realizada,2012).

Así pues, de todas estas consideraciones se puede decir que además, se trata de una manifestación cultural, exenta de destrezas de dibujo, tipografía y diseño. Y a lo que hace referencia Gabriel Martínez Meave, es sólo una forma de expresión de la clase popular con estilos y criterios propios, no fundamentados en la investigación. Por su parte, Jesús Barrientos en su definición se atreve a decir que “La letra está llena de trucos” y comenta al respecto que *lettering* “Sería como letrismo o letrerismo; lo más cercano que yo he encontrado de *lettering* en español ha sido el rotulismo”. Él cree que lo más importante del *lettering* no es la definición si no el trabajo; la dimensión que se le pueda dar a éste, se refiere a él como letrerismo o diseño de palabras, cree que existe mucha relación entre el *lettering* y el diseño de letras.

El *lettering* a veces tiene mucho más que ver con el diseño de logotipo que con tipografía, y otras veces el *lettering* se relaciona más con caligrafía, pero el fin tanto de la caligrafía como el *lettering* es hacer que la palabra que se está diseñando se vea bien, es decir, que lo que se lee y lo que se ve sean uno mismo.

Teniendo los conceptos de diferentes tipógrafos y diseñadores nacionales e internacionales, podemos formar una definición que unifique los diversos criterios.

El *lettering*, difiere de la caligrafía porque ésta es una escritura que cuenta con ciertos parámetros dados por el contexto histórico, estilo y herramienta. En cambio el *lettering* es una composición tipográfica hecha a mano para un caso y contexto específico; no se encuentra restringido, es decir, es libre desde el momento en que se selecciona la herramienta para generar el diseño hasta la selección del estilo en la representación del mismo.

Entre estos autores existe una concordancia al definir *lettering* como rotulación en su traducción al español, en ese caso se puede establecer que el escribir a mano, sin que siga totalmente las reglas de la caligrafía, ni tampoco se llegue a la quirografía, que es el acto mismo de escribir, se puede definir como *lettering*.

Finalmente podemos enunciar que *lettering* es dibujar una serie de letras que conforman una o varias palabras, y que funcionan como una composición independiente de un alfabeto definido.

Ahora bien, adentrarnos a la historia e influencia que han dado origen al *lettering*, servirá para comprender su definición, por lo que en las siguientes páginas se presentará la información necesaria.



1.2

La letra en el *tiempo*

“La letra es un elemento visual y, por lo tanto, potencialmente plástico”

MANUEL SESMA, 2004



El diseñador gráfico es heredero de una historia muy vasta.

Desde Egipto, impresores chinos, ilustradores medievales e impresores del siglo XV, compositores que diseñaron los primeros libros impresos en Europa; todos se convirtieron en parte de esta rica herencia. (Meggs, Philip B. 1983).

La importancia de mencionar la historia del diseño tipográfico es con la convicción de que si se entiende el pasado, seremos capaces de continuar con un legado cultural amplio, ya que si se ignora, se corre el riesgo de caer en apatía hacia nuestra riqueza cultural.

Tal es el caso del *lettering*, ya que es una forma de experimentación tipográfica, no se sabe con precisión cuando y donde surgió. Si bien sólo se especula acerca de su origen, se puede mencionar que al ser un término ligado a la letra, su inicio surgiría, claro esta, a partir de la invención de la escritura, que tenía como fin registrar información y cuyo inicio fue mediante la creación de pictogramas que irían innovándose radicalmente hasta evolucionar en





Fig. 1



Fig. 2



Fig. 3

➤ Fig. 1. Gabriel M. Meave. «*Nulla dies sine linea*» (Ni un día sin una línea) fue ejecutado en una sola sesión con una pluma de pavo y una pluma de metal puntiagudo en un gótico, 2012.

Fig. 2. Libro de *Duroow*, inicial del Evangelio de San Marcos, 680 d.C

Fig. 3. Libro de *Kells*, página inicial Chi-Rho, 795-806 d.C.

signos y símbolos abstractos, que llegarían a formar las letras que hoy en día conocemos.

Su proceso del *lettering* en la historia se fue fortaleciendo gracias a las contribuciones, inventos e invenciones de las personas interesadas en las letras, tal es el caso de la invención del papel, la imprenta y del tipo móvil así como la caligrafía como contribución china, misma que se puede retomar como punto de partida del *lettering*.

LA CALIGRAFÍA

La caligrafía ha dejado un legado importante al *lettering* el cual se nutre de la influencia de la caligrafía china que se empleaba en composiciones abstractas, usándola con posibilidades decorativas, estéticas y ornamentales. En las culturas orientales, la caligrafía es una de las formas de arte más puras y estimadas, la cual se apoya en siglos de tradición y exige una práctica larga y disciplinada, por lo que está plenamente integrada con otras actividades artísticas y con las tradiciones filosóficas. En occidente, la escritura manual ha ocupado, en general, una posición menos elevada y sus tradiciones se han cortado y transformado. Se ha utilizado, principalmente, como una actividad cotidiana y la preocupación por la belleza de formas ha sido ocasional. (Ver Fig. 1)

Desgraciadamente la caligrafía fue perdiendo su desarrollo y paso a ser una actividad conservadora que sólo ejercía la política y la religión totalitaria; debido a esto, la caligrafía comenzó a de-

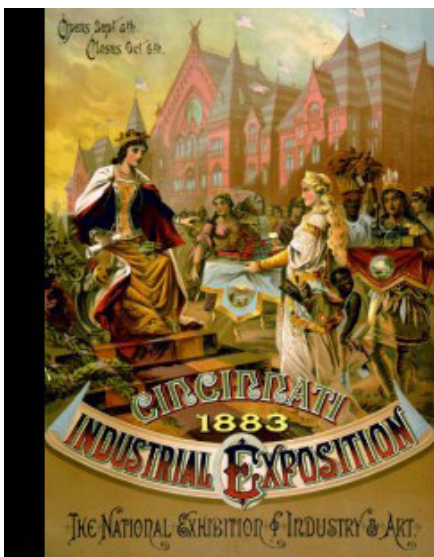


Fig. 6



Fig. 7



Fig. 8

➤ Fig. 6. Cartel de exposición industrial de Cincinnati, 1833.

Fig. 7. Título de la página de Iglesias Citadinas, Arthur H. Mackmurdo, 1883.

Fig. 8. Baile en el Moulin Rouge, 1889.

Al igual que los libros medievales, en Alemania, Italia y Francia surgen los libros ilustrados cuya característica en común es la aplicación de letra elaboradas de manera manual pero sin tanta ornamentación, es decir, un poca más estilizada.(Ver Fig. 5)

Es importante mencionar que este proceso de estilización de la letra fue desarrollado posteriormente por grandes personaje como Caslon, Baskerville, Bodoni y Didot por mencionar algunos, considerados como genios tipográficos.

La presencia de *lettering* vuelve a resurgir durante la Revolución industrial, en la época victoriana y el movimiento de artes y oficios (influenciado por el *Art Nouveau*) en las aplicaciones editoriales y publicitarias de ambos,(Ver. Fig. 6-7) donde el uso de la letra manual da a los trabajos una perspectiva mucho más dinámica que si se realizara con tipografías ya existentes. No sólo el movimiento de artes y oficios fue influenciado por el *Art Nouveau*, hubo cartelistas como Toulouse-Lautrec y Jules Chéret, por mencionar los más conocidos, que basados en el uso de elementos orgánicos, realizaban sus composiciones en donde la letra escrita a mano lograba la armonía con los otros elementos.(Ver. Fig. 8-9)

Aunque el *Art Nouveau* desaparecería, aún es parte de inspiración para los artistas de los siglos posteriores. Ya para el comienzo del siglo XX, el *lettering* retoma de nuevo a la caligrafía como



Fig. 9

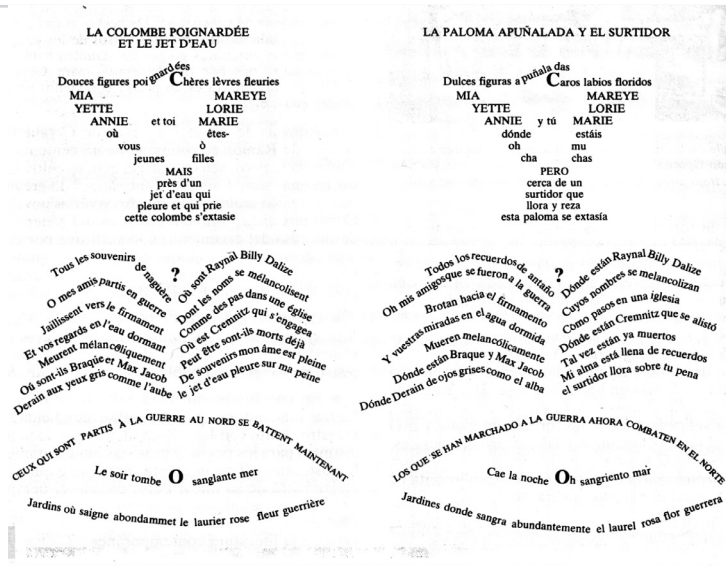


Fig. 10

su punto de partida, dejando de lado toda la historia, evolucionando en la escritura debido a que había personas interesadas en desarrollarla, permitiendo que su concepción fuera de manera natural, ejemplo de ello fue el desarrollo de la poesía visual.

POESÍA VISUAL

El comienzo del desarrollo de la poesía visual buscaba proyectar mayor expresividad en los textos e involucrar en ellos la experimentación de la letra.

La letra como elemento estético tiene su introducción con la poesía de Stéphane Mallarmé, donde combina lo verbal y lo visual. La poesía visual surge de una poesía experimental donde el texto toma protagonismo en una nueva forma de composición. Su origen se remonta al poeta griego *Simmias de Rodas* hacia el año 300 a.C. quien en sus poemas lograba dar un aspecto gráfico, así como también la armonía de sus versos en relación con la figura que se proponía a ilustrar. Pero es Guillaume Apollinaire (1880-1918) quien en 1918 publica un libro llamado *Calligrammes* donde hace revivir el género con sus caligramas (poemas en los cuales las letras están dispuestas para formar un diseño, una figura o una pictografía visual). Apollinaire crea sus poemas a partir de fragmentos de sus textos, componiéndolos en líneas y en curvas, por lo que de esa manera el lograba que el lector eligiera por si


Fig. 9. Cartel para Jane Avril,  Henri de Toulouse-Lautrec, 1893.

Fig. 10. Poema extraído de Guillaume Apollinaire. En este expresivo diseño la tipografía se convierte en un pájaro, en una fuente y un ojo.





Fig. 11

➤ Fig. 11. Filippo Marinetti
 “Montañas + Valles + Calles”
 1915. Se trataba de comunicar
 “Simultaniedad” de la percep-
 ción. Las estructuras tradicio-
 nales de la oración, la gramá-
 tica y la puntuación fueron
 abandonadas.

Fig. 12. Filippo Marinetti
 “Un encuentro tumultuoso”
 1919, incitaba a los poetas a
 liberarse de la servidumbre
 de la gramática para abrir
 mundos nuevos de expresión.

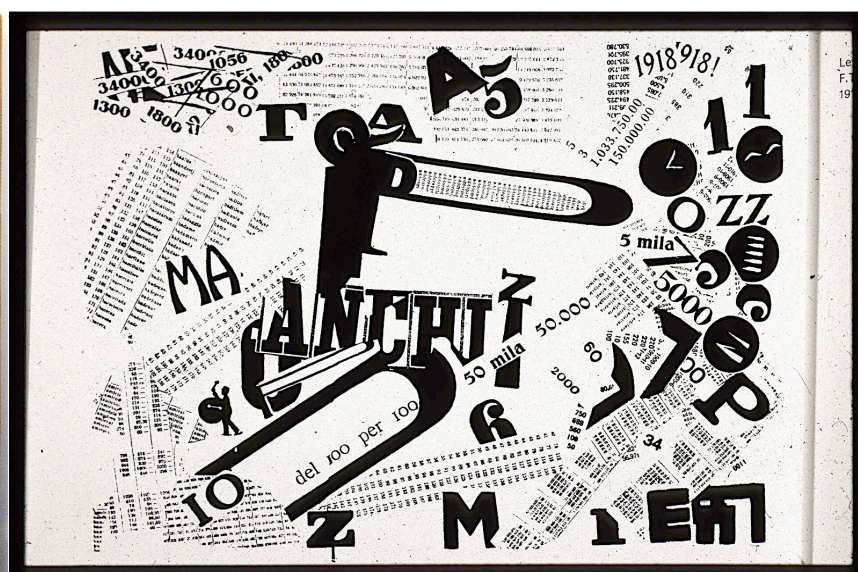


Fig. 12

mismo la forma de interpretar la figura que dibuja el texto (Ver Fig. 10). De esta manera él aprovecha muchos recursos tipográficos principalmente para lograr innovaciones, desafiando la legibilidad, así como también el orden del lenguaje.

En este sentido comienza un proceso de búsqueda de nuevas formas de expresión dando surgimiento a nuevas vanguardias.

VANGUARDIAS EUROPEAS

A principios del siglo XX surgieron corrientes vanguardistas que trajeron cambios únicos en la letra y que alteraron aspectos importantes en ella; éstas fueron:

FUTURISMO ITALIANO

El futurismo, fundado como movimiento revolucionario por el poeta Filippo Tommaso Marinetti en 1909, proclamaba la pasión por la guerra, la era de las máquinas, la velocidad y la vida moderna. Él declaraba que el movimiento se ejercía como una acción artística e influía en la vida política propagando un patriotismo revolucionario.

Marinetti y sus seguidores produjeron una poesía con una carga explosiva y emocional que desafiaba la sintaxis y la gramática ortodoxas de esta manera pretendía generar un nuevo dinamismo que les permitiera desarrollar una nueva forma de composición tipográfica. (Ver Fig. 11)

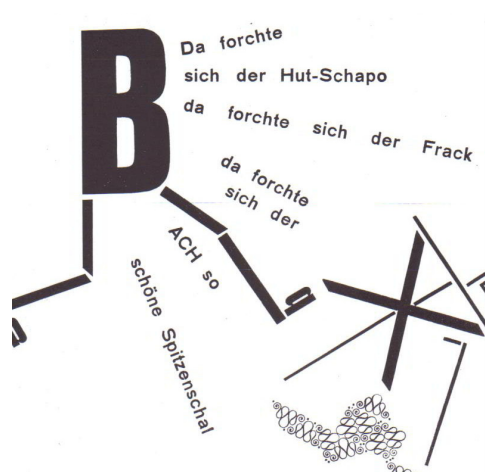


Fig. 13

En enero de 1913 en el periódico *Lacerba*, en su publicación del número de junio se publicó un artículo de Marinetti en el cual llamaba a una revolución tipográfica contra la tradición clásica, implicando que el diseño tipográfico fuera llevado al campo de batalla artístico (Ver Fig. 12). Fue así como se inició la experimentación tipográfica creando un diseño nuevo e íntimamente relacionado con la pintura al cual se le denominó “tipografía libre” o “palabras en libertad” en ella se rompían las reglas del lenguaje ortodoxo, tanto oral como visual también ponía en manifiesto la situación de esa época, haciendo énfasis en la política.

La influencia de la política fue un factor que de alguna manera, en ocasiones evidente, influenciaron o fueron puntos de partida para los movimientos vanguardistas como por ejemplo el dadaísmo.

DADAÍSMO

Aunque en principio la política pasaba inadvertida, un grupo de intelectuales del Cabaret Voltaire formarían parte de ella con el motivo de acabar con la guerra y de esta manera comenzaría el desarrollo espontáneo del movimiento dada.

El movimiento dadaísta originario de Alemania, se desarrolló como un movimiento literario que va en contra de lo tradicional, de la oposición, de las reglas, de las leyes, buscando la libertad total, lo que condujo a enriquecer el vocabulario visual; es el poeta Húngaro, Tristán Tzara (1896-1963) quien guía el movimiento dadaísta.

Fig. 13. Kurt Schwitters
“Las marchas espantajo” 1922. En este cuento de hadas moderno, el tipo y la imagen están casados literal y figurativamente, mientras la B predomina sobre la X con una super abundancia de palabras.



Fig. 14

⤴ Fig. 14. Portada de periódico dadaísta “El Corazón Barbado” 1922. Muestra una organización casual del espacio, en tanto que las ilustraciones están ubicadas arbitrariamente en la página.

Los artistas dadaístas aseguraban que no estaban creando arte, sino que se estaban burlando y difamando a una sociedad que se había vuelto loca, produciendo de esta manera un arte visual significativo que aporte valores importantes al diseño gráfico. Estos artistas recreaban la lógica contra el absurdo mediante la poesía, donde Schwitters¹ la define “como la interacción de elementos: letras, sílabas, palabras y oraciones” (Schwitters:311).

Debido a acciones espontáneas con decisiones planeadas, los dadaístas se deshicieron de las reglas tradicionales del diseño tipográfico en pro de la defensa de la tipografía **asintáctica** y con ello generaron una nueva forma de lectura. (Ver Fig. 13)

Schwitters, encargado de la edición del periódico *Merz*, publica en su número 11, “La tipografía publicitaria” ocasionando la experimentación y realización de nuevas tipografías. Aunque la tipografía dadaísta pretendía generar una nueva forma de lectura, conservando características como la mezcla de caracteres y formas caóticas, lo que ocasionaba que el lector quedara un poco desconcertado. (Ver Fig. 14)

Manuel Sema menciona que: “La tipografía dadaísta ni siquiera es tipográfica” (2004:132)

¹Kurt Schwitters. Pintor alemán; a través de la revista *Der Sturm* entró en contacto con la vanguardia alemana, en concreto con el expresionismo, a través del cual llegó a la definición de su propio estilo. (Historia del diseño Gráfico: Philips Meggs, 309)

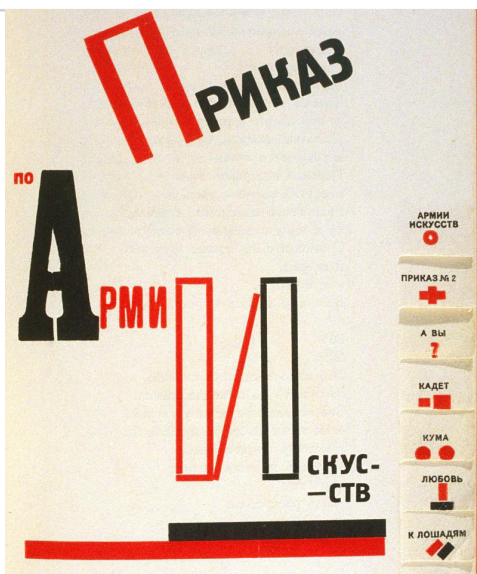


Fig. 15



Fig. 16

CONSTRUCTIVISMO

En el aspecto tipográfico el constructivismo forjó la unidad entre el arte y la tecnología al edificar un mundo nuevo de objetos rebelándose contra la tipografía metálica. Guiados por Vladimir Tatlin (1885-1953), y por Alexander Rodchenko (1891-1956), 25 artistas propusieron un punto de vista contrario cuando renunciaron al “arte por el arte”, comenzando de esta manera el idealismo del constructivismo en Rusia.

Quien mejor llevó a cabo el ideal constructivista fue Lissitzky (Lazar Markovich). Este visionario influyó profundamente en el curso del diseño gráfico; Lissitzky utilizaba a menudo la construcción con instrumentos de dibujo y maquetas para realizar sus diseños, se rebeló contra las restricciones de la tipografía metálica permitiéndole desarrollar rápidamente sus ideas tipográficas, caracterizándose por la exploración de los valores plásticos de la letra. (Ver Fig. 15)

Por su parte, Leclanche-Boulé defendía una teoría expresiva de la tipografía, en la que los valores estéticos predominaban sobre los valores de uso, por lo tanto el constructivismo buscaba la interacción con el lector al disponer las tipografías bajo una estructura horizontal y vertical, recurriendo a líneas, superficies, colores, tamaños, escalas y todo aquello que tuviera una función expresiva. (Ver Fig. 16)


Fig. 15. El Lissitzky “Página de la Voz de Maiakovski” 1923. Un índice de lengüetas troqueladas a lo largo del margen derecho es utilizado para facilitar al lector encontrar un poema. 

Fig. 16. El Lissitzky “Golpe a los blancos con la cuña roja” 1919. Posee un simbolismo político, muy sencillo, incluso un capesino semiletreado podía entenderlo. En este cartel se demuestra el apoyo a los bolcheviques. Philip B. Meggs, *Historia del diseño Gráfico*.





Fig. 17

> Fig. 17. Vilmos Huszar y Van Doesburg "Portada *De Stijl*" 1917. Este logotipo cuyas letras están construidas a partir de una red abierta de cuadros y rectángulos se combinaron con su composición y sus tipos para crear un rectángulo conciso en el centro de la página.

Los rasgos casuales del dadaísmo se combinan a menudo de manera original en estos diseños constructivistas, dando una nueva forma al empleo de la tipografía y de los elementos del montaje.

El arte ruso ejerció una influencia internacional en el diseño gráfico y la tipografía del siglo XX presentando trabajos por medio de la comunidad artística, visual y literaria. Aunque el constructivismo persistió como una influencia en los gráficos soviéticos y el diseño industrial, la naturaleza del espíritu creativo era tal que, a pesar de la estricta desaprobación oficial, el diseño gráfico constructivista continuó apareciendo de vez en cuando.

De tal manera que las ideas tipográficas constructivistas eran entendidas de manera similar por el movimiento *De Stijl*.

DE STIJL

En el año de 1917 en Holanda, se fundó el movimiento y el periódico *De Stijl* que defendía lo plástico frente a lo narrativo, lo universal frente a lo individual y relegaba los sentimientos frente al significado, convirtiendo sus obras en armonía.

Sus obras se veían reflejadas en las poesías que eran creadas para una nueva literatura y exploración expresiva de la misma, sin renunciar a la sintaxis u otro recurso lingüístico, estas bases fueron fundamentadas por Théo van Doesburg, Piet Mondrian y Antony Kok. (Ver Fig. 17)




Fig. 15

Théo van Doesburg (1883-1931) es el fundador de este grupo. Los artistas *De Stijl* buscaron una expresión en la estructura matemática del universo y de la armonía universal de la naturaleza. En los diseños tipográficos de Van Doesburg y de Vilmos Huszar (1884-1960) las líneas curvas fueron eliminadas y se prefirieron las tipografías sans serif. (Ver Fig. 18) Tenían como base la trascendencia de la palabra, interviniendo en la creación de una nueva literatura a través de la poesía y la exploración, ejemplo de ello es el poema *Letterklankbeelden*.²

Aunque artistas como Moholy-Nagy y Cesar Domela tenían un desprecio total por las reglas de la tipografía, lo que los llevó a la realización de obras realmente experimentales. Desgraciadamente este movimiento desaparece a la muerte de Van Doesburg en el año de 1931.

Su búsqueda constante a través de los signos tipográficos, elementos impresos y la experimentación plástica generaba ya un método creativo en la tipografía, elemento que se exploraría más en la Bauhaus.

Fig. 18. Théo Van Doesburg 
 “Cartel para exposición”
 1920. La rotulación original
 fue ejecutada en tinta para su
 reproducción y promover una
 exposición internacional.

² *Letterklankbeelden*. Poema de Théo van Doesburg, (imágenes de palabras y sonidos), publicado en el n° 7 de *De Stijl* bajo el seudónimo de I. K. Bonset.

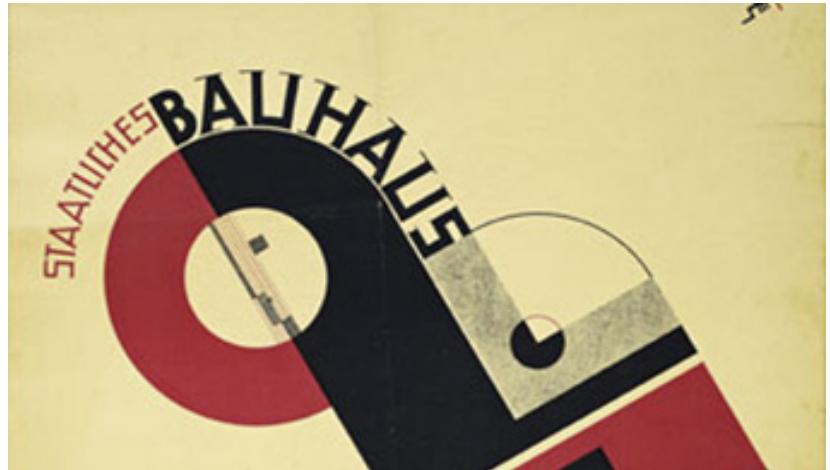


Fig. 19

➤ Fig. 19. Joost Schmidt “Cartel para la exposición de la Bauhaus” 1923. El diseño de este cartel se evoca al constructivismo y un sentimiento de formás mecánicas.

LA BAUHAUS

En una época en la que Alemania se encontraba en un estado de gran efervescencia, Walter Gropius³ decidió fusionar las artes aplicadas que orientaban la Escuela de Artes y Oficios de Weimar con la escuela de Bellas Artes, dando origen así a la academia de Arte de Weimar, a esta nueva escuela la llamó: *Das Staatliches Bauhaus*.⁴

La Bauhaus surgió a consecuencia de la inquietud alemana por mejorar el diseño. Las áreas del diseño de mobiliario y la tipografía fueron especialmente influenciadas por la corriente *De Stijl*, donde se daba interés a tipografías modulares como medio para crear letras, lo que los llevó a eliminar en sus diseños la línea curva y elegir la recta, así como la horizontal como medida idónea para su diseño. (Ver Fig. 19)

Laszlo-Moholy-Nagy quien fuera el primer ministro de la Bauhaus, tenía una pasión por la tipografía y la fotografía, lo que le inspiró el interés en la comunicación visual y lo condujo a realizar experimentos importantes en estas dos áreas.

³ **Walter Gropius.** Nació en Berlín, fundó en 1919 una escuela de diseño, arte y arquitectura. Uno de los principios establecidos por La Bauhaus desde su fundación: “La forma sigue a la función”

⁴ **Das Staatliches Bauhaus.** Un término alemán que significa, Casa de Construcción, fue fundada en 1919, en Weimar (Alemania), por Walter Gropius, trasladada en 1925 a Dessau y disuelta en 1933 en Berlín. El espíritu y las enseñanzas de esta institución se extendió por todo el mundo de los principios establecidos por La Bauhaus desde su fundación: “La forma sigue a la función”



Fig. 20

Moholy-Nagy veía el diseño gráfico, especialmente en el cartel, evolucionar hacia la fototipografía, pues en él, la tipografía, abogaba por los contrastes fuertes y el uso audaz del color.

Un ejemplo claro de esta tendencia se observa en la publicación de *Staatliches Bauhaus en Weimar*⁵, en la que contribuyó con una declaración importante acerca de la tipografía, afirmando que:

La tipografía es un instrumento de comunicación. Debe ser la comunicación en su forma más intensa... La legibilidad y la comunicación nunca debe ser deteriorada por la estética a priori. Las letras nunca deben estar forzadas dentro de un armazón preconcebido, por ejemplo, un cuadro... Nosotros utilizamos todos los tipos de letra en todos sus tamaños, formas geométricas, colores, etc. Queremos crear un lenguaje nuevo de la tipografía cuya elasticidad, variabilidad y frescura en la composición tipográfica sean dictadas exclusivamente por las leyes internas de la expresión y del efecto óptico (1983:85).

La Bauhaus representó la liberación de la tipografía tradicional por tipografías geométricas, donde se eliminó la referencia cultural e ideológica, que se tiene de la letra para representar un lenguaje gráfico basado en formas abstractas en función de las normas ópticas naturales. (Ver Fig. 20)

⁵ *Staatliches Bauhaus en Weimar*. Casa de la Construcción Estatal (traducido al español), fue la escuela de artesanía, diseño, arte y arquitectura, fundada por Walter Gropius en Weimar (Alemania) y cerrada por autoridades prusianas en manos del partido nazi.


Fig. 20. Laszlo Moholy-Nagy 
 “Portada del folleto Libro Bauhaus”1928. Dos fotografados de tipo de metal crean juntos una configuración espacial e insólita.



Fig. 21

Fig. 21. Bauhaus post guerra.

Otro personaje destacable fue Herbert Bayer quien en cuanto a su diseños de tipos no trataba de imitar rasgos caligráficos, si no más bien buscaba la libertad tipográfica para lograr lo que el denominaba “la forma de la letra esencial” permitiéndole desarrollar formas aptas para la composición.

La influencia que la Bauhaus ejercía sobre la comunidad artística fue ampliamente extensa en cada una de las áreas que impartía, aunque pese a esto, no evito que fuera cerrada el 10 de agosto de 1933, con el consentimiento de los profesores, pues el acoso constante de la Gestapo⁶, exigía que “*los bolcheviques culturales*” fueran sustituidos y remplazados por simpatizantes nazis.

Pero muchos profesores aún acosados por los nazis huyeron a Estados Unidos, entre ellos Moholy-Nagy quien establecería en Chicago la Nueva Bauhaus, teniendo como resultado un gran impacto en el diseño estadounidense que se destacaría después de la Segunda Guerra Mundial, creando un estilo de diseño viable y moderno que influenciaría a la arquitectura, al diseño industrial y la comunicación visual. (Ver Fig. 21)

Todo esto llevaría posteriormente, a varios diseñadores independientes, a fomentar la idea de “la nueva tipografía” que posteriormente sería Jan Tschichold a quien se le atribuiría introducirla más ampliamente en el diseño.

⁶ **Gestapo.** Fue la policía secreta oficial de la Alemania nazi, dirigida desde 1936 por Reinhard Heydrich hasta su muerte en el atentado de Praga en 1942.

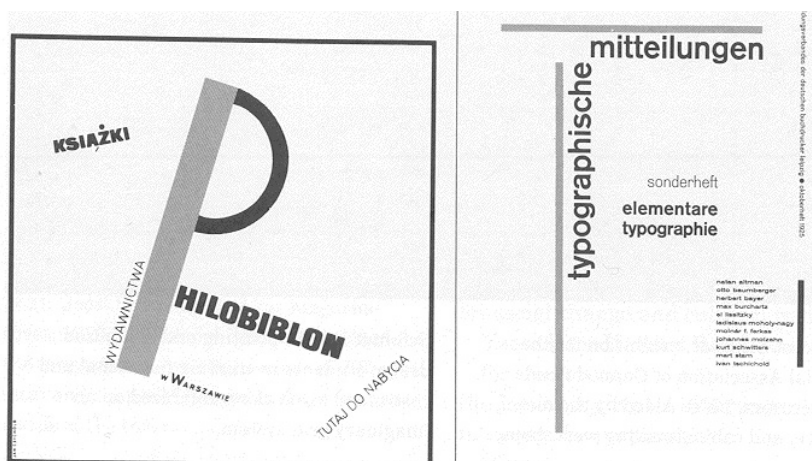


Fig. 22

LA NUEVA TIPOGRAFÍA

De las aportaciones significativas del siglo XX y como parte de los movimientos de arte moderno varios diseñadores, trabajando de forma independiente, hicieron aportaciones significativas al desarrollar lo que se ha denominado “la nueva tipografía”, creado como movimiento en 1923, y del que, como su primer objetivo fue desarrollar su forma visible a partir de las funciones de texto.

La nueva tipografía rechazaba la decoración en favor de un diseño racional, una reacción contra el caos y la anarquía de la tipografía alemana, planeado únicamente para efectos de comunicación, sin embargo el funcionalismo no era un sinónimo exacto de la nueva tipografía. (Ver Fig. 22)

Jan Tschichold (1902-1974) fue el principal responsable del desarrollo de las teorías sobre la aplicación de las ideas constructivistas a la tipografía, y de introducirla más ampliamente. El decía: “cualquier letra y en especial la tipografía es principalmente, y en primer lugar una expresión de su propia época”. (1930: 144)

Además, es importante tomar en cuenta que la nueva tipografía se basaba en la libertad compositiva y el dinamismo visual pero considerando una serie de normas como la claridad y legibilidad; rápidamente asimiló los nuevos conceptos de diseño de la Bauhaus y de los constructivistas rusos en su obra y se convirtió en un excelente tipógrafo.

Fig. 22. Jan Tschichold “Cartel de exhibición para un editor” 1924. Este cartel es uno de los primeros intentos de Tschichold para aplicar los principios del diseño del movimiento moderno que estaba aprendiendo.



Fig. 23

> Fig. 23. A.M Cassandre
 “Cartel de un Ferrocarril”
 1927. Anuncio nocturno es
 muestra de un magnífico di-
 seño abstracto.

Tschichold demostró como los movimientos de arte moderno podían relacionarse con el diseño gráfico al sintetizar con experimentos nuevos su concepción práctica de la tipografía y sus tradiciones. También sentía que la nueva tipografía era adecuada para publicitar productos industriales y para la comunicación de la pintura y de la arquitectura contemporánea. En el año 1924, escribió:

La actitud impaciente de la nueva tipografía, conuerda con la procesión alemana a lo absoluto, así como su voluntad militarista para regular y su afirmación del poder totalitario, reflejan todos aquellos componentes temibles del carácter alemán que desataron el poder de Hitler y la Segunda Guerra Mundial (Tschichold: 377).

Tschichold valoraba a la nueva tipografía por ser un esfuerzo de purificación, claridad y sencillez de medios, por lo que fue capaz de reavivar la expresión tipográfica del siglo XX con buenos resultados; devolvió la tradición humanista al diseño de libros y dejó una huella indeleble en el diseño gráfico (Meggs, Philip B.: 1983:379). Por otra parte, la nueva Tipografía influiría en los trabajos de los cartelistas de manera indirecta o directa, como Cassandre y de este modo se hacía presente en el cartelismo.



Fig. 24

CARTELISMO

El cartelismo (1920-1950) es influenciado por el constructivismo y la nueva tipografía, es una etapa de transición en el campo del diseño gráfico, de carácter publicitario y con tipografía rotulada, donde la letra juega un papel de ícono en la composición gráfica. (Ver Fig. 23)

Esta transición fue llevada a cabo por los cartelistas como Colin, Carlu, Loupot y Cassandre, siendo éste último un gran exponente del cartelismo. En sus trabajos exponía a la palabra como elemento visual del cartel, pues para él la letra formaba parte de la imagen y debía respetar la ley de la tipografía; pese a su uso muralista no tenía que perder la legibilidad, pues según él, las letras son la clave de un lenguaje en el que no se sabe si esta compuesto por palabras o por imágenes. (Ver Fig. 24)

La letra se revelaba como algo para ver, era una sugestión visual inmediata y muda, poseedora de significaciones, por lo que el valor gráfico de la letra motivó la creación de alfabetos. El propio Cassandre diseñaría un tipo publicitario llamado Bifur, con el que pretendía generar una fuente de inspiración para el futuro de la tipografía. Poco a poco las nuevas bases en las artes fueron surgiendo cada vez con mayor fuerza, lo que propició que los artistas desarrollaran trabajos con mayor calidad; en el siglo XX Estados Unidos se convertiría en un centro cultural con la llegada de la Escuela de Nueva York.

Fig. 24. A.M Cassandre
 “L’Intransigent” 1925. En esta obra Cassandre optó por cortar el nombre de su cliente dejándolo en un ángulo superior derecho y abreviado en su uso común.

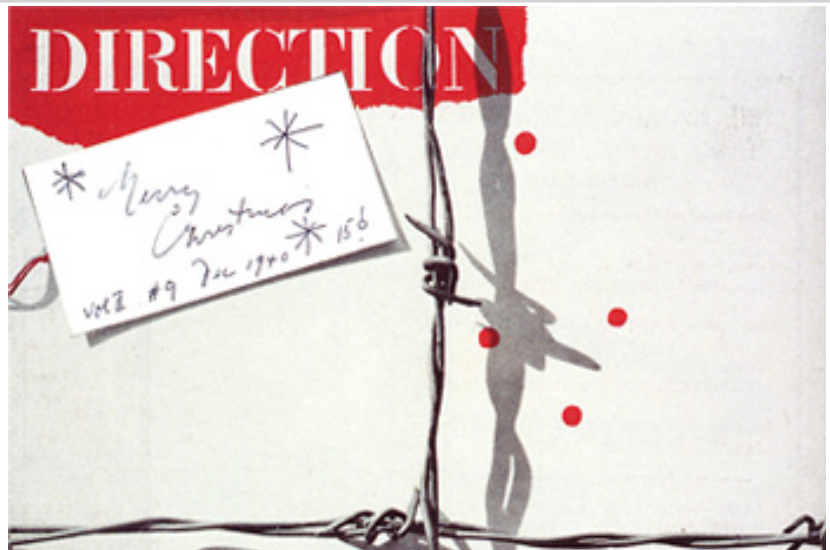


Fig. 25

> Fig. 25. Paul Rand
 “Portada de la Revista Dirección” 1940. Pequeña tarjeta de Navidad escrita a mano en un rectángulo frágil contrasta con la rotulación mecánica de estencil del logotipo, sobre un elemento de collage con el borde rasgado.

ESCUELA DE NUEVA YORK

En pleno siglo XX Nueva York se convirtió en centro cultural del mundo por sus innovaciones en el diseño gráfico. En esta sociedad altamente competitiva, la novedad de la técnica y la originalidad del concepto eran muy apreciadas y los diseñadores buscaron simultáneamente resolver los problemas de la comunicación y satisfacer una necesidad de expresión personal, dando origen a la escuela de Nueva York (1940-1950), con representantes como Paul Rand quien la despojó de la complejidad visual y redujo la comunicación a una imagen pictográfica sencilla, empleando las letras decorativas dibujadas libremente, así como la tipografía o las letras manuscritas. (Ver Fig. 25)

Esta nueva tendencia que presenta la escuela de Nueva York permitió sentar las bases que formarían el Expresionismo Tipográfico.

EL EXPRESIONISMO TIPOGRÁFICO

En 1950 el expresionismo tipográfico estadounidense hace que las letras se conviertan en objetos y los objetos en letras. Llegando así el renacimiento de nuevas formas de composiciones tipográficas.

Otra tendencia de este modelo, fue la organización visual de los tipos, que utilizando las propiedades de las palabras o su organización en el espacio, podían expresar una determinada idea (adquiriendo un significado **connotativo**). (Ver Fig. 26)



Fig. 26



Fig. 27

LA FOTOTIPOGRAFÍA Y LA FOTOCOMPOSICIÓN

En los años 50, surge la fototipografía, la cual se dedicaba a la composición de los tipos por medio de la exposición de negativos de caracteres del alfabeto sobre papel fotográfico, esta técnica ya había sido utilizada en el año de 1893, pero con resultados limitados. En el año de 1925 la máquina de composición tipográfica *Thothmic* inventada por E.K. Hunter y J.R.C. August, funcionaba a partir de un teclado que producía una cinta perforada para controlar una larga película opaca maestra, con letras transparentes, conforme la letra se movía en posición frente a un lente, era expuesta al papel fotográfico por un rayo de luz que se transportaba al papel.

La fototipografía tenía el potencial para remplazar la calidad rígida del tipo de metal, con una flexibilidad dinámica nueva. De esta manera se aventajó con la drástica reducción de costos al introducir nuevos estilos tipográficos, por lo que los diseñadores gráficos pudieron repensar el valor de formas pasadas de moda e incorporarlas en su trabajo. (Ver Fig. 27)

Otra forma de composición fue la fotocomposición, que impulsó a las investigaciones destinadas a componer mediante fotografías de las letras. Los primeros resultados concretamente utilizables (a fines de la década de 1940) fueron los fabricantes de máquinas de componer y fundir, que reemplazaron, en sus

Fig. 26. Gene Federico
“Woman’s Day” 1953. En este ejemplo la tipografía figurativa en el anuncio a doble página y el círculo perfecto de la O del tipo de letra Futura proporciona unas ruedas de bicicletas.

Fig. 27. Herb Lubalin
“Página de Eros” 1962. Una vitalidad expansiva es creada al amplificar una transparencia que había sido tachada con un marcador. En la página opuesta lo balancea un totem de imágenes de la misma sesión fotográfica.



Fig. 28

Fig. 28. Herb Lubalin
 “Página de Eros” 1962. (De-
 recha) El ensayo gráfico cie-
 rra con una fotografía del
 joven presidente y su esposa.
 (Izquierda) Muestra varios
 enfoques del diseño de Lub-
 allin, la intensidad de la pá-
 gina, las letras traslapadas,
 la comprensión del espacio
 entre las palabras y el apre-
 tuhamiento de palabras e
 imágenes en un rectángulo.

aparatos, las matrices de modelado de caracteres por matrices
 fotográficas, en ese entonces llamadas la primera generación de
 fotocomponedoras, o la Monophoto. Su finalidad, fue sustituir
 el plomo, comenzando la proliferación de diseños de tipos de
 letras. (Ver Fig. 28)

Durante este tiempo surge una forma de tradición en la es-
 critura denominada rotulación.

ROTULACIÓN

El oficio de rotulador fue inventado por Sydney Rosenthal en
 1953, quien posteriormente fundó la empresa Speedry Chemical
 Products que en 1966 pasó a llamarse Magic Marker. Hacia los
 años 1960-1970, surge la rotulación sofisticada y, en contraparte
 la tradición de la enseñanza de la escritura y de la letra se pierde
 en la gran mayoría de las artes gráficas.

El rotulado es el dibujo de letras a mano que tiene como base la
 caligrafía. El rotulado está detrás de todo lo que hace un tipógrafo,
 y en la actualidad cuando los tipos ya no tienen que ser fundidos
 en metal, la influencia del dibujo sobre la tipografía va en aumento.
 Posteriormente el auge de diseñar letras para generar tipogra-
 fías se ve reflejada con la llegada de los medios digitales y con
 sus publicaciones como lo fuera la ITC (*International Typeface
 Corporation*).



Fig. 29



Fig. 30

LA ITC Y LA REVISTA U&LC

Durante 1970 los letristas y tipógrafos especializados en *lettering* se hicieron muy populares, adquiriendo prestigio gracias a las tendencias que marcaban principalmente en los diseños de las portadas de revistas y discos.

También se incrementó el diseño de nuevo tipos de letras, pero la piratería se convirtió en un punto de disputa vital, por lo que Herb Lubalin, Edwar Rondthaler y Aaron Burns fundan la empresa ITC (*International Typeface Corporation*) para que los diseñadores fueran compensados adecuadamente por sus diseños.

La ITC comenzó una revista U&lc, (Ver Fig. 29) en la cual se publicaba, mostraba y daba voz al diseño tipográfico.

Con los constantes cambios en los años ochenta surgen los ordenadores personales; uno de los primeros fue lanzado por IBM, (Ver Fig. 30) pero pese a que sufrió muchas copias y de que ya no se requería tener mucho conocimiento en informática, éste sirvió para el avance de nuevas formas de diseñar y componer tipos. Para 1982 John Warnock y Charles Geschke fundan la empresa Adobe Systems, es una empresa que tenía un programa de diseño tipográfico que mediante un *software* apoyaba y facilitaba todo lo relacionado con el diseño gráfico. Adobe Systems jugó un papel significativo en los inicios de la revolución de la autoedición, cuando Apple Computer comenzó a utilizar PostScript .

Fig. 29. Herb Lubalin
"Portada para U&lc" 1974. La portada demuestra la habilidad de Luballin para organizar la información compleja.

Fig. 30. Paul Rand
"logotipo de la IBM" 1956. Versión de trece franjas.

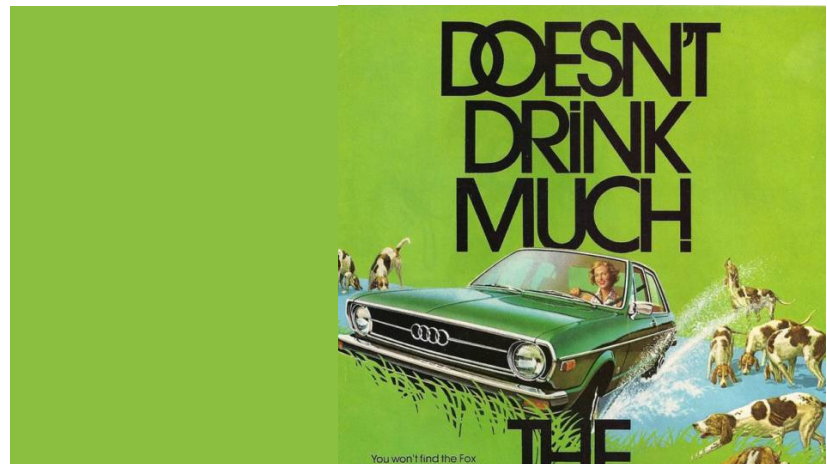


Fig. 31

Fig. 31. Herb Lubalin y Helmut Krone "The Fox Audi" 1970. La tipografía Avant Garde es aprobada para su uso.

Posteriormente en el año de 1984 surge *Apple Macintosh* como una empresa con un sistema más fácil e intuitivo para el usuario que permitía ver el texto tal y como aparecería impreso; con ello la composición tipográfica, el diseño de pantalla y otras técnicas se fusionaron. Aunque surgieron programas como *Page-Maker* y el *QuarkXPress* que inicialmente fueron muy toscos con la tipografía, con el tiempo estos fueron mejorando. Para 1990 el *software* de *Mac* se había desarrollado de tal manera que ahora se podía unir texto e imagen en pantalla, podría decirse que hasta cierto punto la tecnología permitía optimizar el manejo de textos y aunque todavía había uso de medios tradicionales para elaborar letras, los tipógrafos y diseñadores usaban ya el ordenador para su trabajo diario. (Ver Fig. 31)

A partir de ese momento muchos diseñadores se conformaron con elaborar obras que tuvieran características similares a la de la fotocomposición o con los tipos de metal fundidos, pero comenzaron a surgir generaciones que aprovechaban la libertad de explorar la forma tipográfica que ofrecían los avances tecnológicos, dando pie al surgimiento de la revista estadounidense *Emigre*, quien se encargó de propagar las ideas vanguardistas relacionadas en mayor parte con el tipo y el diseño.

De igual manera revistas como *The Face*, *Blitz*, *Arena*, *Actuel*, *i-D* y el libro *The Graphic Language of Neville Brody* trataron temas relacionados con las nuevas tecnologías y con la exploración

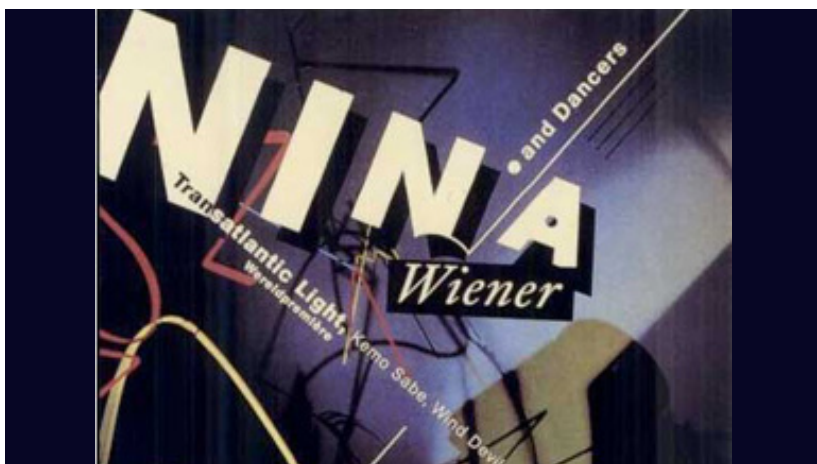



Fig. 32

tipográfica, en ellas pretendían que se entendieran y se explorara el lenguaje de la tipografía digital, pues había muchos profesionales, profesores y programas de estudio que seguían vinculados a la manipulación de la letra por los métodos antiguos.

Ya para el año de 1990, el crecimiento de las nuevas tecnologías se vivió como un periodo de intensa creatividad y exploración tipográfica y como resultado de ello, los tipos y las tipografías se hicieron más visibles, no obstante pasó por un periodo donde la gran proliferación de fuentes incrementó la distribución ilegal de éstas. Los tipógrafos lamentaron dicha situación, pero sabían que la tecnología les había marcado una nueva visión diferente, en cuanto a composiciones y manipulación tecnológica se refiere, pues los métodos básicos de producción de tipo se había desplazado rápidamente al campo digital. (Ver Fig. 32)

Es así como *lettering*, partiendo de estas bases, pretende ser un medio útil para la gráfica, ya que su versatilidad para crear letras, es extensa y no está sujeta a los tipos ya establecidos, por lo que debería ser del uso recurrente del diseñador gráfico. Ya que esto puede dar solución a los problemas de composición a los que se enfrenta el diseño tipográfico día a día.

A continuación se hablará de la letra en el contexto histórico mexicano, partiendo del siglo XX, en donde la riqueza cultural y la influencia europea se fusionan para crear un valor expresivo que identifique la gráfica mexicana.

Fig. 32. Gert Dumbar
“Nina” fotografía y perspectiva mezcla de sus componentes, tipografía y fotografía. 

1.3

La letra en México

“En muchas partes del mundo, las letras son el vehículo principal en el que la cultura viaja a través del tiempo y del espacio”

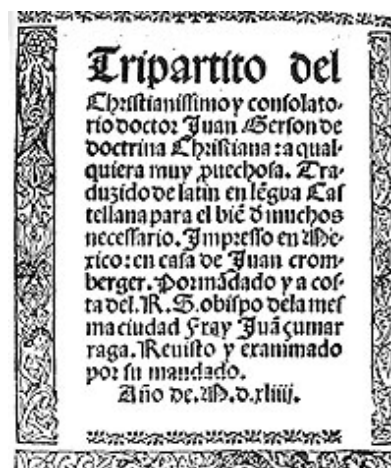
ANDREW HASLAM, 2004



través del tiempo la letra ha sufrido diversas transformaciones y ha sido manipulada por un gran número de tipógrafos, que sin duda han contribuido al desarrollo de ésta al paso de cada época.

Los orígenes de la tipografía en México datan desde la llegada de los españoles quienes trajeron al Nuevo Mundo la imprenta para poder difundir la palabra de una manera más eficaz. Es claro que se tienen diferentes opiniones acerca de la primera imprenta en México, no obstante ya está bien definido que en el año de 1539, Juan Cromberguer, impresor de Sevilla, celebró un contrato con su tal vez dependiente Juan Pablos para que éste viniera a establecer en la capital de la Nueva España, una sucursal de la casa impresora de Cromberguer (Gómez: Párr. 1).

En los inicios de esta imprenta, se hacían libros que ayudaban principalmente en el proceso de la enseñanza de la religión a los pueblos indígenas, pero realmente se puede decir que no se generaban grandes cantidades de libros ya que el taller era pequeño. Otro dato que



ral viene muchos vezes de la espíritu y a veces que del mal de el alma se pega al cuerpo. El papa por su especial dote y calmanca espialmente a qualquier medico corporal: que no empiece a curar enfermo ni quando de la enfermedad del cuerpo antes que le amoneste la curación del alma y le quite de costarse. etc. De aqui parece que sería cosa puechosa y sin esta baxer mandamiento en qualquiera hospital o casa de los pobres y de los que son acogidos: que no fuesse recibido por de algund en manera del mundo sino que el mismo día que entra se confesasse quanto en si como mostrasse estar apartado para confesarse en presencia del sacerdote que para ello es señalado: allí como por experiencia vemos que esta sancta y loable costumbre se guarda y se oia en Paris en la casa de Dios. Et si lo oia: en elgado y glorioso padre se llama. Amén.

Acabose el Tripartito de Juan Bersona gloria y dote de la sanctissima trinidad de la sacrosantissima virgen sancta Maria reina de los Angeles. y de los gloriosissimos sant Juan Bautista: y sant Joseph: y sant Francisco. El qual se imprimio en la ciudad de Mexico en la casa de Juan Cromberger de la Nueva España en casa de Juan Cromberger de la Nueva España. Acabose de imprimir. Año de M. D. XLIII.

Fig. 33

Fig. 33. Fragmento de la Doctrina Breve de Fray Juan de Zumárraga.

debemos mencionar es la impresión del primer libro Doctrina Breve, de Fray Juan de Zumárraga (1544) hecho en gótica rotunda o de suma, la cual, fue traída por los españoles en forma de tipos de plomo en el año de 1538. (Ver Fig 33)

El privilegio de ser el único impresor de México, duró poco tiempo pues Juan Cromberguer, vió establecer a su primer competidor, que era Antonio de Espinoza, un antiguo dependiente suyo quien en 1559 abrió al público su taller (Gómez: Párr. 8) en donde se imprimieron numerosos trabajos de gran calidad, siendo el más importante la impresión del famoso “Misal Romano”, la obra de más inspiración, entre las que salieron de la recién establecida tipografía nacional que se estaba desarrollando en la época.

Sin embargo, para el siglo XVII el pueblo demandaba otro tipo de textos, aparte de los de evangelización o entendimiento de la lengua indígena, por lo que se comenzaron a hacer libros de docencia, matemáticas, historia y sobre todo de oratoria, porque ésta fue, en la Nueva España, una válvula por donde escapaba el deseo de opinar, decir y expresar lo que ellos demandaban.

En este siglo la imprenta llega a Puebla; siendo la segunda en la República Mexicana y la tercera de América Latina poco después de 1642, ya que era considerada un lugar de intercambio comercial entre imprentas; las cuales mayormente eran heredadas a sus familiares quienes continuaban enriqueciendo este oficio por muchos años más.



Fig. 34



Fig. 35

En Puebla existieron grandes impresores como Diego Fernández de León, la familia Ortega y Bonilla y la legión de los Borgia y Gambia, que sin duda contribuyeron en gran medida al desarrollo de la tipografía del país, cabe resaltar el trabajo de Fernández de León quien elaboró una marca tipográfica de estilo colonial que aplicaba a las portadas de sus libros como un sello que le otorgaba distinción a sus obras, algo que sin duda no se había hecho en México hasta ahora, dato que destaca Marina Garone, diseñadora en comunicación gráfica por la UAM y maestra en historia y teoría del diseño que en su libro “*Miradas a la cultura del libro en Puebla*” cuenta que hay casos ejemplares, como el de Diego Fernández de León, el cual permanentemente pedía préstamos a la Catedral para renovar su material tipográfico y comprar lo mejor de esa época.

En el siglo XIX el arte popular comienza a jugar un papel importante en la realización de los **exvotos**, es decir, éste es el nombre que recibían las pinturas que representaban milagros y agradecimientos, ofrecidos típicamente en las iglesias. Estos, seguían patrones de composición, en su mayoría eran láminas, pintadas con aceite u óleo, que representan imágenes que van acompañadas de un texto, en el cual se incorporan promesas y se destaca al santo en devoción. (Ver. Fig. 34-35)

En la tipografía utilizada en la mayoría de los exvotos se puede apreciar la influencia de la publicidad de la época en la que


Fig. 34. Ejemplo de exvotos mexicanos, un trabajo hecho a mano y por encargo. 

Fig. 30. Ejemplo de exvoto mexicano. Una lámina que expresa agradecimiento.

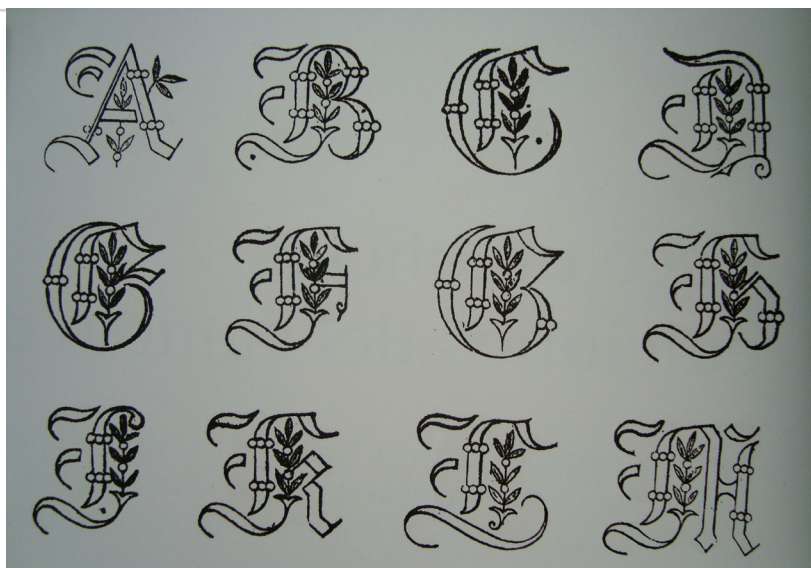


Fig. 36

Fig. 36. Manuel Manilla.
Diseño tipográfico para plan-
tilla de bordados.

se desarrollaron. Bajo la influencia de esta forma de expresión que ha prevalecido en México a lo largo de tres siglos, podemos encontrar el trabajo de muralistas, artistas, grabadores e impresores que dan surgimiento a un nuevo oficio: el rotulismo, que consistía en la combinación del dibujo con textos y ornamentaciones basado en formas de letras de estructura tradicional. En este momento, aparentemente, la utilización de letras parecidas a la gótica tiene relación con la aplicación que se hacía en los documentos reales y religiosos, por lo que se le atribuye un valor histórico o de estatus. Esto no quitaba el sentido de que los escritos estaban hechos a mano y por lo tanto tenían ciertas variantes entre un carácter y otro, independientemente de que sea el mismo o no. Cabe mencionar que las letras de los exvotos los hacían por encargo y se asocia con uno de los antecedentes del *lettering* en México.

SIGLO XX

En el surgimiento del diseño, la identidad y los estilos definen a un México en donde la historia decaía, a mediados y finales del siglo XIX, en tres personajes: el editor Antonio Vanegas Arroyo y los artistas Manuel Manilla y José Guadalupe Posada. Manilla era contemporáneo de Posada; el evidente parentesco con sus trabajos induce a la percepción errónea de que Manilla inducía

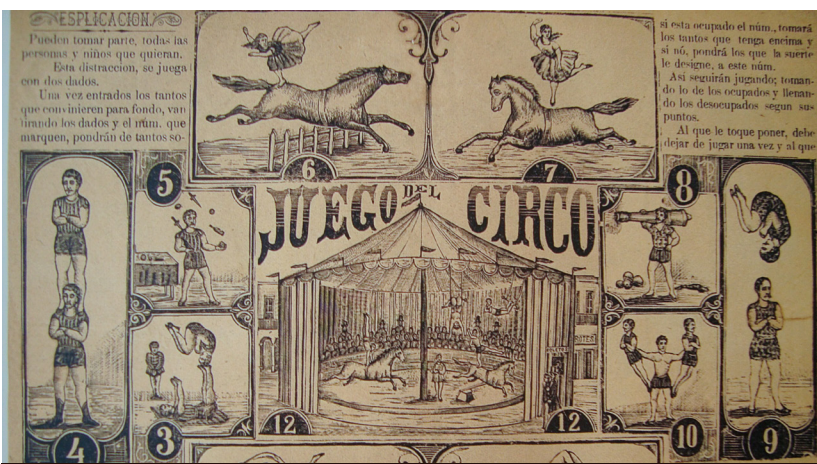


Fig. 37



Fig. 38

en la estela de Posada. El genio de Manilla es mucho más reservado que el de Posada, debido al furor y a la extravagancia. El trabajo de Manilla, responde a demandas económicas, sociales y culturales de un momento histórico, pues tuvo diferentes matices y fue alentado por editores e impresores de carácter heterogéneo. (Ver Fig. 36,37)

En tanto, Posada fue uno de los artistas gráficos más relevantes del país, un talento flexible capaz de responder al gusto de los lectores de la Patria Ilustrada. Si bien poseía una sensibilidad particular para lo violento y lo chocante, sabía plantear un problema gráfico y resolverlo. Al momento de fundir en un solo cuerpo imágenes y texto, administra el peso de los bloques de tipografía de tal forma que, sin perder la lógica de la lectura, crea con los tipos un elemento tan vital como la imagen. (Ver Fig. 38)

Ambos, junto con el editor, crearon una serie de cuadernillos que incluían cancioneros, carteles, recetarios, guías de escritura y volantes. A estos puede sumarse toda una serie de artistas y grabadores que incursionaron en la realización de piezas gráficas que combinaban tipografía e imagen.



Fig. 37. Manuel Manilla.  Anuncio del Juego del Circo.

Fig. 38. José Guadalupe Posada. Hoja volante Remate de calaveras alegres y sandungueras, año 1913.



Fig. 39

 Fig. 39. Julio Ruelas.
 Cabezal de la Revista Moderna, año 1903.

ARTS & CRAFTS Y ART NOUVEAU

Mientras que en Europa ocurrían acontecimientos que afectaban la estética visual, la prensa ocupaba el primer plano de quehacer gráfico mexicano del periodo. En México, el *Art Nouveau* primero fue literario y después arquitectónico. En cuanto al medio gráfico, el arte de Julio Ruelas fue uno de los más sobresalientes. Él colaboró con dibujos para la Revista Moderna de México (1898 y 1906), pero su introducción en la solución gráfica de las publicaciones que fue necesario hablar de su diseño. Al respecto, señala Vicente Quirarte, que en los inicios de la Revista Moderna lucía en la portada, además de la ilustración correspondiente, una tipografía igualmente clásica. A partir del número correspondiente a enero de 1903, Julio Ruelas⁷ da un giro completo al diseño. Sobre una tipografía más audaz y moderna. (Ver Fig. 39)

AÑOS 1920-1950

Con el paso del tiempo el diseño y la cultura mexicana debían mucho a los intercambios establecidos entre artistas y las van-

⁷ Pintor y grabador mexicano. Colaboró en la fundación de la Revista Moderna (1898), que se convertiría en un importantísimo órgano de difusión cultural. Su obra comprende el dibujo naturalista y académico, la pintura simbólica y alegórica y el grabado por el procedimiento del aguafuerte, cuya técnica aprendió en París y con la que alcanzaría sus mejores obras.

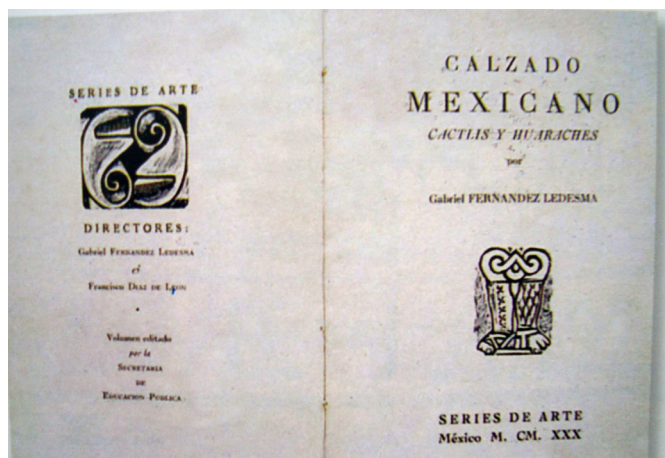


Fig. 40



Fig. 41

guardias extranjeras, pues los vínculos establecidos permitieron integrar a la gráfica nacional como elementos visuales (cromáticos, compositivos y tipográficos) que habían sido utilizados en propuestas del *Arts and Crafts*, el *Art Nouveau*, el expresionismo, el cubismo, el futurismo, el suprematismo, el constructivismo, el dadaísmo, el *De Stijl*, y el *Art Déco*.

Al mismo tiempo la tipografía se convirtió como medio amplio de la difusión de ideas hacia la sociedad, suponiendo como idea esencial la claridad. Esta claridad, para conformarse en su propia virtud, reclama a la tipografía una riqueza de matices, para que por su calidad e intensidad diera lugar a algo más expresivo.

Es así como nacen las proporciones de los tipos: altos y bajos extendidos o condensados, según sea lo que se trate de atraer o haciendo memorable la forma para trascender con ella. Todas estas sutiles y diversas cualidades, debían relacionarse de modo penetrante, para que al aplicarse, en cada situación expresiva, la tipografía fuera capaz de interpretar los distintos cambios de emoción e interés de las ideas. El cumplimiento de esta necesidad constituía, al mismo tiempo, el punto de donde arrancaría el sentido estético de la tipografía. (Ver Fig. 40 y 41)

En consecuencia, un buen tipógrafo debe tener sensibilidad, ser buen artesano y artista. Los tipos no sólo desempeñan la expresión de ideas, sino que también representan un papel importante y complementario como medios de expresión.

Fig. 40. Gabriel Fernández Ledesma. Portada del libro *Calzado mexicano, Cactilis y huaraches*.

Fig. 41. Francisco Díaz de León. *Campanitas de plata*, año 1925 MECM.



Fig. 42

Fig. 42. Fermín Revueltas. Portada y contraportada de la revista *Irradiador*, núm 1, septiembre de 1923.

FERMÍN REVUELTAS

Fermín Revueltas fue un pintor prolífico, con facetas que van desde el impresionismo hasta el **cubofuturismo**, del paisaje urbano al rural. El panorama artístico de aquella época se nutría de creadores, que volvían a nuestro país, después de pasar una época en Europa, estimulados con la creatividad de los vanguardistas.

La importancia de Revueltas en el campo de la gráfica llegó en el preciso momento en el que el movimiento muralista mexicano estaba en pleno auge y se incorporó con los grandes muralistas como José Clemente Orozco, Diego Rivera, Jean Charlot y Alva de la Canal, participando en la confección de los murales de la Escuela Nacional Preparatoria, el Colegio de San Pedro y San Pablo y de la Secretaría de Educación Pública. Ejerció la docencia como maestro de pintura en las Misiones Culturales, instituciones educativas móviles que por esos años ejercieron gran influencia en el cambio social de México. Fermín Revueltas intuyó que su vida sería corta, circunstancia que lo obligó a producir obra aceleradamente, su relación con el estridentismo lo llevó a experimentar con la tipografía de una manera que él podía plasmar en revistas como *El Irradiador*. (Ver Fig. 42)

EL DR. ATL

Al Dr. Atl se le conoce y aprecia como paisajista; incursionó en la invención de pigmentos y la literatura. Formó parte del



Fig. 43



Fig. 44

grupo de artistas e intelectuales que propusieron la integración de diversas concepciones estéticas en una arte nacional que respondiera la unificación política y social en los años posteriores al estallido de la Revolución.

El Dr. Atl también diseñó portadas de libros y revistas, carteles, folletos, logotipos, anuncios, cabezales y tipografía. Solía ejecutar sus diseños a mano, en estencil. (ver Fig. 43-44)

DIEGO RIVERA

En México, después de la Revolución Mexicana se generaron condiciones políticas y económicas estables para la industria gráfica nacional. Ese auge implicó una mayor demanda de pintores, grabadores, fotógrafos y maquetistas para la realización de arte y decoración, aplicados a los medios impresos. Además de la Academia de Bellas Artes y las Escuelas de Pintura al Aire Libre, hubo otros espacios de formación y entrenamiento de los “dibujantes de letra”, ilustradores, tipógrafos y maquetistas. En 1930 surgieron dos iniciativas en la Academia de San Carlos: el Taller de Carteles y Letras fundado por Diego Rivera y la asignatura de artes del libro, que estuvo bajo la dirección de Francisco Díaz de León.

La primera aportación de Rivera a la revolución cultural vasconcelista “no fue la pintura mural, sino el diseño gráfico y el dibujo ilustrativo”. Su trabajo de diseño consta de cientos de piezas en publicaciones periódicas y libros. Raquel Tibol menciona que,

Fig. 43. Dr. Atl. Portada del libro Calinement, año 1923. 

Fig. 44. Dr. Atl. Portada del libro Óptica cerebral. Poemas dinámicos, año 1922.



Fig. 45

Fig. 45. Diego Rivera. Portadilla, cabezales y portada de la revista El Maestro, año 1921.

en el ámbito gráfico “Rivera resplandece como estrella de primera magnitud, por la calidad y originalidad de su dibujo; por un diseño apropiado, inventivo y complementario; por soluciones gráficas de absoluta e inconfundible originalidad”. (Troconi:266)

Además de eso, Rivera tenía una buena capacidad para dibujar letras; esto no necesariamente lo convirtió en un tipógrafo, pero le permitió transitar con soltura entre múltiples estilos e incursionar con la **escritura-firma**. (Ver Fig. 45)

ART DECÓ

Cabe destacar que en el año de 1925 se montó en París la histórica *Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes*, donde la estética de ciertas piezas hizo evidente el surgimiento de un estilo nuevo. Aunque estaba emparentado con el declinante *nouveau*, éste poseía una personalidad propia y definida, era más sintético, más veloz y dinámico. (Troconi: 95) El art decó es el ámbito visual de una sociedad que despertaba al dinero y a la organización obrera, así como a la liberación sexual y a una explosión artística que impulsó al diseño gráfico.

En México los principales elementos de este estilo como la abstracción, descomposición formal en piezas elementales y la geometría lineal, funcionaron muy bien en la tipografía mexicana.



Fig. 46



Fig. 47



Fig. 48

na, ya que gran parte de los motivos visuales patrios como las grecas, pirámides y la síntesis formal de las estructuras, se combinaron agradidamente con la simplicidad de las letras latinas.

En el ámbito del diseño, el decó tuvo como representante más destacado a Ernesto, *el Chango*, García Cabral; como el primer gran artista-diseñador del siglo XX. *Simplicissimus* fue una de las revistas europeas más importantes para el estilo de García Cabral, no sólo en la línea, sino por su influencia en el tratamiento satírico de las imágenes. (Ver Fig. 46-48)

Sus virtudes como dibujante muestran un estilo sintetizado. Revista de Revistas y Jueves de Excelsior nos revelan el gran artista que era. Se puede decir que para el año 1919, misma fecha que abrió sus puertas la Bauhaus, aparecieron las primeras portadas ilustradas por él. Observar la solución tipográfica para el título nos revela a un García Cabral que se ocupa de esto de forma seria. La relación que la tipografía proponía a los artistas de esa época no era nada despreciable.

En esos momentos García Cabral entró en una etapa de producción impresionante y, durante 38 años, colaboró para la compañía farmacéutica Bayer. La Gacetilla Bayer tiene letras capitulares diseñadas de una forma alegórica con imágenes que atraviesan de forma juguetona.

Fig. 46-48. Ernesto, *el Chango*, García Cabral. Portadas de la Revista de Revistas, 1930-1932.





Fig. 49



Fig. 50

Fig. 49. Portada del suplemento de El Demócrata. Ilustración de Carlos Neve, año 1923.

Fig. 50. Portada del suplemento de El Universal, año 1922.

LA PRENSA Y LA PUBLICIDAD DE LOS 20'S Y 30'S

Un caso particular de prensa de elite es el diario: El Nacional Revolucionario, órgano oficial del partido homólogo, fundado en 1929, y rebautizado como el Nacional (Troconi: 103). Los editores de El Nacional, junto con los editores de izquierda, adaptaron a sus contextos el constructivismo soviético que, mas allá del adoctrinamiento que manejaba esa corriente, se trataba de un esfuerzo de transformación que se servía de lo visual y lo gráfico para “agilizar las mentes para transformar la pasividad de la lectura en voluntad de acción” se nota su influencia por su composición y su estilo de representación. (Ver Fig. 52-53)

PUBLICIDAD

Debido los cambios económicos ocurridos a partir de la década de 1930 se incrementó la oferta hacia la producción industrial, esto demandaba la necesidad de generar publicidad, lo que dio lugar a los primeros signos de una industrialización y un desarrollo que, según Ortiz Gaitán, prevalecería hasta 1940.

Los anuncios no lograron modernizarse al ritmo del resto de los elementos de la revista, quizá por el pensamiento conservador de la burguesía mexicana, pero en la tipografía se pudo apreciar una geometrización más próxima al art decó que en las imágenes.



Fig. 51



Fig. 52

MOVIMIENTO ¡30-30!

La revista ¡30-30! era un colectivo de pintores de México; que tenía como base: los objetivos eran la desaparición de la Academia de San Carlos, de la pintura académica, y la primacía de escuelas de pintura al aire libre y de una nueva pintura que dialogaba con el nacionalismo revolucionario y el vanguardismo europeo de izquierda.

Esa misma trascendencia proclama la gráfica como una fuente inagotable de soluciones tipográficas y como amplia gama de dibujos, logotipos y caricaturas, creadas, a iniciativa del rotulista creativo o como copia de modelos foráneos adoptados de la cultura globalizada. (Ver Fig. 54)

Sus manifiestos reproducían la fórmula del estridentismo, pero no el riesgo en la ejecución, y confiaban en el poder de la gráfica. De los tres números de la revista, la portada del segundo es la más llamativa. Al parecer, la decisión de convertir en logotipo el cabezal no está en discusión, y éste, con sus letras de madera creadas por Díaz de León-Fernández Ledesma, es una pieza importante, aunque el someter a composición este elemento produce la sensación de **monotonía**. (Ver Fig.55)

Fig. 51. Anuncios Publicitarios. Lotería Nacional, 1931. 

Fig. 52. ¡30-30! Cartel de la exposición de grabado en madera, 1929.

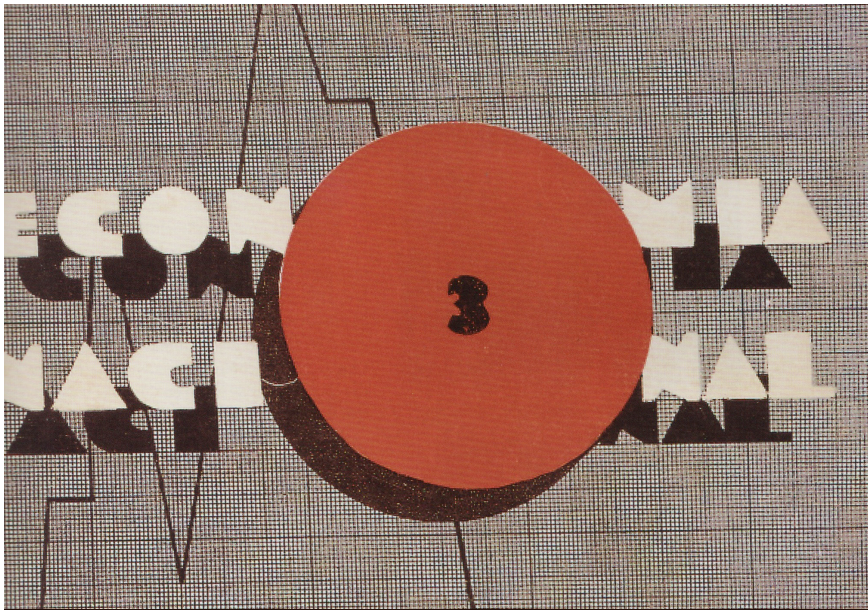


Fig. 53

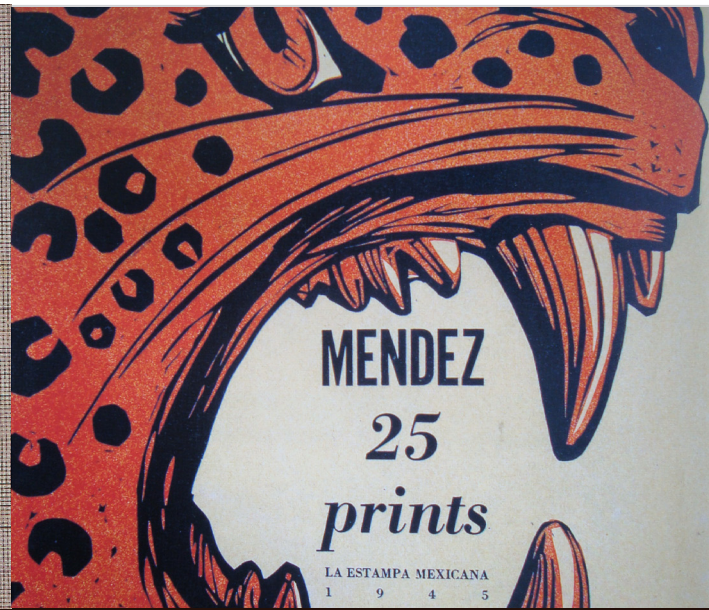


Fig. 54

Fig. 53. Portada de la revista Economía Nacional, 1930

Fig. 54. Leopoldo Méndez. Portada para la carpeta de grabados Méndez 25 Prints, año 1945.

LEOPOLDO MÉNDEZ

La importancia de Leopoldo Méndez es inmensa para la gráfica mexicana, no sólo como director del TGP⁸ entre 1937 y 1952, sino como autor de una gran cantidad de piezas que dejan ver su convicción de que el arte debía usarse como arma de los movimientos sociales.

Méndez prescindió de la pintura y realizó una portada con recursos exclusivamente gráficos. Se trataba de un diseño de contrastes con los agudos picos con un círculo rojo con una tipografía relacionada con la Bauhaus que rompió con todos los estigmas dichos en esa época, (Ver. Fig. 53) algo que muy poco se atrevieron y que además tuvieron éxito.

Doce años más tarde, en 1945, Méndez rompe con su estilo en la portada de una carpeta de grabados. En este caso, él muestra un espacio dominado por el perfil de un jaguar, con el hocico abierto y unos estilizados colmillos. (Ver Fig. 54) El hocico delimita el centro visual, ocupado por una composición tipográfica en cinco líneas, con un peso visual decisivo. Estamos ante un diseño potente que parece fruto de la coincidencia armónica. (Troconi: 121)

⁸Taller de Gráfica Popular. Organización que apoyaba y promovía los ideales de la Revolución Mexicana, estaba en contra del fascismo de los años 30' s.

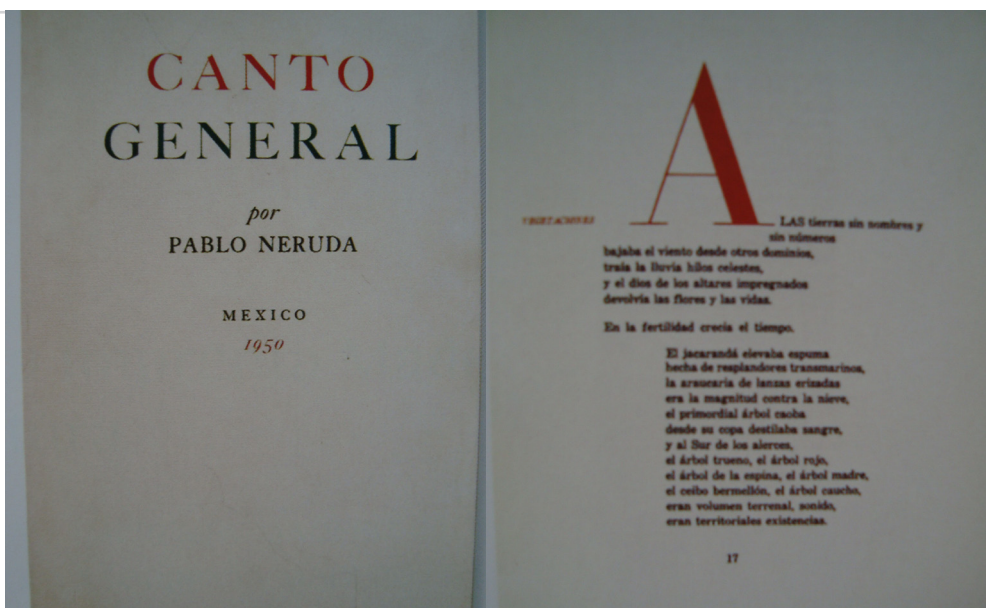


Fig. 55

Fig. 56

1950-1980


MIGUEL PRIETO

Una de las figuras más relevantes del diseño editorial mexicano es Miguel Prieto. Su biografía y su trabajo se abordan en los ensayos del catálogo de Miguel Prieto llamado *La armonía y la furia* (1936).

En los dieciséis años que Prieto vivió en este país- asegura Vicente Rojo- de 1939 hasta su muerte en 1956, sentó las bases del diseño gráfico en el campo de las publicaciones culturales. *Giovanni Troconi: 125*

Juan Manuel Bonet no duda en calificarlo como “uno de los mejores tipógrafos españoles del siglo XX”. Carteles, invitaciones, periódicos políticos del exilio, libros, programas de mano, voluminosos catálogos, naderías o títulos de gran relevancia: la construcción tipográfica de Prieto es suelta y natural; es geométrica y constructiva de principio y fin. Miguel Prieto fue mucho más que un tipógrafo, lo subraya Benítez con una frase bien significativa: “Muchas veces él sugería los temas”.

Uno de los trabajos más importantes de Miguel Prieto es la edición del Canto de Neruda, el cual para algunos, es una de la obras maestras de la tipografía del siglo XX en México, (Ver Fig. 55-56) Soler escribe al respecto:

Fig. 55-56. Portada e interiores. Canto general, año 1950. 



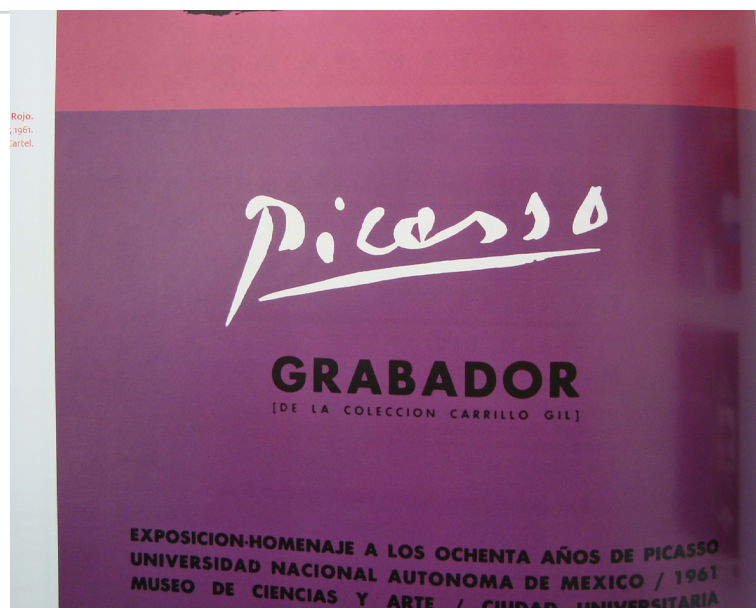


Fig. 57

Fig. 57. Vicente Rojo.
Picasso grabador, 1961.

Dos cosas nos muestran al diseñador de cuerpo entero, las capitulares, el uso de subtítulos como epígrafes y la mezcla de tipos. En este caso: Caslon para las cursivas de los títulos (mezclado con altas redondas); Bodoni para capitulares, el título de la obra y los poemas en cursivas (con algunas citas dentro del poema compuestas en cursivas), Cochín para los subtítulos y para casos como el texto del índice, las listas de suscriptores y colofón, y Century Book para el texto en general de los poemas en redondas. Una mezcla curiosa en la que se denota el uso de tipos diseñados inicialmente en el siglo XVIII. *Giovanni Troconi:132*

VICENTE ROJO

Vicente Rojo diseñó letras para títulos de películas, como ¡Torero! de Carlos Velo y Nazarín de Luis Buñuel, entre otras, y alfabetos para la Revista Plural y las publicaciones del FCE. También creó algunos logotipos para empresas culturales.


Tras recorrer camino en el diseño, Vicente Rojo vivió una ruptura formal con Prieto. Rojo conservó la elegante discreción de los usos tipográficos de su maestro, pero dirigió su inquietud plástica a las imágenes; las disoció, las mezcló y realizó en sus piezas intrusiones en el dominio de la geometría. (Ver Fig. 57)

IMPRESA MADERO

Vicente Rojo, Marco Antonio Valdivia, Adolfo Falcón y Rafael López Castro, el núcleo inicial del equipo de diseño de la Imprenta Madero que fue una gran productora de diseño entre



Fig. 58

Fig. 58. Cartel que promueve la exposición de las obras de Pedro Friedeberg. 

1970 y 1980. Los principales clientes de la imprenta eran las instituciones públicas encargadas de la vida artística e intelectual del país: INBA (Instituto Nacional de Bellas Artes) y la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México). Estas dos instituciones tenían a su cargo casi toda la producción de libros, revistas, exposiciones, conciertos, lecturas, conferencias, mesas redondas, etc. que dieron a la edad de oro cultural en México.

La Imprenta se apoyaba en Vicente Rojo; él tenía relación con las principales instituciones culturales, siempre tuvo un gran respeto por la tipografía, fue al extremo en el uso de los recursos de los que había que hacer y componer.

DISEÑO PARALELO 1970-1980

Además de la imprenta Madero, en otros lugares también se estaba haciendo diseño. En estas décadas además del diseño para las olimpiadas y el del movimiento estudiantil, hubo artistas gráficos que ejercieron el oficio del diseño; entre los destacados se puede mencionar a Pedro Friedeberg que en su trabajo es notoria la geometría y la caligrafía; de ahí su pasión por la tipografía. Él creó piezas de diseño gráfico que en su mayoría no conservó: carteles, invitaciones, menús. Sin embargo, guarda un par de carteles para sus exposiciones en las galerías Misrachi y Antonio Souza (Troconi: 241) que evidencia el uso de perspectivas combinada con imágenes y texto. (Ver. Fig. 58)



1.4

Representantes contemporáneos de *Lettering Mexicano*

“La tipografía no es sólo es una herramienta indispensable en el diseño gráfico, sino es el puente que conecta la expresión y la forma, la materia y el pensamiento, la belleza y el sentido”

GABRIEL MARTÍNEZ MEAVE



El frenético ritmo de fabricación de tipos tiene consecuencias que hay que evaluar y que pueden ser un arma de doble filo. Las normas de las generaciones pasadas se han dejado a un lado, se han abandonado y es posible que se estén olvidando por completo. Por lo que algunos diseñadores han tratado de ampliar las fronteras tipográficas, tratando de impulsar y proponer en el campo de la tipografía haciendo uso del *lettering*, explorándose en la tinta y dejando huella en el papel.



Fig. 59



Fig. 60



Fig. 61

➤ Fig. 59. Gabriel Martínez Meave “Cartel para Darfur” 2010. Por el libro «Libro Por Darfur» hecha para Amnistía Internacional.

Fig. 60. Gabriel Martínez Meave “Fuente tipográfica Arcana ” posee rasgos especiales para principios y finales de palabras.

Fig. 61. Gabriel Martínez Meave “Fuente tipográfica Lagarto ”. Basada en la caligrafía del novohispano Luis Lagarto (siglo XVI), esta fuente lleva el barroco mexicano a la tipografía digital.

GABRIEL MARTÍNEZ MEAVE

Diseñador gráfico y tipográfico, calígrafo e ilustrador originario de la ciudad de México (1972) (Ver Fig. 59), realizó sus estudios en la Universidad Iberoamericana pero gran parte de su aprendizaje ha sido autodidacta. Es cofundador y director general de *Kimera Type Foundry* exitoso despacho de diseño en donde se crean y distribuyen tipografías originales.

Gran parte de su talento se ve plasmado en diversos campos del diseño como: el tipográfico, la marca, el cartel, la publicidad y la ilustración.

Al hablar de su trabajo tipográfico podemos mencionar un artículo publicado por Luis López en el blog momentos efímeros en donde comenta que: sus tipografías demuestran un gran estudio de la letra para su deformación y alteración estética, la mayoría de estas fuentes destacan por su creatividad así como por la personalidad de cada tipografía, a pesar de estar hechas por la misma mano. Su tipografía, es una mezcla de caligráfica, gótica y de fantasía, casi sacada de manuscritos del medievo, renacimiento y el mundo prehispánico que con la exacta selección de colores dan impresiones asombrosas. Tal es el caso de las familia tipográfica Arcana (Ver Fig. 60), basada en la estética ocultista y romántica de la era victoriana y sus estilos manus-



Fig. 62



Fig. 64

critos ornados y complejos o la familia tipográfica Lagarto (Ver Fig. 61) basada en la caligrafía del iluminador novohispano Luis Lagarto (siglo XVI), esta fuente lleva el barroco mexicano al dominio de la tipografía digital.

Hace uso tanto de técnicas tradicionales como digitales y gran parte de sus ideas han resultado del estudio de códices mixtecos, náhuatl y mayas, aunque en ocasiones como en el caso de la fuente tipográfica “Solida” (Ver Fig. 62) han surgido de otras fuentes de inspiración como el graffiti urbano.

Cabe mencionar que uno de sus recientes proyectos en donde se aprecia su entrega a la constante creación de letras en su muy original logo-ambigrama (Ver Fig. 63) muy nacionalista en honor al día de independencia de México.

Fig. 62. Gabriel Martínez Meave “Fuente tipográfica Solida” sin ascendentes ni descendentes, ideal para títulos cortos.

Fig. 63. Gabriel Martínez Meave ¡VIVA MÉXICO VIVA! ¡AVIV OCIXÉM AVIV! 2012. Logo-ambigrama para el Día de la Independencia de México.



Fig. 64



Fig. 65



Fig. 66

➤ Fig. 64. José Luis Coyotl Mixcoatl. Su trabajo ha sido publicado en la revista La Mosca en la Pared, Revista Typo entre otros.

Fig. 65. José Luis Coyotl Mixcoatl. Cartel "Angels psalms". lettering hecho con trazos muy ornamentados.

Fig. 66. José Luis Coyotl Mixcoatl. Cartel autopromocional diseñado para la fuente vulcana.

JOSÉ LUIS COYOTL MIXCOATL

Originario de Puebla (1977), diseñador gráfico, tipógrafo e ilustrador egresado de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y que debido a su gran inquietud y al vacío que sentía en su formación se convierte en autodidacta (Ver Fig. 64). Como él mismo menciona su aprendizaje vivencial, la constante experimentación, la asimilación y la introspección a los medios digitales, sin olvidar sus principios análogos fueron fundamentales para que poco a poco comenzara a desarrollar tipografías.

Contextos populares como el mercado y la central de abasto en una gran variedad de contextos y circunstancias, lo llevaron con el tiempo a ver de una forma más analítica la gráfica popular mexicana, convirtiéndose en la gran base de su trabajo enfocado en principio a la tipografía y al color.

Siempre aprendiendo de la observación y la constante práctica, elaboro continuamente diversos proyectos aunque al principio no muy exitosos, él nunca los considero fallidos ya que piensa que cada uno de esos procesos le han dejado mucho aprendizaje.

Generalmente sus diseños suelen ser muy dinámicos y atrevidos, en muchos de ellos hace uso de la experimentación con la letra dándole un toque especial a cada uno de sus trabajos muchas veces por medio del *lettering*, también su aplicación del color es muy peculiar y le da un toque exclusivo bastante agradable.



Fig. 67



Fig. 68



Fig. 69

Su particular estilo ha destacado su trabajo, llevándolo a realizar proyectos de tipografía, marca, cartel y diseño editorial, dentro de los cuales podemos encontrar algunos sumamente interesantes y creativos como es el caso del cartel temático “Angels bralms” (Ver Fig. 65) hecho para una exposición y el cartel autopromocional para la fuente Vulcana (Ver Fig. 66) o las marcas “Yokib”, “Incendiarío” y “Bésame mucho” (Ver Fig. 67-69) hechas con trazos muy dinámicos y orgánicos basados en el *lettering*, todos muestra de dedicación y perseverancia plasmada en cada uno de sus detalles que le otorgan una excelente calidad. Realmente su trabajo tipográfico resulta ser muy propositivo, original e inspirador. Cabe mencionar que actualmente trabaja en Prologue Films, un colectivo de diseñadores, cineastas y artistas en Los Ángeles, California.

Actualmente es considerado uno de los diseñadores más jóvenes de tipos en México en la última década.


Fig. 67-69. José Luis Coyotl  Mixcoatl. Marcas “Yokib”, “Incendiarío” y “Bésame mucho”. Aplicación de *lettering* original.



Fig. 70

GUACA DÖCK
 MATÖLA CÖN UNA PISTÖLA
 ALÁRMALA DE TÖS
 MALINCHÉ
 CHAÑÖCANAÖLL
 SÖY EL FLALÖCMÁN

Fig. 71

FONDO
 editorial
 DANIEL COSÍO VILLEGAS
 Breviarios
 3 de septiembre de 1934
 Av. Universidad
 un sauce de cristal

Fig. 72

➤ Fig. 70. Cristóbal Henestrosa. En 2011 fue contratado para diseñar, junto con Raúl Plancarte y con colaboración de David Kimura y Gabriela Varela, la familia tipográfica oficial de Librerías Gandhi, la cadena de librerías más importante de México.

Fig. 71. Cristóbal Henestrosa "Familia Tipográfica Guacarrock". Basada en el logotipo de la mexicanísima banda de rock Botellita de Jerez.

Fig. 72. Cristóbal Henestrosa "Familia Tipográfica Fondo". Diseñada para el uso exclusivo de una de las más prestigiosas editoriales latinoamericanas, el Fondo de Cultura Económica, desarrollada durante los años 2006 y 2007.

CRISTÓBAL HENESTROSA

Estudió la licenciatura en comunicación gráfica en la escuela nacional de artes plásticas de la UNAM, posteriormente hizo una especialidad en producción editorial en la escuela de diseño del INBA, una maestría en diseño tipográfico en el centro de estudios Gestalt y un diplomado en diseño de tipografías en Cooper Union en Nueva York. (Ver Fig. 70)

Cuando se encontraba haciendo su tesis de licenciatura comenzó a interesarse en las letras y así fue desarrollando un gusto por ellas, como él mismo dice, desde ese momento no sólo se limitaba a teclear, sino que le daba algo más a la letra, como si la personalizara. Ha elaborado algunas tipografías como Espinosa Nova, Fondo y Guacarrock (Ver Fig. 71), esta última muestra un diseño más experimental y distinto a las que generalmente elabora. Cabe mencionar que "Fondo" (Ver Fig. 72), fue la primera familia tipográfica mexicana pensada primordialmente para componer libros.

En 2008 el Círculo de Tipógrafos, organización de la cual es miembro Cristóbal Henestrosa, asumió el proyecto de convertir las letras hechas a mano contenidas en las portadas de las publicaciones para el Fondo de Cultura Económica y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) del di-



Fig. 73

Fig. 74

señador holandés *Boudewijn Ietswaart* (60's), en fuentes digitales creando así en el 2010 la colección *Balduina*, compuesta por siete fuentes: *Balduina Candida OT*, *Balduina Delicada OT*, *Balduina Discreta OT*, *Balduina Libre OT*, *Balduina Moderna OT*, *Balduina Real OT* y *Balduina Sincera OT*. (Ver Fig.73-74). Trabajo que captura la belleza y elegancia de cada una de las portadas diseñadas por Boudewijn (o Balduino, como se le conocía en México), reflejo de un arduo proceso que recrea su modelo de escritura basado en un número limitado de caracteres, que celebra la obra de *Ietswaart* y ese periodo de la historia mexicana.

Cabe mencionar que generalmente sus tipografías suelen ser elaboradas para componer textos, por lo que sus diseños suelen ser muy limpios y basados en la estructura tradicional de la letra, mostrando trazos delicados no muy ornamentados.

Fig. 73-74. Cristóbal Hens-trosa "colección *Balduina*".





Fig. 75

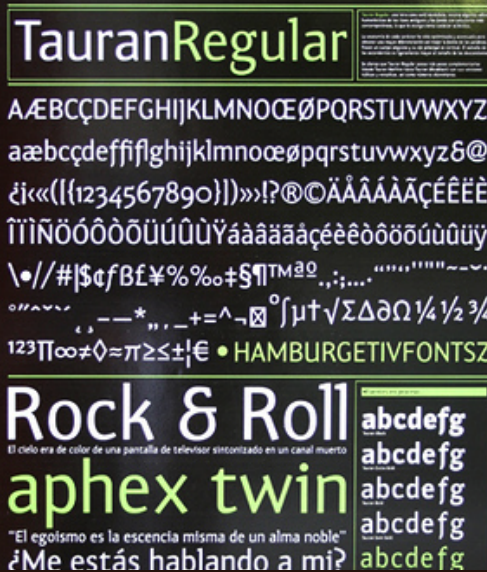


Fig. 76



Fig. 77

➤ Fig. 75. Raúl Plancarte, tipógrafo y diseñador gráfico mexicano.

Fig. 76. Raúl Plancarte "Familia tipográfica Tauran", 2006. Fue seleccionada como una de las cuatro que representaron a México en la Bienal de Letras Latinas 2006 y fue el primer lugar nacional de la categoría "fuente tipográfica" del premio a! Diseño

Fig. 77. Raúl Plancarte "Familia tipográfica Sedna", 2009. Diseñada para periódicos, fue elaborada bajo un estilo holandés, inspirada en la leyenda del personaje homónimo que representa la suma de los inuits o eskimales, más la fuerza de la naturaleza.

RAÚL PLANCARTE

Originario de Yucatán, es tipógrafo y diseñador por el Centro de Estudios Gestalt. (Ver Fig. 75) Es miembro fundador de Círculo de Tipógrafos y miembro de la *Association Typographique Internationale* (ATypI). Siempre ha mostrado interés por la tipografía para cuerpo de texto, su primera fuente de texto *Tauran* (Ver Fig. 76) fue seleccionada como una de las cuatro que representaron a México en la Bienal de Letras Latinas 2006 y fue el primer lugar nacional de la categoría "fuente tipográfica" del premio a! Diseño.

En sus trabajos tipográficos procura que lleve una dirección, siempre interesado en que cumplan una finalidad específica y que genere un concepto para satisfacer las ideas que se hayan planteado desde el comienzo de un proyecto tipográfico. Considera que un tipógrafo, cuando se plantea en darle cualidades específicas a una fuente y puede cumplirlas es mucho mejor.

Tipografías como *Sedna* (Ver Fig. 77) diseñada para periódicos fue elaborada bajo un estilo holandés, inspirada en la leyenda del personaje homónimo que representa la suma de los inuits o eskimales, más la fuerza de la naturaleza. Raúl buscó que la forma tipográfica sugiriera frialdad, lejanía austeridad y dureza, con una favorable optimización y rendimiento en cuerpos menores de texto, aunque el rango de usos es variable gracias a



Fig. 78



Fig.79



Fig. 80

la diversidad de pesos y estilos que diseñó, dada la necesidad de diferenciación de información del medio periodístico.

Le gustaría que el diseñador mexicano viera la tipografía como una herramienta que puede ayudar a resolver varios productos, y no simplemente se le vea desde el punto artístico, pues en tal caso la tipografía pasa a segundo término y se le pierde interés, afectando al diseñador y al usuario. Obviamente el diseñador tiene una mayor conciencia y claridad al respecto porque es su disciplina. (Entrevista a Raúl Plancarte, *Diseño de la Comunicación Gráfica* 2009).

Plancarte no sólo abordan la elaboración de tipografías, sino que también ha elaborado diseños a partir de la experimentación de la letra, ejemplo de ello son los logotipos que ha creado para diferentes sectores (Ver Fig. 78-80) llevándolos acabo de una manera limpia, legible y tradicional sin llegar a abusar del uso de la ornamentación.


Fig. 78. Raúl Plancarte "Tipografía" logotipo, 2006. Mención honorífica, símbolo corporativo rediseño. 

Fig. 79. Raúl Plancarte "Carnaval de Chetumal" logotipo, 2008.

Fig. 80. Raúl Plancarte "Tiru Movement" logotipo. Mención honorífica, símbolo corporativo rediseño.



Fig. 81

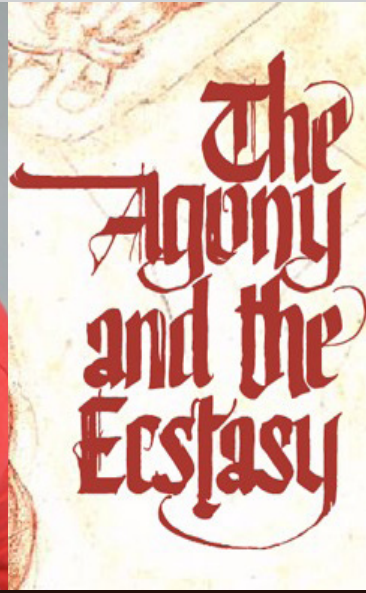


Fig. 82

Agony + alternates: bbccddeeeeffmmpppl

Ecstasy + alternate: A Aggggnchhh

Fig. 83

⤴ Fig. 81. Jesús Barrientos, tipógrafo y diseñador gráfico mexicano.

Fig. 82-83. Jesús Barrientos fuentes: "Agony & Ecstasy", 2012. Fuentes seleccionadas para la Bienal de Tipos Latinos. Agony se basa en un ejercicio caligráfico romano, con cualidades góticas en el trazo y terminales alargados y Ecstasy consiste en un conjunto de caracteres de apariencia gótica y signos que cuentan con rasgos romanos que se mezclan entre sí.

JESÚS BARRIENTOS

Nacido en Puebla de Zaragoza, es diseñador gráfico por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y tipógrafo por el Centro de Estudios Gestalt (Ver Fig. 81). Es director general del centro integral de diseño El Hábitat Creativo y miembro de ATypI. Actualmente colabora con el proyecto de investigaciones tipográficas de la Facultad de Arquitectura, diseño y urbanismo de la Universidad de Buenos Aires.

Sus trabajo se ha expuesto en diversos países. Barrientos creó los "caligramonstrum" una serie de dibujos que a través de la tipografía delimitan la figura de monstruos míticos de la literatura, el cine o el arte gráfico. Estos dibujos fueron elaborados con elementos tipográficos para construir otras imágenes como sucede con los caligramas, de tal manera que se pudiera aprovechar y jugar con estos elementos sin que perdieran legibilidad.

Sus tipografías demuestran la unión que hay entre el vector y la elaboración puramente manual, ejemplo de ello es Agony & Ecstasy (Ver Fig. 82-83); fuentes seleccionadas para la Bienal de Tipos Latinos 2012. La primera está basada en la caligrafía romana con cualidades góticas en su trazo y terminales alargadas; es una letra condensada con un amplio rendimiento de línea pero con poco espacio descendente, esta tipografía está inspirada en una



Fig. 84

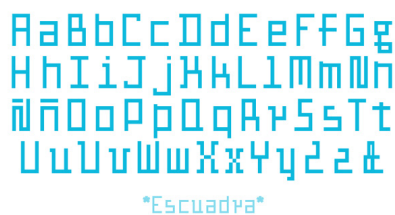


Fig.85




Fig. 86

frase de una película que fue escrita a mano, lo que le permitió a Barrientos localizar diversas variantes de letras, elaborándola con diferentes tipos de trazados, siguiendo un ritmo y combinado adornos afinados que lograba con acumulaciones irregulares de tinta, la considera ideal para nombres, títulos o logotipos.

Para la realización de la segunda tipografía (Ecstasy) se basó en el concepto básico de caracteres de apariencia gótica mezclando signos con rasgos romanos que se mezclan entre sí, para ambas tipografías, Barrientos desarrolló un estilo caligráfico que le permitió de manera efectiva reproducir el trazo de una caligrafía expresiva hecha a mano para poder crear el resto de los caracteres y de esta manera aplicarlo a las mayúsculas y minúsculas, cifras, diacríticos y otros signos.

Cabe destacar que cuenta con otro repertorio de tipografías como Ochenteros, Escuadra y Vecchia . (Ver Fig. 84-86)

Fig. 84- 86. Jesús Barrientos 
fuentes: Ochenteros, Escuadra y Vecchia.

Cada uno de los diseñadores gráficos mencionados aquí posee su propio estilo y forma de experimentar y aplicar la letra, pero sin duda todos ellos son fuente de inspiración ya que nos muestran la diversidad de formas con las que puede ser aplicada de forma correcta y al mismo tiempo nos demuestran que en México este campo del diseño no está olvidado y que aún se puede contribuir al crear un buen diseño haciendo uso de la letra.

Nos muestran que la mezcla de conocimientos, experimentación, el adecuado uso de los medios digitales y la constante unión de todos pueden generar propuestas más originales sin llegar a perder la esencia y función de la tipografía.

Al observar la versatilidad de sus diseños nos hacen ver que la forma tradicional de hacer letras sigue viva, ya que todos ellos al momento de hacer una nueva letra, suelen primero trazarla de forma manual utilizando tintas, papel, lápiz, plumillas, etc. y posteriormente pasan a la computadora, algunas de ellas sólo para resaltar sus rasgos. Nos recuerdan que no solamente con el uso de los medios digitales se pueden obtener resultados sorprendentes de buena calidad y que de igual manera la letra sigue conservando su misma belleza, destacando el ambiente en el que se desarrolla.

Así que, cada letra, palabra y texto que se genera o se emplea tiene una función de manera directa o indirecta con el diseño que se desarrolla, por lo que es importante experimentar con ella para que el resultado obtenido no sólo sea el adecuado si no que sea el mejor. Aplicando esta lógica al diseño, las oportunidades que se obtienen pueden ser de gran variedad, es por ello que el diseñador y todos aquellos interesados en las letras deben ver al *lettering* no sólo como

algo nuevo, sino como un recurso en la elaboración de sus proyectos tipográficos o de diseño.

La expresividad y creatividad son características propias del *lettering*, es esta relación tan directa, que es necesario abordar estos temas de manera un poco más detallada; así como todos los factores que los rodea con el fin de expresar, comunicar, explotar las ideas y pensamientos que el uso de las letras puede hacer y de esta manera estimulan y alentar la versatilidad que el propio *lettering* puede crear de manera sustentada en la imagen de un modo único, expresivo y creativo.



capítulo 2

VINCULACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA EXPRESIVIDAD VISUAL Y TIPOGRÁFICA

*En este capítulo se abordará el vínculo
existente entre la expresión, lo visual
y la tipografía*





2.1

Expresión y creatividad de la letra *en el diseño gráfico*

“La letra ha tomado fuerza para reintegrarse en la vida de la gente; en una cultura donde reina la imagen y no la lectura. Muchas ramas han recurrido a la tipografía para realizar propuestas innovadoras.”

FELIPE DE JESÚS COCA CORDOVA
2007

*N*o se ha llegado a establecer una relación entre lo que se ve y lo que se sabe. El conocimiento o la explicación, no se adecuan a la visión. Lo que “se ve” y lo que “se sabe” afecta el modo de ver las cosas. Nunca se ve una sola cosa, sino la relación entre las cosas y nosotros mismos.

La naturaleza recíproca visual es más fundamental que la del diálogo hablado; es necesario exhortar que en el mismo tiempo en el que podemos ver a alguien, ese alguien puede vernos. El diálogo hablado es un intento de explicar como vemos las cosas y el descubrir como alguien más las ve.

Una imagen es una visión que ha sido creada o reproducida; toda imagen encarna un modo de ver, sin embargo, nuestra percepción o apreciación de una imagen interviene, formando así nuestra propia forma de ver. Si somos capaces de ver el presente con claridad, seremos capaces de hacer adecuadas interrogantes acerca del pasado. Es por ello que la perspectiva toma importancia en como percibimos, ésta se somete a una convención en la que no existe reciprocidad visual. Es importante recalcar estos puntos, ya

que a la hora de diseñar, se debe de tener una misma percepción y perspectiva. La forma de ver el lenguaje visual ha cambiado, siendo pocas las personas que se han dado cuenta de estos cambios; gracias a los modernos medios de reproducción, las imágenes son fugaces, accesibles y libres. De igual manera la letra ha sufrido esa transformación en su nivel de percepción, ya que en siglos anteriores la manera en como se realizaba, era de una forma ornamental y manifestaba un grado de conocimiento hacia ella, en estos días aquellos que aprecian y manejan la tipografía han aportado una visión mas amplia de lo que se puede llegar a hacer con el lenguaje escrito, no sólo el transmitir ideas, sino también generar nuevas expresiones.

Desde el inicio de la historia, el ser humano ha sentido la necesidad de plasmar en algún lugar sus ideas, sus pensamientos, incluso su cultura, como una manera de expresión o comunicación, dándole paso a la habilidad de organizar elementos en una forma lógica y armónica, para transmitir un mensaje, sin embargo no basta sólo con la capacidad de crear cosas para lograr ser un buen diseñador, ya que existe una habilidad llamada creatividad que juega un papel importante a la hora de crear. La creatividad es la capacidad de pensar de forma diferente a la gran mayoría de las personas, ver de manera distinta, establecer vínculos y percibir cosas que otros pasan por alto, logrando así que el proceso del diseño sea exitoso. La creatividad no es una parte aislada de nuestro pensamiento y no es un lujo que sólo los artistas pueden permitirse. Todas las definiciones de creatividad expresan la novedad de las ideas –el aspecto cualitativo- y la abundancia de las mismas –el aspecto cuantitativo. Así, el pensamiento creativo puede ser definido también

como la capacidad de llevar algo a la realidad, algo que no existía anteriormente y en este sentido, la creatividad tiene que ir más allá de la experiencia y ser de alguna manera revolucionaria.

Debido a que en este momento existen muchas opiniones y percepciones sobre creatividad en el mundo, la profesión del diseñador se juzgará cada vez más por la manera en que representa la creatividad.

Muchos expertos afirman que esta habilidad ha estado presente en nuestras vidas desde que éramos niños, sólo que cada uno de nosotros decide estimularla o alimentarla a través de los años, o simplemente olvidarla. Esto no quiere decir que una persona no pueda reanimar su creatividad, ya que existen disciplinas y hábitos que logran estimular estos sentimientos intuitivos en un diseñador. Aunque esta habilidad tiene una relación directa con nuestro hemisferio derecho, debemos tratar de estimular esta parte para hallar un equilibrio entre ambos hemisferios.

La creatividad es la esencia del diseño y erróneamente se piensa que la falta de inspiración no genera ninguna idea, pero la creatividad no sólo se conjuga a partir de la inspiración sino también del razonamiento, el cual parte del conocimiento; sin estas dos partes el proceso creativo es nulo. Es aquí donde se establece la diferencia entre conocer la forma y ser manipulador de la imagen a través de ella, el dominio de estos lenguajes logra un alcance formal en una imagen sustentado en un razonamiento matemático y conceptual.

En el Diseño Gráfico ya no causa sorpresa encontrarse con un rompimiento de fronteras entre las diversas disciplinas, es por ello que en la actualidad se puede contar con un amplio acervo de ejemplos en los que la tipografía ha

participado significativamente, usando la tipografía como un elemento para dar un gesto formal y hacer énfasis en algún aspecto conceptual. La tipografía es usada de diversas formas, en ocasiones como único elemento plástico expresivo o como único gesto dinámico y provocador de la obra. Nada es tan habitual y ordinario, tan presente y obvio en nuestra vida cotidiana como lo es la tipografía. Puede expresar desde un estado de ánimo hasta una ideología, pues su forma se nutre del contexto en el que nace y se desarrolla.

ALFABETIDAD VISUAL

El lenguaje es un recurso comunicacional con el que cuenta el hombre de forma natural, evolucionando a través del tiempo. La alfabetidad significa que todos los miembros de un grupo comparten un significado asignado a un cuerpo de información, significa construir un sistema básico para el aprendizaje, la identificación y comprensión de mensajes visuales que todo el mundo pueda manejar, y no sólo por conocedores como el diseñador, el artista o artesano.

En la conducta humana no es difícil encontrar una propensión a la información visual; se busca un apoyo visual principalmente por el carácter directo de la información y por su acercamiento a la realidad. Visualizar es la capacidad de formar imágenes mentales. La evolución del lenguaje comenzó con imágenes, progresó a los pictogramas o viñetas, pasó a las unidades

fonéticas y finalmente llegó al alfabeto. En el lenguaje, la sintaxis significa la disposición ordenada de palabras en una forma apropiada, pero en el contexto de la alfabetidad visual, no existen reglas sino cierto grado de comprensión en términos del significado.

La comprensión visual incrementa la inteligencia humana y agranda el espíritu creativo, comprendiendo los significados que asumen todas las formas visuales, es por ello que la percepción y el conocimiento juegan un papel importante, como se verá a continuación.



2.2

Ilusión de una nueva forma

“La caligrafía es el trabajo de la mano, del corazón y del cerebro juntos.”

CLAUDE DIETERICH

Para pensar creativamente acerca de la tipografía, no es necesario tener una habilidad o dominar alguna técnica, sino más bien, se trata de algo mental en cuanto al almacenamiento de ideas y conceptos se refiere.

La percepción de la letra puede tener un significado diferente para personas diferentes, pues no hay una relación entre lo que vemos y lo que sabemos; lo que sabemos o lo que creemos afecta el modo en que vemos las cosas.

Hoy en día, nuestro entorno nos rodea de mensajes llenos de palabras e imágenes, lo que permite que generemos un vocabulario creativo más amplio, generando de algún modo una herramienta que siempre podremos tener a la mano. Como diseñadores nos vemos afectados por la experiencia visual que nos deja, pero no por ello lo debemos pasar inadvertido, debemos ser lo suficientemente capaces para poder distinguir lo bueno y lo malo, los beneficios que puede tener y de alguna manera, poder aprovechar esos materiales visuales para futuras creaciones.



>> Fig. 1-10. Entorno Gráfico.
 En nuestro día a día nos vemos rodeados de imágenes y de información altamente visual, que en el caso del diseñador gráfico es un medio de enriquecimiento y de inspiración para la realización de sus diseños.





Fig. 11



Fig. 12



Fig. 13



Fig. 14

La letra, la palabra o el texto no están restringidos a un solo orden o algún tipo de estilo, sino que todos estos elementos pueden tener un dinamismo propio, (Ver Fig. 1-10) por ejemplo como nos menciona Marion March (1988):

Los nombres propios pueden ir sin inicial en mayúsculas, o un texto continuo puede ir sólo en mayúsculas. Los párrafos pueden empezar con una Versalita, o puede utilizarse algún otro recurso para indicar un nuevo comienzo. Las letras pueden colocarse hacia atrás, cabeza abajo e incluso pueden omitirse. Estudia cuántas letras, o incluso palabras, pueden eliminarse sin que la frase deje de comunicar su significado. El leer de izquierda a derecha no es sagrado; las palabras pueden leerse verticalmente, o de abajo arriba, o incluso, en algunos casos, hacia atrás. (*Tipografía Creativa*:1988:32)

Pero para cualquiera de estos ejemplos, (Ver Fig. 11- 14) que se nos menciona, se debe tener en cuenta las propiedades del lenguaje de modo que su organización dé un mayor significado al pensamiento para la elaboración del mensaje.

Fig. 11-14. Revista Ene o, México. Revista de diseño hecha por estudiantes para estudiantes. Contenido editorial.



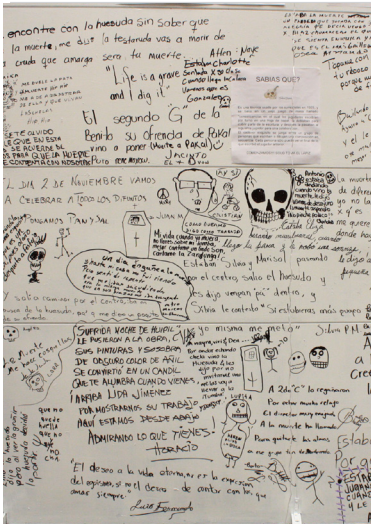


Fig. 15



Fig. 16



Fig. 17-18



➤ Fig. 15. Muro de comentarios, en exposición de catrinas.

Fig. 16. Menú a hecho a mano del "Café los Milagros" 2012.

Fig. 17-20. "Graffiti", 2012. Expresión manual de la letra

SOLTURA DE LA FORMA

La escritura, los garabatos y los trazos a mano desempeñan un papel importante en la tipografía, por ejemplo; si lo que se quiere es que el tipo tenga un sentido o asociación a lo desafortunado, lo indeseable, a lo natural y autoritario, sería preferible hacer uso de la escritura a mano, pues los trazos a mano demuestran tonos de intimidad, calidez y pueden utilizarse para disminuir ciertos tipos de temas o puede aportar información que pueda estar al alcance de todos. (Ver Fig. 15-16)

No obstante la escritura a mano puede utilizarse cuando se asocia a la preocupación por personas, acontecimientos o problemas y en su caso contrario los trazos nerviosos, energéticos o los garabatos pueden proyectar fuertes emociones; ejemplo de ello son los llamados *graffiti*. (Ver Fig. 17-20)

También la escritura a mano tiene la facilidad de transmitir, ya sea de manera sutil o directamente lo que se alude a los fallos humanos como los titubeos, los susurros o los errores.

Hay otros dos modos en que las letras y las palabras adquieran nuevas cualidades y nuevos significados; esto es mediante la construcción y la destrucción. Por construcción entendemos que se añadirá algo al tipo o al grupo de letras, por ejemplo: su-

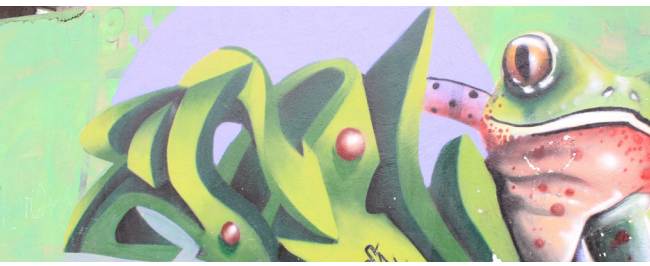


Fig. 19-20



Fig. 21

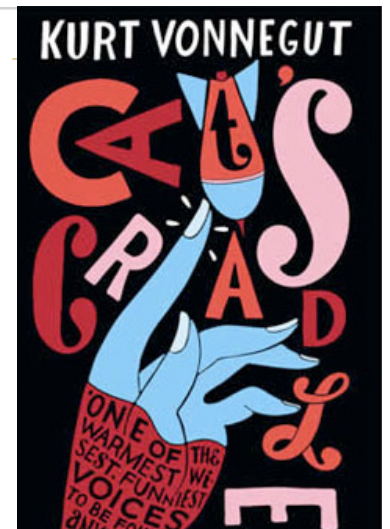


Fig. 22

brayados, recuadros, (recursos que pueden aumentar la importancia del mensaje), ornamentación (genera algo más atractivo y vistoso) y en ocasiones se pueden emplear pantallas para cambiar el énfasis de las letras para generar o introducir bromas visuales. (Ver Fig. 21)

Por su parte la destrucción, pretende, sin dejar de ser eficaz, desgarrar las letras o las palabras y reagruparlas con fragmentos fatales, es decir, con letras de otra índole o hacerlas desaparecer y hasta en cierta medida difuminarlas. (Ver Fig. 22)

En ocasiones las letras y palabras podían ir acompañadas de filetes y orlas, otro recurso gráfico que tiene como finalidad ser meramente decorativo, son líneas de diferentes grosores que destacan a los caracteres y a las palabras, no tienen una ubicación definida, más bien podrían ir encima, a un lado, diagonalmente, abajo o ambos lados, en ocasiones se colocan en diferentes grosores para crear efectos visuales como el de la perspectiva, la única diferencia entre los filetes y las orlas es, que las orlas son más decorativas por naturaleza, ocupándolas


Fig. 21. Logo “blizz”bar. Al hacer uso de la destrucción de la letra se puede agregar una nueva presentación y énfasis visual. 

Fig. 22. Portada de una serie de colecciones: *Essentials de Penguin Great Ideas*. Se muestra como la letra al ser destruida, se crea una nueva composición sin perder eficacia y legibilidad.





Fig. 23



Fig. 24

Fig. 23. Logo del restaurante La Gula, acompañado de filetes con el objetivo de resaltar y decorar el nombre del local.

Fig. 24. Vocación en tu barrio. Uso de orlas de forma decorativa en conjunto con la letra, palabra o texto con el fin de reforzar una idea.

casi siempre en la cabecera o al pie de una página, actualmente estos elementos se ocupan para evocar a una época determinada. (Ver Fig. 23-24)

De este modo:

Aunque el tipo comunica un mensaje a través de palabras o del lenguaje, el tono de voz en el que se comunica ese mensaje compete tanto al tipo como al tratamiento gráfico al que es sostenido.

(Marion March :1988:42)

Esto es importante, hasta en su elaboración, ya que su finalidad es y debe ser, que sus mensajes sean sencillos y entendibles.

Las letras ya sean dibujadas o impresas son formas abstractas, mientras que las palabras asumen color y un ritmo visual y por su parte el texto forma a través de nuevas configuraciones, dibujos líricos.

Este redescubrimiento de la tipografía usa las letras como formas y señales flexibles, no limitadas por la necesidad de la representación. Sintetiza la intuición y el intelecto. (Maggie Gordon, Eugenie Dodd; Tipografía decorativa; 1990)

Algunas letras tienen calidad de trazo, otras tienen una forma orgánica pero ambas tienen conexiones visuales con los objetos; con insinuaciones tipográficas, éstas pueden ser muy



Fig. 25



Fig. 26

obvias y hasta casi discretas, este hecho ha sido fuente de fascinación desde tiempos antiguos, estimulando una gran variedad de formas visuales y ricas en ornamentación. Algunos se profundizaron tanto que, crearon alfabetos demasiados fantasiosos, hasta humorísticos pero leibles y legibles. (Ver Fig.25)

Es importante saber que, no sólo la decoración ha jugado un papel importante en la forma en la que se perciben las letras, si no también el color.

EL COLOR EN LA FORMA

El color es una herramienta útil y versátil tanto para la tipografía como para el grafismo, pues es este pigmento, el que permite ver y modificar, la percepción del material visual. (Ver Fig. 26)

Científicamente, el color carece de cualidades propias, pero tiene 3 características asociativas importantes como: asociativas adquiridas, por ejemplo: al color rojo se le relaciona en nuestra cultura con la agresividad y la ira, mientras que al color amarillo se le relaciona con la alegría y diversión, asociaciones simbólicas como el azul, que nos puede representar el cielo, el agua; en cuanto al verde que se le asocia a la vegetación y al bienestar y por último las asociaciones en los productos,


Fig. 25. Logos de los grupos sonideros en Puebla. Se observa la variedad de color, formas visuales y ornamentales de la letra. 

Fig. 26. Color, variedad tonal.



Fig. 27

➤ Fig. 27. Puesto de revista y de periódicos. Se pueden encontrar diversas portadas y encabezados, las diferentes variables que la letra puede tener.

donde colores como el azul, el verde y el amarillo nos demuestra fresca y limpieza (envolturas de productos de limpieza) a diferencia de los rosas y pasteles que hace referencia a lo delicado y a la ternura (productos de bebés).

No sólo hay unos cuantos colores, si no que hay variabilidad de tonalidades, pero, ¿cómo se puede aprovechar esto en la letra?, pues bien, las formas de las letras son un factor primordial en este aspecto, ya que comúnmente es la unión de éstas en las palabras o en los textos lo que vemos primero, es aquí que mediante la combinación de estilos, tamaño y cuerpo de los tipos, así como el espaciado entre ellas que se puede apreciar las sutiles cualidades tonales.

Es en el espaciado donde se puede percibir un poco más este efecto del color, es decir; si se aumenta el espaciado entre letras, palabras o líneas de texto la tonalidad es más clara, mientras que si se disminuye, el tono se oscurece. Una tonalidad uniforme o variable es apreciable en los boletines, periódicos y las revistas, en donde en cada uno de sus elementos hacen uso de diferentes recursos tipográficos como versalitas, la mezcla de tipos con remates y palo seco, contrastes fuertes con un cambio de grosor usando bold, light e itálicas, hasta inclinaciones sutiles en los textos, creando una forma decorativa sobre la superficie donde se desarrolla. (Ver Fig. 27)



Fig. 28

El estilo de la letra también puede reflejarse mediante el color, por ejemplo cuando se hace una impresión de caracteres una tras otra, con colores traslúcidos, no sólo se genera la combinación de los colores sino que además, se producen nuevas formas en los caracteres (sobreimpresión). (Ver Fig. 28)

No obstante también es importante pensar en el color de fondo pues afecta la legibilidad, se pueden dar casos en los que tanto el fondo como el tipo tengan una igualdad en tonalidad y que la letra pierda reconocimiento. Los colores análogos (parecidos) se funden entre sí, mientras que los colores contrastantes (diferentes) generan un tipo de vibración que hace que las letras parezcan saltar de la superficie. Como nos mencionan Maggie Gordon y Eugenie Dodd (1990):

Un uso mínimo del color para destacar, clasificar o dar fuerzas a partes concretas del texto o elementos tabulados conduce a un definido aire decorativo.

Por ello el color del papel (sustrato) debe favorecer a la armonía con el color de la tipografía pues ambos elementos generarán una composición funcional y decorativa en el sentido en que ambos realcen, disfracen,


Fig. 28 Cartel para el primer encuentro Veta 2012. Se aprecia la fusión de colores en sus respectivas transparencias formando nuevas formas y creando nuevas tonalidades. 



Fig. 29



Fig. 30

➤ Fig. 29-30. Collage de ilustraciones. Se genera composición a partir de texto e imagen logrando una funcionalidad compositiva y decorativa que refleja estilos y características únicas.

clasifiquen y enriquezcan la percepción visual del mensaje. Así como el color fortalece a la letra, los elementos pictóricos muestran que el diseño tipográfico tiende a reflejar más sus características y estilos. (Ver Fig. 29-30)

Los elementos pictóricos y figurativos enriquecen a la letra con adornos rústicos, sólidos, ligeros y elegantes generando imágenes y formas más delicadas y adornadas. Ejemplo de ello actualmente se encuentran en los periódicos, calendarios, tarjetas, postales y revistas. Estos elementos realzan y acompañan a la letra, sin embargo es el tiempo y las grandes tecnologías lo que nos ofrece una ilimitada fuente de oportunidades de manipulación y experimentación que puede tener la letra con su alto valor polisémico (varios significados), no sólo como un carácter si no como una imagen por sí sola, ya que ayuda a entender e imaginar las ideas que se convierten en palabras. (Ver Fig. 31)

Su conjunto en la tipografía ha tenido éxito por su alta integración visual en los medios que se desarrolla, donde es toda una novedad por buscar siempre algo diferente y funcional, todo esto genera acción en la letra, comercialmente hablando, es decir, un producto visual que leemos y entendemos, busca su valor continuo.



Fig. 31

Como comenta Antonio Pérez “Ñiko” en la revista de Tipografía y Diseño:

La letra se deja ver de extremo a extremo del formato de una página o asomándose por debajo de un símbolo, o en la perfecta presencia de un cartel. La letra, además, se transforma en identidad de una marca y es parte fundamental de su diferencia con otras identidades de productos, empresas y nombres de periódicos, revistas y exterior e interior de libros, sin olvidarnos del papel que ejerce como presentador en tarjetas personales y muchos más, en el rico universo de la animación digital, por eso la tipografía es arte de la imagen e historia de nuestro tiempo. (2007:31)

Todo ello genera como consecuencia, un renovado interés por la tipografía creativa. El diseñador busca siempre madurez en el diseño tipográfico con originalidad y novedad para transmitir información o una idea de modo eficaz, todo ello de modo creativo.

Fig. 31. Puesto de periódicos. Hay una gran diversidad de elementos pictóricos y figurativos que enriquecen la letra.



2.3

Tipografía *Expresiva*

“Hablar y escuchar son actos que se desarrollan en el dominio acústico. Luego, la pluma puso fin a la conversación: el hombre utilizó el ojo en vez del oído; y el ojo se convirtió en órgano dominante. El hombre racional de nuestra cultura occidental es un hombre visual.”

MACLUHAN



a tipografía no sólo existe para ser leída sino también para ser vista, condicionando en buena parte la manera en que percibimos un mensaje. El texto puede decir una cosa; las letras, otra muy diferente. Por lo que en algunas ocasiones a pesar de que la letra ya posee expresividad por sí sola, se ve modificada para obtener mayor fuerza y claridad en lo que se quiere decir.

Existen algunas soluciones gráficas (monogramas, caligramas, tipogramas, sintagmas, logotipos, etc.) que se han usado para darle mayor expresividad a la letra y que han contribuido a que ésta adquiera un impacto mayor. Mencionaremos algunas de ellas, que en el tiempo han ido marcando diversas formas de expresión visual en la letra:

CALIGRAMA

Es un escrito generalmente poético, en donde el mismo texto se coloca en diversas posiciones para generar una imagen (animal, paisaje, personaje o cualquier cosa) en relación al tema del contenido.

LI - PO

Li - Pó, uno de los "Siete Sabios en el vino"
Fué un rutilante brocado de oro.....

como una
marzo
de fete
sonoro

su infancia fue de porcelana
su loca juventud

un
soporo
lleno de bambú
garras
y de misticos

ostras de mujeres
en la laguna

visiões
antadas
luna
las

Fig. 32

➤ Fig. 32. Li-Po y otros poemas, 1920. En este libro Tablada rinde homenaje al famoso poeta chino Li-Po (701-762) que, según la leyenda, murió en un lago cuando intentaba atrapar la luna que se reflejaba en sus aguas.

Fig. 33. Impresión de la Habana, 1919. Este poema visual de Tablada deja una Cuba vista por los ojos del extranjero, otro que se deja cultivar por las facturas visuales manufacturadas, y no por la compleja realidad de un país en toda su heterogeneidad.

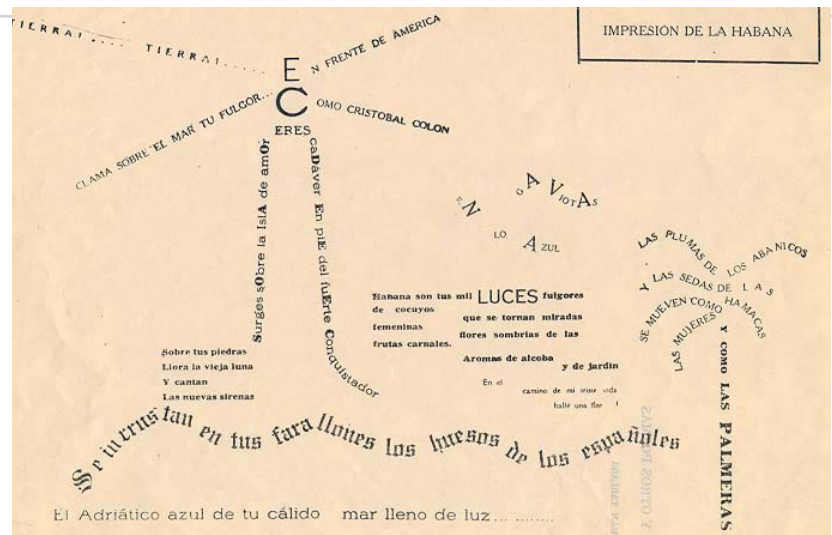


Fig. 33

Haciendo mención sobre la historia, aunque fue el poeta vanguardista francés Guillaume Apollinaire (1880 Roma, Italia - 1918 París, Francia) quién durante los primeros años del siglo XX dio un nuevo auge a este género, podemos recordar que no obstante, los orígenes del caligrama se remontan a la antigüedad desde el periodo helenístico griego, por lo que esta forma de expresión ha perdurado durante años.

En lo que respecta a México durante los siglos XIX y XX podemos hacer mención de Juan José Tablada (1871-1945), que al igual que Apollinaire también se vio inmerso en esta forma de expresión poética, dejando un importante legado en la poesía mexicana a través de escritos como "Li-Po y otros poemas" (Ver Fig. 32), "Impresión de la Habana" (Ver Fig. 33), entre otros, en donde podemos observar la forma en que experimenta con la letra, jugando con ella al colocarla en diferentes posiciones con el fin de crear la composición perfecta que representará lo que quería decir en ese momento.

Con relación a esto, Gerardo Muñoz menciona lo siguiente:

La poética de Tablada de igual modo resulta una de las páginas más simpáticas de nuestras letras, situándose entre la revolución de la forma del siglo veinte y el uso del tono irónico y risueño.

(Gerardo Muñoz:2009:parr. 1)





Fig. 34

Por lo que podemos decir de Tablada es que es ampliamente reconocido como un importante precursor de la poesía visual en México y el resto de América Latina y como el personaje que introduce el *haiku japonés* a la lengua española.

Este enlace entre texto e imagen contribuye al comienzo de la exploración en el campo de la tipografía y da paso a nuevas formas de aplicación de la letra.

MONOGRAMA

Con el monograma se comienza a ver un tratamiento diferente a la letra, ya que se le agregan rasgos distintos a los que se habían hecho antes, a diferencia del caligrama que únicamente jugaba con la composición del texto sin alterar su estructura.

El monograma se define como un símbolo hecho por letras entrelazadas, a veces suele ser combinado con elementos decorativos para generar mayor impacto visual. En la antigüedad era utilizado como referencia de pertenencia de los reyes en sus escudos y objetos personales, posteriormente fue adoptado por los obispos. Uno de los más reconocidos de la historia es el de IHS (Ver Fig. 34) creado en honor a Jesucristo, en donde se representan las primeras tres letras de Jesús Hóminum Salvator.

Fig. 34. Monograma IHS, Desde el siglo III la iconografía cristiana se ha nutrido con estas representaciones del nombre de Jesús.



Fig. 35

➤ Fig. 35. Un centavo mexicano de 1936 (Monograma). El nombre peso ha correspondido a dos unidades monetarias mexicanas diferentes. La primera, fue vigente hasta el 31 de diciembre de 1992. La segunda, entró en vigencia el día 1 de enero de 1993. Se denominó nuevo peso hasta el 31 de diciembre de 1995 y simplemente peso desde el 1 de enero de 1996 hasta la actualidad.

Este monograma surgió en el siglo XV en reemplazo de otro que se remontaba a los primeros siglos y estaba formado por el entrelazamiento de las letras X y P griega, primeras letras de la palabra Christos, llamado vulgarmente crisma o crismón. (2011:parr.4)

En México podemos encontrar el uso del monograma desde la aparición del peso (la moneda mexicana) (Ver Fig. 35), en donde se ve por primera vez en el mundo el uso del signo “¢” (centavos), que posteriormente es adoptado por el dólar de Estados Unidos.

TIPOGRAMA

En el tipograma la unión del texto e imagen se hace más evidente, ahora las letras adquieren un sentido más expresivo, ya que se juega con nuevas formas (llevadas por medio de la ilustración, materiales, etc.) adaptadas a la tipografía, en las que a veces se deforma o altera su estructura utilizando perspectivas o agregando elementos nuevos a ella.

Puede ser un texto, signo o caligrama elaborado con caracteres de imprenta, colocados de tal manera que formen un objeto que generalmente alude a su significado. Hugo Alonso Plazas lo define de esta forma:

El tipograma [...] es un punto en el que convergen la palabra y la imagen, lo textual y lo visual, por medio de significados únicos y dobles



Fig. 36

representaciones; abre posibilidades creativas, gracias al uso de variables tipográficas, a la sensibilización hacia la forma de las letras, logrando crear mensajes visuales en los que el significado verbal y visual puedan equipararse.


(Hugo Alonso Plazas:2009:parr. 10)

Los tipogramas permiten que el mensaje tenga mayor fuerza en lo que se quiere comunicar, por lo que se pueden representar, principalmente, en tres situaciones:

PALABRA-IMAGEN

En este la letra se ve conectada con la imagen llevada en diversas formas de representación dependiendo de la creatividad del diseñador. (Ver Fig. 36)

Un carácter adecuado, aún elegido cuidadosamente con referencia al significado de la palabra que compone, a veces no es suficiente para una propia expresión clara, por lo que se recurre entonces a una solución gráfica definida como la palabra-imagen. En esta forma de representación las letras adquieren un valor icónico dominante. En este caso, la palabra aparte de poder ser leída también se interpreta, lo cual le da más valor.

Fig. 36. Ejemplos gráficos de palabra-imagen. En esta imagen se muestran diferentes formas de adaptar la letra a la forma, dotándola de expresividad, sin perder su legibilidad. 

LETRA FALTANTE

En el campo de la gráfica se adopta frecuentemente la solución de sustituir una o más letras de un signo o logotipo con la silueta de un objeto o cualquier otro signo que defina más claramente la identidad del tema involucrado. En razón de que los caracteres son reconocibles por el ojo gracias a la percepción de pocos trazos esenciales, su sustitución por una figura que tenga elementos estructurales parecidos no origina graves alteraciones en el proceso normal de la lectura, por el contrario la palabra, gracias a la introducción de una imagen diferente es más interesante, asumiendo un valor icónico, siempre y cuando el cambio esté bien estudiado y la nueva silueta se coloque de manera acentuada, pero con equilibrio y armonía en el contexto de la palabra, entonces el ojo será atraído pero no disturbado; y sucederá que a la simple lectura se le agregará un procedimiento de visión e interpretación.

En la actualidad este tipo de representación lo podemos encontrar en marcas principalmente. (Ver Fig. 37)

LETRA EXPRESIVA

La alteración de la forma de una letra puede suceder también con referencia a un lema. En este caso la acción que el lema expresa se convierte en el tema para la ideación de la nueva imagen del carácter; el lema se invierte directamente sobre la letra y manipula la figura de modo que ella represente la acción de inmediato.

En algunas circunstancias son las mismas letras las que, sin cambiar la forma original, se cargan de identidad y se convierten en sujetos, integrantes entre ellas; es así como los personajes que intervienen en la acción deben tener, en efecto, connotaciones bien marcadas adecuadas para expresar de modo más claro posible el lema por representar.

Actualmente encontramos este tipo de representaciones de la letra aplicada en logotipos, carteles, etc. (Ver Fig. 38-39), los cuales nos muestran que hay varias formas para lograr que una letra además de ser legible y funcional también sea llamativa y agradable.

Todas las soluciones gráficas que se han abordado hasta este momento (caligrama, monograma, tipograma) han sido fundamentales para mostrar la transformación continua que ha tenido la letra en la forma de hacerse y aplicarse a través del tiempo, aunque no solamente estos recursos han contribuido en su camino a obtener una mayor expresividad, por lo que más adelante hablaremos de algunos elementos en los que el diseñador se ha apoyado para facilitar la realización de letras cada vez más atractivas e interesantes, al dotarlas de acabados diferentes (texturas, tonalidades de color, grosores, entre otros) que en ocasiones mejoran el resultado gráfico haciéndolo más original.



Fig. 37



Fig. 38



Fig. 39



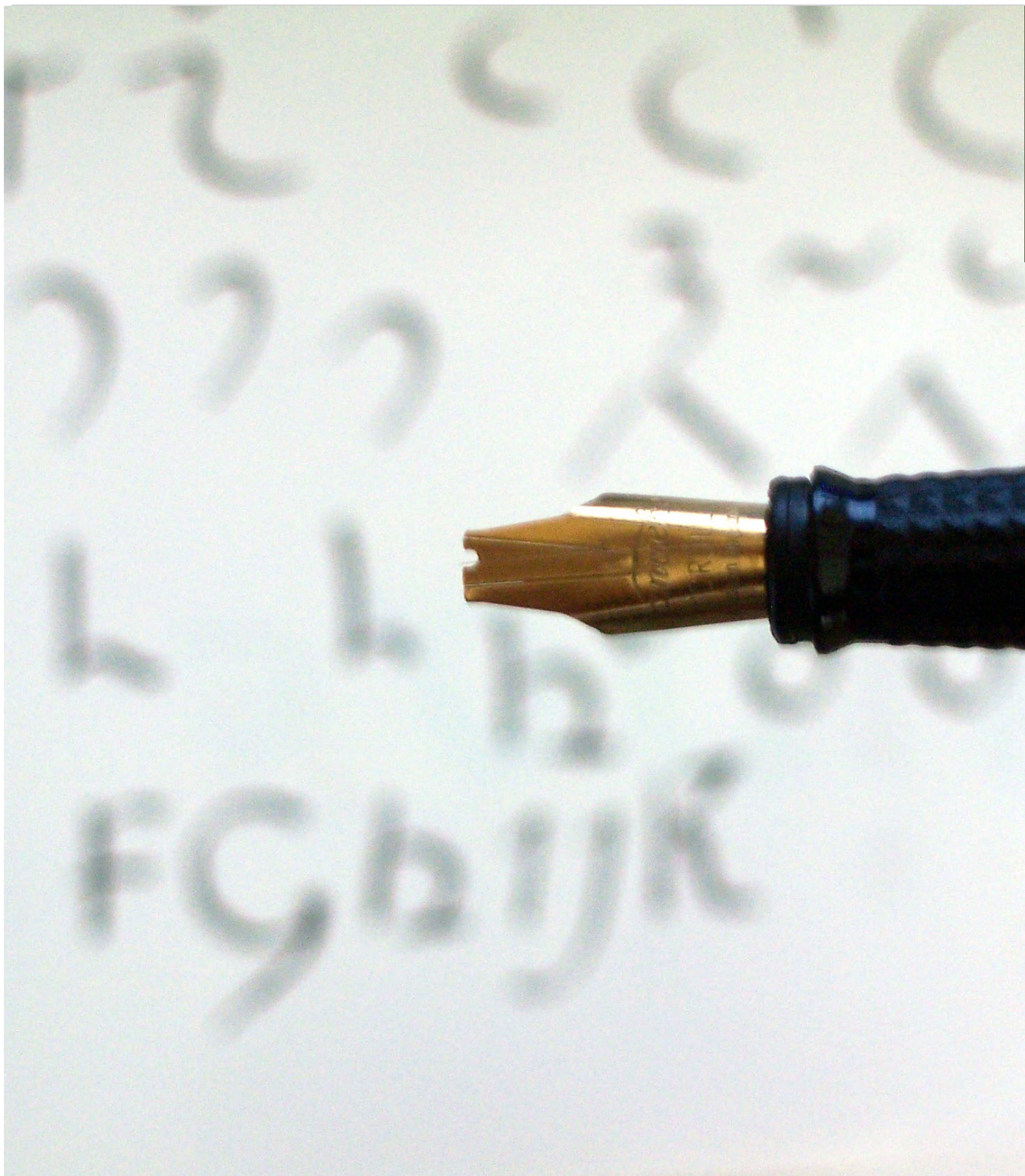
Fig. 37. Identidad del Perot museum. La marca se basa en la sustitución de la letra “O” de Perot por unos grandes corchetes rojos, que servirán como marco contenedor de una amplia gama iconográfica. Estos íconos, representantes de los diversos campos de estudio del museo, hacen que la marca sea dinámica pudiendo adquirir infinidad de formas y significados.



Fig. 38. Tipografía Rumba de Laura Messeguer. Una tipografía fresca, de marcado corte rotulista y con un alto grado de expresividad. Compuesta por tres pesos Small, Large y Extra.



Fig. 39. Tipografía de Paraguay. En el Paraguay, el diseño de letras de esas hormiguitas que sostienen el acto tan solitario como de comunión, tan liberador como enriquecedor de la lectura se encuentra a punto de alcanzar una madurez que la aproxima a sus referentes históricos. Nunca hasta este momento se había diseñado tanta y tan variada tipografía.



2.4

Técnicas y materiales

“No existen definiciones absolutas de qué es o qué debería ser.”

MARION MARCH, 1988



Desde el comienzo de la escritura instrumentos y soporte han estado en estrecha relación, razón por la cual la búsqueda, la experimentación y la evolución de algunos de ellos, se refleja en el otro.

Así a lo largo de la historia de la escritura los más antiguos y tradicionales han dado espacio a una gran diversidad de utensilios y soportes, desde los más simples a los técnicamente más sofisticados. (Ver Fig. 40)

Esta evolución está ligada a la necesidad del escriba, no sólo de hacer su tarea más sencilla, a través de un instrumento de mayor funcionalidad o de un soporte más apto para el utensilio, sino también de hallar nuevas formas de expresión; teniendo en cuenta que siempre el resultado de la obra es fruto de la interacción entre calígrafo, el instrumento y el soporte. El texto puede ser una excusa para crear una obra a veces tan cercana al arte, que el texto queda registrado como un trazo o una abstracción.

En la actualidad, el *lettering* es también una herramienta para el diseñador a la hora de crear

un logotipo, hacerlo único y exclusivo para su cliente. Por lo tanto, se le puede considerar una herramienta de prestigio para una marca y un medio para enriquecer un diseño.

En relación a los instrumentos, hoy en día tenemos a disposición tanto los tradicionales como los modernos, sin olvidar los de tipo experimental que podemos realizar con materiales alternativos.

SOBRE LOS MATERIALES Y LAS TÉCNICAS ANTIGUAS

ELEMENTOS ESCRITORES

Los instrumentos para realizar caligrafía derivan todos de la pluma de oca y de la pluma de caña de bambú, aún más antigua. Para poder escribir con la pluma de oca se necesita una cierta preparación que consiste en dejar secar y endurecer la pluma. Actualmente los instrumentos esenciales para la caligrafía son la plumilla, la pluma o el pincel de corte recto o cincelado.

En la época medieval se utilizaba para caligrafía plumas de ave y de caña, como así también cuero de ternero. Sin embargo, los calígrafos modernos disponen de una gama más amplia de materiales estables: plumas, tintas y papeles fabricados. Antes de usar ciertas plumillas es necesario ponerlas unos pocos segundos sobre la llama de un encendedor para que evapore la laca que las protege contra la oxidación.

Estos instrumentos eran muy prácticos y se podían utilizar con todo tipo de pigmento. De todos modos, cada calígrafo inventaba su instrumento, usando trozos de madera, de bambú, de plástico, de metal, etc.

Con las plumillas anchas se puede obtener un trazo más grueso o más fino según el ángulo que se crea entre la pluma y el papel. Así, cada tipo de letra requiere una angulación específica que asegura proporciones y equilibrio perfectos entre los trazos finos y gruesos (el estilo o tipo de letras está compuesto de caracteres).

La plumilla puntiaguda funciona con la presión, o sea que el trazo se vuelve más grueso cuando se aprieta y las dos mitades se abren, y es fino cuando la pluma ligeramente roza apenas el papel. (Ver Fig. 40)

El ángulo varía según la escritura y puede ser de 20°, 30°, 45° o 60° grados de inclinación de la plumilla respecto al plano horizontal.

Normalmente los trazos se interrumpen en su parte más fina, lo que facilita identificar el encuentro de dos trazos separados en el punto más delgado de la letra.

Por lo general, los trazos empiezan con una serif, que es un guión fino escrito con la plumilla. Tanto si se traza una vertical, una diagonal, una serif o una curva, el ángulo de escritura de un determinado estilo debe mantenerse constante. Por lo tanto, al trazar una curva hay que evitar girar la plumilla inesperadamente.

En lo que concierne a la tinta las pinturas para iluminar manuscritos estaban hechas con pigmentos de sustancias terrosas, residuos naturales de metales o de minerales. También se utilizaba la cal, el plomo, cenizas de huesos de pájaros o del azafrán. Se molían los pigmentos muy finos y se aplicaban al pergamino, después de diluirlos en clara de huevo batida hasta que alcanzaban la fluidez necesaria para aplicarlos con el pincel. Con las acuarelas se obtiene muy buenos efectos y se pueden apreciar los matices.



Fig. 40



Fig. 41

INSTRUMENTOS TRADICIONALES

Cálamo. Este instrumento consiste en una caña tallada provista de hendidura, a través de la cual fluye tinta. Es un utensilio muy antiguo, se asocia con el desarrollo de la escritura del Oriente Medio, por la disponibilidad y calidad de la caña que se encuentra dentro de la zona.

El cálamo fue usado por los egipcios y los sumerios sobre papiro. Se constituyó como el único instrumento de los calígrafos árabes y el más apreciado por el mundo musulmán. (Ver Fig. 41)

La posibilidad de diversos calibre de caña, permite no sólo realizar plumas de una gran variedad de anchos, sino también superar la anchura.

Pluma de ave. Las plumas de ave han sido instrumentos muy usados durante muchos siglos. En la actualidad los calígrafos las eligen por su flexibilidad y versatilidad. Las plumas se consideran de mejor calidad por la dureza.

Se pueden utilizar las plumas de ganso, pavo y buitré; éstas permiten lograr escrituras de un grosor me-


Fig. 40. Actualmente se utilizan herramientas muy sofisticadas para la caligrafía. 

Fig. 41. Cálamo.



Fig. 42

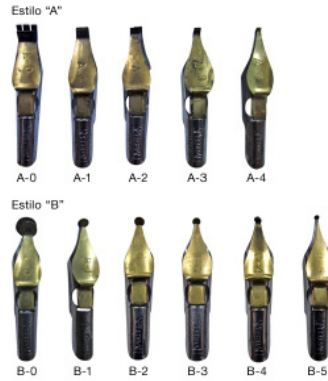


Fig. 43



Fig. 44

➤ Fig. 42. La pluma de ave se puede adaptar a la modernidad y ser más sencillo su funcionamiento, a esta pluma se le acoplan distintos cabezales, como los de las plumas a las que últimamente estábamos acostumbrados, las estilográficas típicas, que nos permitirán una escritura más ágil y adecuada.

Fig. 43-44. Plumillas Speedball Estilos: A, B, C, 512, 513: 2,50 € // Plumillas Pincel (Steel Brush).

diano o grande. Para escrituras más finas se reservan las plumas pequeñas de ganso, pato y cuervo. Las plumas de cisne son apreciadas por su firmeza, mientras que las de pavo se consideran las mejores para el uso ordinario, éstas son más duras y poseen paredes internas más gruesas, lo que confiere una mayor resistencia a la presión. (Ver Fig. 42)

Plumas de metal. Existen registros de plumas metálicas, pertenecientes a los romanos, halladas en Pompeya, su nacimiento y evolución se registra a partir de 1822, en plena era industrial, las plumas o plumillas de metal se utilizan con portaplumas, se encuentran una gran variedad en cuanto a tamaño, forma y dureza.

Las marcas más reconocidas son *Mitchell*, *Speedball* y *Brause*. Sin embargo en nuestro ambiente sólo se pueden conseguir algunas plumas o plumillas metálicas de punta recta y medianamente ancha, que se pueden emplear para la mayoría de los trabajos caligráficos; las de punta redonda y la pluma de dibujo, de punta muy fina.

Dentro de la gran variedad de plumas metálicas, se pueden encontrar también:

Las *Automatic Pen*, que poseen un depósito en forma de rombo diseñado para retener una mayor cantidad de tinta. Sirven para trazar letras de gran tamaño.



Fig. 45

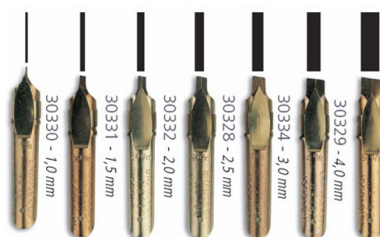


Fig. 46



Fig. 47

La pluma estilográfica, con su sistema de cartucho integrado que resulta de gran comodidad.

Otros instrumentos que se utilizan, sobre todo para caligrafía gestual, son los tiralíneas de diferente ancho. Estos pueden ser reemplazados, con muy buenos resultados, por ser utensilios alternativos fabricados por el calígrafo con distintos materiales como hojalata, aluminio, plástico, madera, etc. La variedad de los mismos está sujeta a la iniciativa y creatividad del calígrafo. (Ver Fig. 43-46)

Por último el pincel, instrumento primordial de la cultura china y japonesa. Podemos encontrar pinceles de una gran diversidad, según el tipo y calidad de pelo (marta, lobo, caballo, sintético) y el grosor (cantidad de pelo).

SUPERFICIES

Los soportes de la escritura más antiguos lo constituyen el papiro y el pergamino. El papiro es de origen vegetal y se obtiene a partir de una especie de caña llamada *cyperus* (Ver Fig. 47) que crece a la orilla de los ríos y de los lagos de ciertos países de la cuenca mediterránea.

Fig. 45. La plumilla puntiaguada funciona con la presión, o sea que el trazo se vuelve más grueso cuando se aprieta y las dos mitades se abren, y es fino cuando la pluma ligeramente roza apenas el papel.

Fig. 46. Hoy en día se utilizan las plumillas metálicas, que rinden más, dichas plumillas empezaron a fabricarse sólo a partir del siglo XIX y actualmente son de producción sobre todo inglesa y alemana.

Fig. 47. Una especie de planta palustre, del género *Cyperus* de la familia de las ciperáceas, ésta se ocupa para generar el papiro.



Fig. 48



Fig. 49

➤ Fig. 48. El papiro es un soporte muy antiguo del que afortunadamente disponemos aún, hoy en día.

Fig. 49. Los romanos no dejaron de utilizar el papiro después de la inclusión del pergamino, sobre todo para escrituras que consideraban menos importantes, como cartas y otros documentos.

El pergamino es de origen animal, se obtiene a partir de una minuciosa y laboriosa preparación de pieles de diferentes animales como oveja, carnero, cabra y ternero. El pergamino realizado con piel de ternero se denomina “vitela” y constituye un soporte muy liso, aterciopelado; muy apreciado por los calígrafos tanto entre los antiguos como los contemporáneos. (Ver Fig. 48)

Hoy en día, estos materiales, se pueden conseguir en tiendas especializadas, pero su precio es bastante elevado.

El soporte más utilizado en la actualidad es por supuesto, el papel. La oferta es más amplia y variada, tanto en gramaje como en el tratamiento superficial.

Existen los de superficie lisa mate, que ofrece una gran ductilidad al instrumento, y los de superficie texturada o rugosa, que posibilitan resultados sorprendentes, por el efecto que se logra con los instrumentos.

El papel no debe ser ni demasiado liso, ni demasiado fibroso o martillado. El mejor soporte de escritura sigue siendo el pergamino, o sea la piel de cabra, oveja, ternero o cordero, oportunamente blanqueada y gastada por artesanos especializados, pues se dispone de una superficie muy lisa que retiene perfectamente la tinta y que se puede rascar en caso de error. (Ver Fig. 49)



Fig. 50

En la actualidad, el creciente uso de la caligrafía en el diseño gráfico ha constituido un impulso adicional, como arte y como método de autoexpresión.

La gran variedad de tradiciones culturales en las que se basan confieren diversidad y vigor a la obra caligráfica contemporánea, ya que los calígrafos de hoy en día disponen de una soberbia herencia de más de 2,000 años de desarrollo del alfabeto romano; estos precedentes constituyen las raíces de la caligrafía moderna y la inspiración de cualquier calígrafo actual.

Siendo una disciplina que requiere orden y método, sobre todo al principio, en su fase inicial de ejercicio pesado y poco creativo, superada esta etapa se abrirá una serie infinita de horizontes y placeres personales, aportando de esta manera una gran satisfacción creativa y gráfica. (Ver Fig. 50)

Fig. 50. Actualmente se ha sustituido el pergamino y el papiro por el papel, que es un producto de fibras vegetales tratadas mecánica o químicamente afieltradas, es decir, unidas entre sí después de un amplio proceso industrial.



Fig. 51

⤴ Fig. 51. Actualmente las tintas pueden variar en cuestión de calidad.

LAS TINTAS

En la antigüedad se preparaban a base de materiales naturales, existían tratados de escritura con recetas para elaborarlas. Estas tintas han conservado sus cualidades con el paso del tiempo. A partir del siglo XVIII se generalizó la comercialización de tintas preparadas, pues se comprobó que los antiguos preparados no eran aptos para las nuevas plumas metálicas, pues producían en muchos casos la corrosión de las mismas. (Ver Fig. 51)

Lo importante en la elección de la tinta es que ésta no sea resistente al agua, pues éstas son espesas, fibrosas y tapan las plumas. Una tinta adecuada debe fluir libremente sin correrse, secar rápido y mantenerse estable; una vez seca, no debe dañar el papel ni el instrumento.

Existen muchas tintas de colores finas y transparentes, como la tinta para estilográfos, también podemos utilizar acuarelas en algunos casos.

La tinta china es la más preciada, y utilizada desde la antigüedad hasta nuestros días por los calígrafos. Los antiguos calígrafos la preparaban mezclando negro de humo, agua y goma arábiga. Estos precedentes constituyen las raíces de la caligrafía moderna y la inspiración de cualquier calígrafo actual.

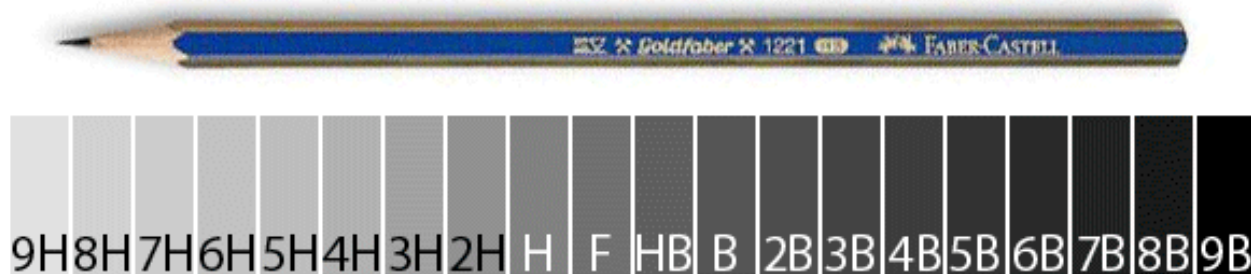


Fig. 52

Lo que hará que el calígrafo pueda llegar a experimentar con otras herramientas y no sólo se quede con los materiales comunes.

LÁPICES DE COLORES Y DE GRÁFITO

El lápiz es el objeto más elemental, además del papel claro está, para dibujar. Es éste quien mancha el papel y lo pigmenta, logrando crear un rastro tras de sí conocido como trazo. (Ver Fig. 52)

El lápiz está formado por una mezcla de grafito natural pulverizado y arcilla, horneados a temperaturas específicas. Según la dureza de la mina se emplea una proporción mayor o menor de grafito-arcilla. A mayor arcilla mayor dureza.

Actualmente se puede obtener en 3 variedades: el tradicional (mina de grafito encapsulada dentro de una carcasa de madera de cedro), el portaminas (especie de bolígrafo con minas muy finas de grafito) o el lapicero de barra (parecido al portaminas pero con barras de grafito mucho más gruesas y resistentes. Aprox. 5mm de diámetro).

Fig. 52. Lápiz de grafito.



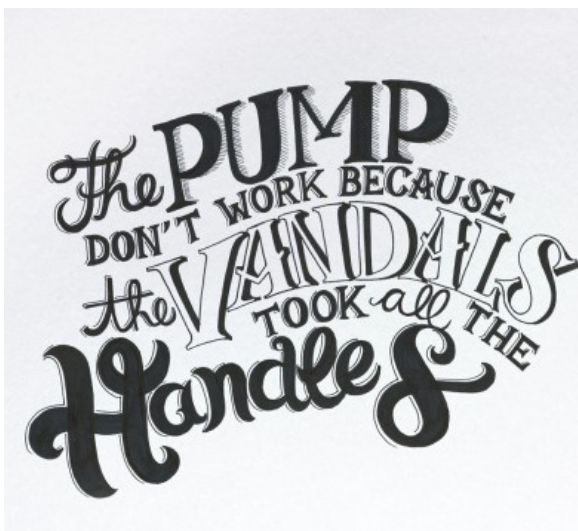


Fig. 53



Fig. 54



Fig. 55

➤ Fig. 53. Leandro Senna. Es un director de arte y diseñador gráfico con un gusto exquisito para crear sus piezas.

Fig. 54. Leandro Senna. De origen brasileño nos sorprende con un original proyecto tipográfico inspirado en el videoclip original de la canción Subterranean Homesick Blues de Bob Dylan, utilizando mano alzada.

Fig. 55. Leandro Senna. En este proyecto, uno de los primeros videos musicales de la historia de la música, en el que el cantautor expone tarjetas con algunas palabras de la canción, haciendo uso del *lettering*.

Como se ha dicho anteriormente la proporción de arcilla marcará la dureza de la mina. El lápiz puede clasificarse en dos grupos según sea esta dureza:

Lápices duros: De mina seca, tenaz, a grisácea y algo más estrecha.

Lápices blandos: De mina aceitosa, frágil, oscura y más gruesa.

Dentro de estas dos clasificaciones existe un amplio gradiente de opciones que satisfacen todas las demandas. Desde el lápiz superduro, al superblando. Para poder diferenciarlos, además de probarlos sobre el papel y experimentar por nuestra propia piel los diversos tonos que generan, se puede observar la nomenclatura tipográfica o numérica que llevan impresa en la caña de madera.

Los lápices duros llevan la letra H (hard, duro en inglés) o números altos: 3,4,5,6...

Los lápices blandos, por el contrario, se identifican con la letra B (bold, marcado en inglés) o números bajos 0,1, aunque también se pueden encontrar los que mezclan números y letras, que siguiendo con el esquema anterior diferencian las diversas durezas:

Los lápices duros vienen definidos por la letra H seguido



Fig. 56



Fig. 57

por un número (cuando más alto más duro): 2H, 3H, 4H, 5H...

Los lápices blandos vienen definidos por la letra B seguido por un número (cuando más alto más blando): 2B, 3B, 4B, 5B... (Ver Fig. 53-55)

El calígrafo no sólo puede utilizar el grafito para la aplicación de sus diseños en *lettering*, sino que ve la opción de ocupar la gama cromática de los lápices de color.

LÁPIZ DE COLOR

El lápiz de color o policromo es un conjunto de materiales mezclados, procesados e integrados por varias sustancias minerales, como el grafito, la cera y la arcilla, para dibujar con ellos; es una barra de arcilla encebada en un cilindro o prisma de madera. (Ver Fig. 56)

Conocidos comúnmente como lápices para colorear, estos tienen centro de cera con el pigmento y otros aditivos. El lápiz de color es versátil y conveniente, permite producir efectos variados desde finas y delicadas líneas, pasando por tramas paralelas, tramas cruzadas y tramas libres hasta zonas de sombreado denso. (Ver Fig. 57)


Fig. 56. Los lápices Rembrandt son muestra de que puede haber una gran diversidad de tonos. 

Fig. 57. Ejemplo claro de la técnica utilizada con lápices de colores.



Fig. 58



Fig. 59

➤ Fig. 58. Pincel de pelo de martha.

Fig. 59. Pincel de cerda sintética.

Su uso está más destinado al color, más que a la manufactura del *lettering*, ya que no se puede borrar tan fácilmente y no permite un bocetaje apto, es por eso que su uso se requiere para el proceso de estética de la letra.

Los colores han demostrado que son de gran utilidad para el boceto, de lo que posteriormente se convierte en storyboards, ilustraciones, carteles, d cuadros o *lettering* en técnica mixta.

PINCELES

El pincel se ha destacado como una herramienta que cuenta con un mango y una cantidad considerable de fibra, pelo u otra clase de filamento o material similar. Su objetivo principal pintar, aunque su uso puede generar diferentes efectos. Las partes del pincel consta de pelo, férula y mango; el haz de pelo, es el pelo natural de animal. Cada tipo de pelo posee diferentes características que, son las que le importan al pincel. El pelo de martha es un material que se utiliza para pinceles finos, este tipo de pelo ofrece una gran capacidad de absorción de agua y pintura, buena elasticidad y larga duración, y permiten la formación de una buena punta. Generalmente se utilizan para pintar con acuarela, pero también pueden emplearse para otras técnicas. Son apropiados para pintar detalles con pintura acrílica, óleo y tinta china. (Ver Fig. 58)



Fig. 60

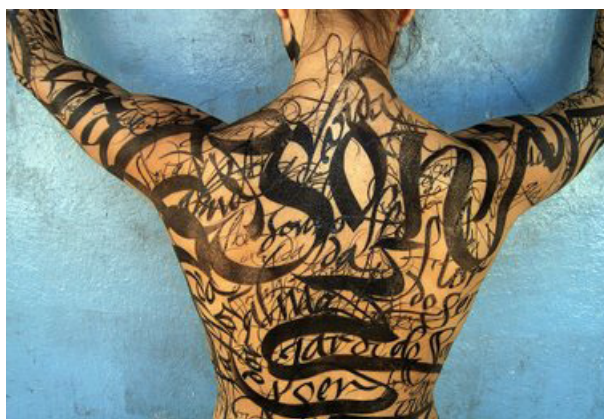


Fig. 61

Debido a la escasez de pelo de martha, en el transcurso de los años se ha estado constantemente intentando desarrollar un tipo de pelo sintético a fin de obtener un pincel de las mismas características, pero de precio más accesible. Esto se ha conseguido a partir de los años setenta, utilizando fibras de poliéster de punta muy afilada. (Ver Fig. 59)

Los pinceles sintéticos son creados utilizando mezclas de fibras de poliéster, nylon y otras fibras sintéticas que dan una opción más económica para el artista. Tienen una capacidad de almacenar color menor a los de pelo de martha pero son idóneos para trabajos de amateurs (Ver Fig. 60-61).

PLUMONES Y MARCADORES

Los marcadores tienen la capacidad de difuminarse con un mezclador, existe una gran variedad de colores; la punta tiene una forma específica para poder hacer distintos tipos de líneas y para determinar los distintos grosores de la forma de la letra. Un rotulador, marcador o plumón es una herramienta de escritura, se relaciona


Fig. 60. *Lettering de Gabriel Martínez Meave.* 

Fig. 61. *Lettering en body paint*



Fig. 62



Fig. 63

➤ Fig. 62. Trabajo del croata Hrvoje Dominko.

Fig. 63. Gabriel Martínez Meave. Diseñador gráfico y tipográfico, ilustrador y calígrafo mexicano.

estrechamente con el bolígrafo, ya que ambos contienen su propia tinta y su uso principal es escribir en superficies distintas al papel.

Sus componentes son el fieltro que está en la punta del mismo marcador, pero es posible que existan marcadores sin contener materiales porosos.

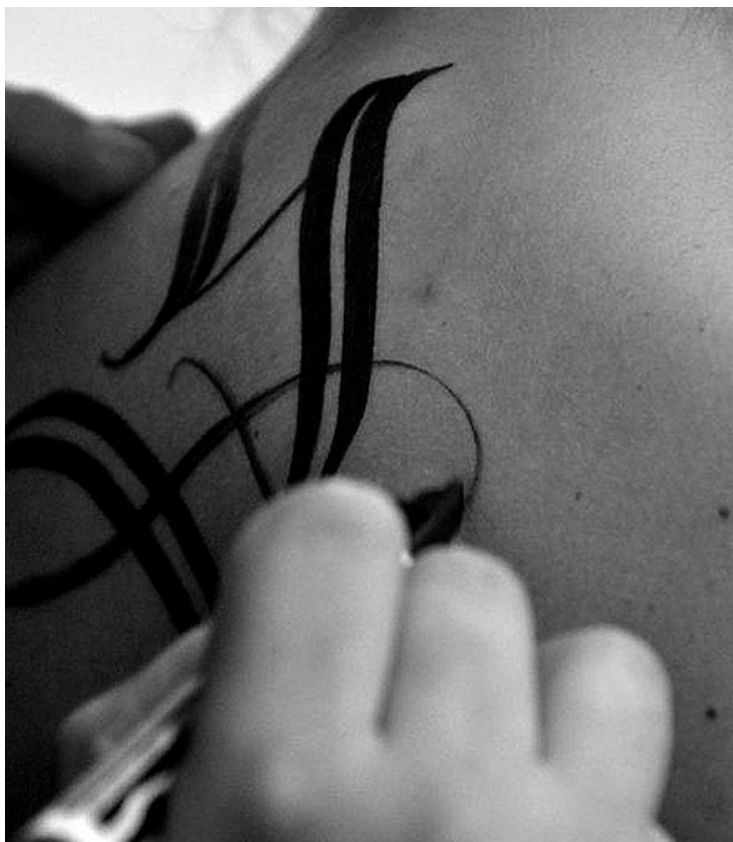
El marcador indeleble es utilizado cuando se quiere que lo dibujado resista a las condiciones climáticas, al igual que el tiempo, como en papel. Por lo regular son resistentes al agua ya que están compuestos de sustancias químicas tóxicas como xileno o tolueno, y tiene la capacidad de escribir en superficies como papel, metal o roca. (Ver Fig. 62)

Los rotuladores o plumones no permanentes son usados donde no es necesario que las marcas duren mucho tiempo (piel) (Ver Fig. 63-66), sería un inconveniente para ese material de soporte como en las transparencias o las pizarras blancas.

TÉCNICAS TRADICIONALES

ACRÍLICO

Se trata de una técnica conformada por una resina sintética, es soluble en agua y su secado es rápido. Ofrece otras ventajas como



➤ Fig. 64-66. Gabriel Martínez Meave. Su tipografía, es una mezcla de caligráfica, gótica y de fantasía casi sacada de manuscritos del medievo, renacimiento y el mundo prehispánico.



Fig. 67



Fig. 68

➤ Fig. 67. Un claro ejemplo de combinación de ilustración con letras que son discretamente exhibidas, todo hecho en acrílico.

Fig. 68. Exposición del trabajo de Adam Romuald Klodecki "Theosone" en donde en la sala dibujó este *lettering* a base de acrílico.

añadir más pintura a una superficie ya pintada (incluso con otra técnica), es muy estable, resistente a la oxidación, etc., siendo la técnica que menos problemas tiene de cara a su conservación.

Permite la creación de mezclas de colores que uno desee y combinado con el pincel se pueden crear letras que vayan acorde al estilo que se quiera dar, ya que se puede sacar provecho a las letras que se construyen por expansión.

Se puede trabajar sobre cualquier soporte absorbente, directamente o como imprimación en un medio acrílico con blanco de titanio. Permite empastes de mayor resistencia que el óleo, el cual tiende a cuartearse. (Ver Fig. 68)



Fig. 69



Fig. 70



Fig. 71

PASTELES Y TIZAS

La técnica al pastel consiste en la utilización de unas barras de colores similares a las tizas escolares pero que se diferencian de éstas en que los pasteles son pigmentos en polvo, mezclados con la suficiente goma o resina. De esta manera se consiguen colores luminosos, intensos y bien saturados. (Ver Fig. 69)

Es muy útil ya que se pueden usar en una inclinación, como si estuviésemos usando plumillas, sólo que aquí las letras se pueden realizar a tamaños más grandes; además de poder darles color. (Ver Fig. 70)

Como soporte es común utilizar papel de buena calidad, de buen gramaje, de color neutro (no blanco) y de ligera rugosidad, aunque la técnica es lo suficientemente versátil para que se pueda usar sobre otras superficies. (Ver Fig. 71)

Fig. 69. Gama cromática de pasteles



Fig. 70. El pastel permite ciertos acabados que pueden ser muy interesantes ya que se pueden mezclar muy fácilmente

Fig. 71. Dana Tanamachi es una diseñadora gráfica y letrista radicada en Brooklyn, New York. Lo más impresionante es que en sus trabajos de lettering con tiza no usa ningún stencil, ni proyector de ayuda, sólo un trapito húmedo para hacer estas maravillas. Aplica sus diseños a revistas, packaging, ropa, vidrieras y ha creado grandes instalaciones en NY.

Fig. 72. Claire Watson vive en la Columbia Británica y realiza todo tipo de arte para restaurantes.

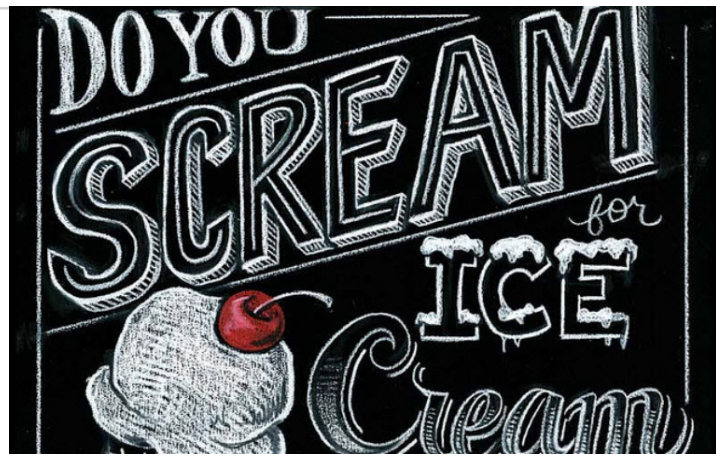


Fig. 73. Gabriel Martínez Meave. El estilo en la forma de la aplicación aporta atributos al trazo del signo lingüístico.



Fig. 74. Se puede observar que existe una gradación utilizando tizas para lettering.



Fig. 75. El diseñador de la heladería Salty's, en Lavallette, New Jersey, nunca falla en llamar la atención de los clientes con sus simpáticas pizarras, donde diferentes animalitos se dedican a tomar refrescantes bebidas o promocionar carreras de cangrejos, una de las atracciones locales, utilizando lettering.



Fig. 76. Pizarra de SALty's en New Jersey.

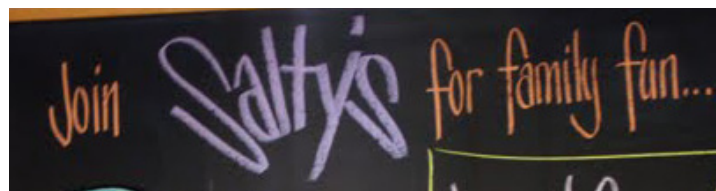




Fig. 77



Fig. 78

ACUARELAS

Ésta probablemente sea una técnica dedicada más al dibujo, y no es muy usada cuando se está haciendo lettering, pero su acabado resulta interesante, ya que sus pigmentos generan “transparencia” debido a que su base es el agua y depende en cierta manera a la cantidad diluida. (Ver Fig. 77)

Permite la combinación y sobreposición de colores (Ver Fig. 78) lo que hacen que esta técnica sea un tanto difícil, ya que no pueden corregirse tan fácilmente los errores cometidos; el color de la acuarela se puede modificar añadiendo o quitando agua, usando pinceles, esponjas o trapos.

CARBONCILLOS

Se le conoce al carboncillo como carbón vegetal y se obtiene de las guías de los árboles. El carboncillo principalmente es utilizado para hacer bocetos, con éste se puede realzar el clarooscuro de la composición, que en este caso es, el diseño de letra.


Fig. 77. Acuarela y lápices de colores sobre Canson Aquarelle de 300 grs, medida 29.7 x 42 cm de Silvia Olmedo Vega. 

Fig. 78. Laura Varsky, Magia Trágica.
www.lauravarsky.com.ar/



Fig. 79



Fig. 80

➤ Fig. 79-80 algunos ejemplos de la manipulación tipográfica en carboncillo, que pueden ser interesantes ya sólo existe el contraste del blanco y el negro.

El carboncillo se utiliza para los primeros bocetos de una composición mural o un cuadro. Permite líneas o trazos amplios y no importa la superficie, ya que se pueden hacer correcciones muy fácilmente con sólo limpiar suavemente con un trapo para eliminar el dibujo.

Los trabajos con esta técnica son muy delicados y necesitan algún tipo de recubrimiento o fijador. Existe variedad de tonalidades de carboncillos pero siempre en tonos que se inclinan a los oscuros.

También con un trabajo mas detallado, se pueden lograr trabajos mucho mejores, sin dejar del lado la esencia de los contrastes. (Ver Fig. 79-80)

MATERIALES EXPERIMENTALES

Con el tiempo el diseñador ha buscado nuevas formas de hacer letras, por lo que ha explorado y experimentado con diversos materiales con el fin de darle un aspecto más expresivo a la misma, dejando a un lado la perfección del trazo del tipo tradicional. Sin duda podemos encontrar un sin fin de ellos, por lo que mencionaremos algunos a continuación:



Fig. 81



Fig. 82



Fig. 83

PLASTILINA

Inventada por el alemán Franz Kolb en 1880, un material (Ver Fig. 81) que se ha utilizado por muchos años en diversas áreas, como en la arquitectura, para la realización de maquetas o en la animación, en donde ocupa un lugar destacado, por ser el primer material con el que se experimentó para hacer la animación cinematográfica, entre otras.

Como podemos observar siempre ha estado presente y en el campo de la tipografía no es la excepción, a través del tiempo muchos diseñadores la han utilizado como un recurso para hacer letras, moldeando su forma, lo que al mismo tiempo le otorga volumen, luz y sombra definida, diversidad de color, etc. (Ver Fig. 82-83). Este resulta ser un material de gran ayuda para el diseñador.

Cabe mencionar que existen materiales semejantes a éste, como la arcilla o la pasta para modelar, los cuales nos brindan acabados muy parecidos al de la plastilina, sólo con algunas diferencias en su proceso para utilizarla, el cual es más lento, ya que debemos de esperar a que seque para poderla pintar, barnizar, pulir, etc.

Fig. 81. Plastilina. Es un material de plástico, de colores variados, compuesto de sales de calcio, vaselina y otros compuestos alifáticos, principalmente ácido esteárico. ⤴

Fig. 82. Jenny Batt. 2012. Letras hechas con plastilina. Un ejemplo muy agradable en donde se aprecia el volumen que proporciona este material.

Fig. 83. Clara Kohn. Letra experimental con plastilina. Esta imagen muestra la plastilina aplicada con mucho más detalle al trazo de la letra, agregando contornos y rasgos decorativos, lo que le da un acabado más expresivo.



Fig. 84



Fig. 85

⤴ Fig. 84-85. Vladimir Koncar. Ejemplos de letras hechas con hojas y pasas. Es un diseñador multidisciplinar que vive y trabaja en Zagreb. Su trabajo ha aparecido en diferentes revistas y libros y ganado varios premios (Premio Europeo de Diseño, Premio de la Cumbre Mundial, Premio AVICOM).

ELEMENTOS NATURALES

Existe una gran diversidad de ellos: hojas, flores, frutas, verduras, semillas, ramas, pasto, piedras, etc. con los cuales se ha experimentado para formar letras originales con diversos colores y texturas que sólo este tipo de materiales pueden brindar; generalmente estos elementos se van colocando de manera que generen la forma de una letra, la cual en ocasiones suele ser muy atractiva a la vista, ya que obtiene acabados únicos (Ver Fig. 84-85).

El buscar y utilizar nuevos materiales para hacer letras, puede ampliar la forma de ver o apreciar una letra, es decir, el diseñador puede tener en consideración un sin fin de materiales además de la forma tradicional en la que generalmente se hacía una letra, con pluma o lápiz sobre una hoja de papel. Explorar con materiales naturales puede enriquecer su diseño.



Fig. 86



Fig. 87

HILOS Y ESTAMBRES

Se pueden usar de diversas maneras y los encontramos en gran cantidad de colores y grosores. Al hacer una letra puede usarse únicamente este material (Ver Fig. 86), como al tejerse o pegarse sobre una base rígida siguiendo la forma básica, o se puede combinar con materiales como el cartón, el cual le sirve como soporte para que posteriormente sea forrado con éste. (Ver Fig. 87)

Estos son algunos ejemplos de materiales que pueden ser una opción viable para hacer *lettering* y que pueden contribuir a que un diseño sea más original y resulte ser más propositivo. Realmente existen muchos materiales con los cuales podemos experimentar, y, sólo depende del acabado o efecto que queramos lograr, dependiendo a nuestro objetivo y por supuesto de la creatividad del diseñador.

En ocasiones no solamente se hace uso de materiales sino también de técnicas, ya que generalmente una necesita de la otra para complementarse y generar diseños distintos.


Fig. 86. Gamadeco Blog. Letras hechas con estambres y clavos. Un interesante ejemplo de como aplicar el estambre de una forma muy original. 

Fig. 87. Ejemplo de letras hechas con cartón forrado de estambre. Este acabado hace resaltar la forma de la letra, haciéndolas mas interesante.

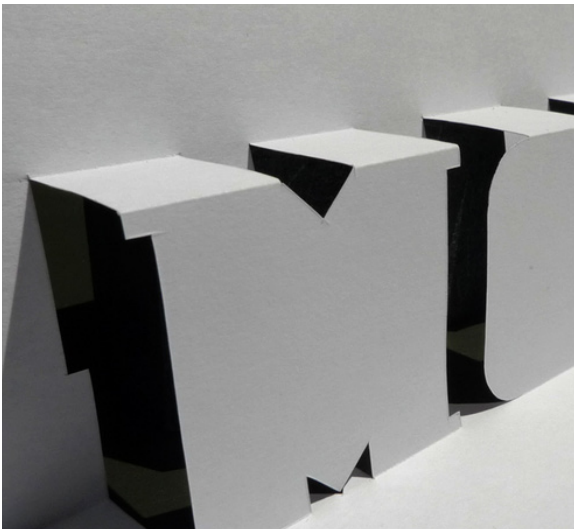


Fig. 88



Fig. 89

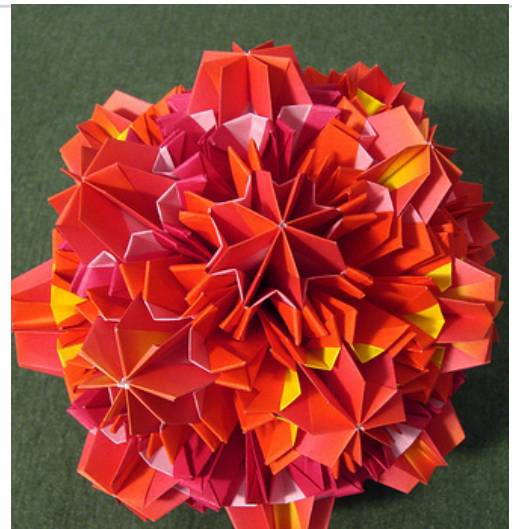


Fig. 90

➤ Fig. 88. Ejemplo de Kirigami, una atractiva técnica que puede ser usada en tipografía.

Fig. 89. Ejemplo de maquigami, a partir de cortes y dobleces, se puede llegar a un buen resultado.

Fig. 90. Ejemplo de kusudama, a partir de modulaciones se crea un objeto bastante atractivo visualmente.

TÉCNICAS EXPERIMENTALES

Explorar las posibilidades creativas y expresivas de la tipografía con el fin de provocar una relación diferente entre el usuario y la letra, pasando desde un estado pasivo a un estado activo, es importante e interesante ya que ofrece un gran acercamiento a la tipografía como representación gráfica del lenguaje y su aplicación. A la hora de crear se realiza, al mismo tiempo, un análisis deconstructivista de la forma tipográfica.

Para que un diseñador pueda crear tipografía, no está de más empezar por lo manual. En este apartado se mostrarán técnicas que por sus propuestas creativas experimentales se han convertido en referencias y han creado tendencias. Pero es importante recalcar, que el diseñador puede usar todo lo que esté a su alcance para lograr un resultado satisfactorio y de calidad.

INGENIERÍA DE PAPEL

La habilidad en el manejo del papel es una técnica que consigue un diseño altamente llamativo, usando como base la forma de la letra, y realizarla consiguiendo un efecto 3D, o simplemente usando una textura. Dentro de la ingeniería de papel existen técnicas en papel milenarias como son:



Fig. 91



Fig. 92

El *kirigami* es el arte y la técnica de cortar el papel dibujado, con tijeras. Su término deriva de las palabras japonesas “KIRU” = cortar y KAMI = papel. (Ver Fig. 88)

El *maquigami* es el arte y técnica de trabajar el papel para rasgar, unir, doblar arrugar, etc., únicamente con las manos. Se origina del término quechua MAQUI = mano y KAMI = papel. (Ver Fig. 89)

El *Kusudama de kusu* (japonés= kusuri), medicina, y de dama (japonés= tama, bola) es otra manera de hacer origami (papiroflexia) con varios módulos de papel (dos o tres piezas, muchas veces hasta cien o más) que pueden ser de lo más simple hasta lo más complejo, dependiendo del número de piezas del que se componga. (Ver Fig. 90)

Empleando estas técnicas podemos crear un sinfín de gráficos para la representación de una idea. Pero además de estos ejemplos, existen otros menos complejos que igualmente emplean el papel como material principal en su creación; como cortar un papel con un cúter, parecido al papel picado mexicano (Ver Fig. 91), cortar tiras de papel y construir letras. (Ver Fig. 92)

La variedad de papeles y la imaginación pueden lograr buenos efectos y por ende, buenos resultados.

Fig. 91. Corte en papel. 

Fig. 92. Estructura de papel, Construcción de la letra a partir de textura creada con diversas capas de papel.

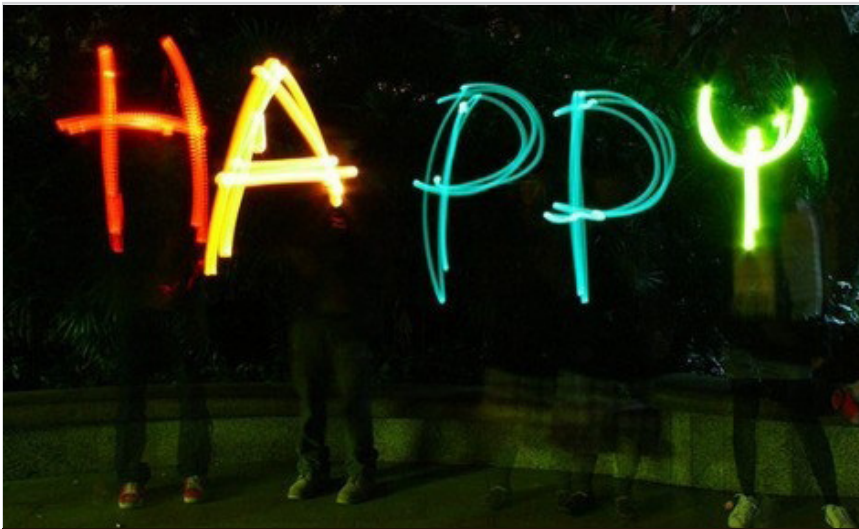


Fig. 93



Fig. 94

⤴ Fig. 93-94. Dibujando tipografía con luz.

FOTOGRAFÍA

En la fotografía existe una técnica llamada dibujo con luz; esta técnica consiste en poner una cámara réflex en bulbo, y en un cuarto muy oscuro, sin nada de iluminación, dibujar las letras con una linterna, vela, o cualquier tipo de luz que podamos llevar en la mano y de la que se tenga control mientras el disparo esta efectuándose. Esta técnica es muy llamativa y sobre todo creativa, a la hora de dibujar letras, ya que cada foto es única y se pueden lograr resultados variados, dependiendo de la luz que se emplee (Ver Fig. 93-94). Esta técnica da pie a las técnicas digitales, de las cuales podemos hacer uso para la creación de letras, de una forma más exacta y efectiva.

TÉCNICAS DIGITALES

Las nuevas tecnologías han permitido un gran desarrollo en el área de la ilustración y de igual manera, han facilitado el trazo de formas geométricas y manipulación de formas naturales como es el caso de las letras. La computadora cuenta con una serie de *software* especializados para el dibujo y el diseño que permiten crear, transformar, transportar e imprimir imágenes de manera más rápida y efectiva.

Las técnicas que permiten la manipulación de las letras son: el dibujo vectorial, el dibujo 3D y la tipografía cinética, por men-



Fig. 95


cionar las más sobresalientes. Dichas técnicas son elaborados a partir de programas como *Illustrator*, *Freehand*, *CorelDraw*, *Fireworks*, *After Effects*, *Premiere*, *Flash*, y el ya mencionado *Photoshop*.

DIBUJO VECTORIAL

La gráfica en las computadoras esta constituida por **gráficos vectoriales** e imágenes de **mapa de bits**, que prácticamente sirven para la fácil edición, creación y manipulación de ilustraciones, por lo que el dibujo vectorial consiste en la realización de dibujos y formas a partir de una serie de **Béizer** o nodos, que en su conjunto forman las líneas y curvas que generan dichas formas con trazos más limpios y que con el uso del color éstas se verán reforzadas.

En base a lo antes dicho, se puede elegir el programa más conveniente para la elaboración creativa de la letra, el programa va a permitir, un manejo fácil y oportuno de la imagen vectorial, cabe aclarar que los programas pueden ser los antes citados para hacer esa función.

Cuando se comienza a diseñar lo primero que se busca es plasmar en papel las ideas que surgen, a esto se le conoce como **boceto**, (Ver Fig. 95) que como nos menciona Juan Pablo de Gregorio tipógrafo y diseñador chileno (2006):

Fig. 95. Boceto: imagen escaneada, idea en original. 

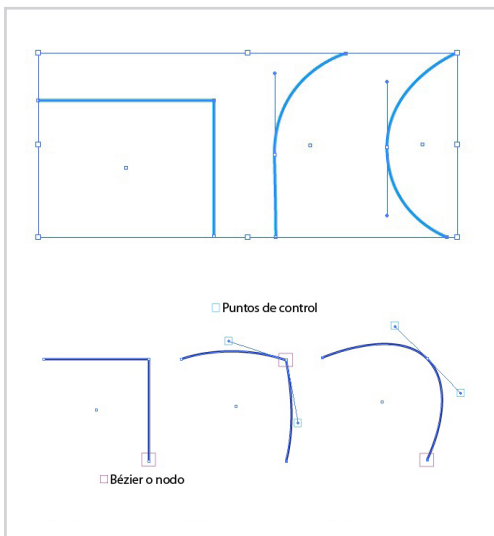


Fig. 96-97



Fig. 98



Fig. 99

➤ Fig. 96. Con la unión de nodos podemos generar líneas rectas, curvas y hasta elípticas para mejorar las formas.

Fig. 97. Punto de control o controladores que se pueden acoplar a la curvatura de la forma.

Fig. 98. El dibujo vectorial permite generar un sin número de variables gráficas.

Fig. 99. Variedad de trabajos tipográficos donde a partir del dibujo vectorial, se hace uso de la experimentación tipográfica.

Muchos tienen bellísimos bocetos de logotipos o tipografías, pero su inseguridad con el trazo o la mala realización del dibujo vectorial despotencia la belleza de sus diseños. (Juan Pablo de Gregorio, 2006, en línea)

Los trazos vectoriales permiten crear una serie de líneas rectas, curvas, líneas elípticas, contornos, y formas más claras (Ver Fig. 96) que se constituyen por los puntos de control o controladores que permitirán generar adecuadamente las curvas. (Ver Fig. 97)

Generalmente el uso de los vectores como recurso en diseño son de gran ayuda, pues el trabajo final que se logra, obtiene muchas ventajas, como la amplia gama de colores que se puede ocupar ya que no hay un límite o restricción para ello, no se pierde la calidad ni la resolución por más que se distorsione, escale, se combinen o amplíe la forma, es decir, que el tamaño no es un indicador de restricción. (Ver Fig. 98)

También permite un fácil manejo y control de la orientación, ubicación y precisión de las formas de los elementos, pero sobre todo si tuviera un error el diseño se puede, en cualquier mo-



Fig. 100



Fig. 101



Fig. 102

mento, rectificar pues el dibujo vectorial siempre será editable. No sólo tiene estas ventajas, si no que también permite que el resultado final aplicado a un soporte o sustrato tenga una buena calidad, haciéndola accesible para los medios de impresión que trabajan con archivos hechos en vectores.

La versatilidad del dibujo vectorial permite llevar a cabo la experimentación de las formas, haciendo de esta técnica un medio idóneo, para la representación gráfica de las letras en cuanto al impacto visual, pues, genera una forma eficiente para completar determinadas imágenes para ser aplicadas en varias áreas de diseño gráfico. (Ver Fig. 99-102) *Programa recomendado: Illustrator/CorelDraw.*


Fig. 100. Trabajos tipográficos donde el uso del trabajo vectorial mejora la presentación del diseño. 

Fig. 101. Trabajos tipográfico, donde el uso de la experimentación tipográfica se lleva a cabo con el dibujo vectorial.

Fig. 102. Muestra de trabajos tipográficos realizados en base al dibujo vectorial como recurso de diseño.

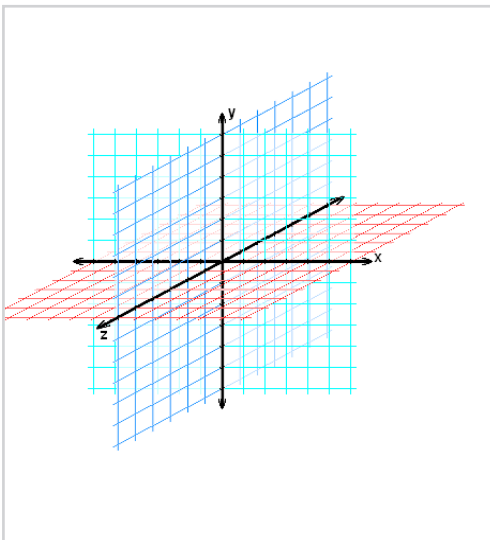


Fig. 103



Fig. 104



Fig. 105

⤴ Fig. 103. Coordenada X, Y y Z, donde la coordenada Z indica el volúmen y dimensión de la figura.

Fig. 104. Figura que en su conjunto o en su sobreposición generará un cierto volúmen.

Fig. 105. El dibujo vectorial te permite generar un sin número de variables gráficas.

Fig. 106. Variedad de trabajos tipográficos donde a partir del dibujo vectorial, se hace uso de la experimentación tipográfica.

DIBUJO EN 3D

Otra técnica para hacer experimentación de manera dinámica con las letras, es el dibujo en 3D, éste comprende una dimensión más, es decir no sólo cuenta con X, Y como coordenadas sino que incluye la coordenada Z, (Ver Fig. 103) permitiendo que la figura o forma que se genera no sea plana, si no que tenga un volúmen o una dimensión adicional.

Como resultado se puede obtener una serie de formas o figuras que en su conjunto generará un cierto volúmen, que aunque es un poco complejo, es un elemento de gran versatilidad y de mucha fuerza visual, pues permite generar más dinamismo con las perspectivas de éstas. (Ver Fig. 104)

En el caso de las letras, esta técnica permite un realce visual significativo, aunque su elaboración llega a ser más compleja, a diferencia de la del dibujo vectorial (2D). Dependiendo de que tan elaborado pueda ser el diseño que se quiera plasmar, gracias a los programas que las herramientas tecnológicas brindan, hacer este proceso es mucho más rápido.

Para su elaboración es similar a lo que se puede hacer con el dibujo vectorial, ya que se inicia en un boceto plasmado en papel o directamente en pantalla. Esta técnica favorece en la visualización



Fig. 106-107




Fig. 108

del diseño de las letras desde varias vistas, como de perfil, alzado o detalles de ésta, pero lo más importante del uso del dibujo en 3D es que permite ver una apariencia realista, tanto como si se pudiera tocar, esta representación real del diseño junto con la composición y estructura permiten, con ayuda de los diferentes ángulos, lograr un gran impacto sobre algunas características de las letras como el tamaño, grosor y peso, esto ayuda a identificar si existe algún problema a la hora de llevar a cabo su reproducción, sin necesidad de dedicar tiempo extra.

Esta técnica también permite aprovechar al máximo el color, pues es un elemento que define las áreas, contornos, formas, dimensiones y profundidades del diseño. (Ver Fig. 105-108)

Programa recomendado: Photoshop.

Fig. 106-108. Diseños en 3D que muestran la variedad de vistas, como la de perfil o alzado y detalles con apariencia realista, que generan un gran impacto sobre las letras, destacando el tamaño, grosor y peso. 

TIPOGRAFÍA CINÉTICA

Esta técnica sugerida se refiere a la capacidad que tiene la tipografía para poder expresar emociones, movimientos y acciones, mediante la animación de letras y palabras, convirtiéndose en una forma expresiva, casi eliminando su función de lectura, pues ésta, prácticamente hace que nos enfoquemos en la pantalla para apreciar esta acción.

No obstante esta técnica funciona con mayor fuerza cuando está acompañada del sonido que va ligado con las palabras, logrando un énfasis en las acciones que se pretende dar a los mensajes. El diseño que se genera con la letra mediante la animación puede ser muy amplia, podemos manejar tamaños, escalas, distancias y deforma-

ciones (cortes de los caracteres tipográficos en cualquiera de sus partes, sin que estos pierdan la legibilidad y leibilidad) que nos facilitan aprovechar las formas para poder generar transiciones y movimientos, con el fin de aprovechar las características tipográficas que se necesitan para la composición del diseño de las mismas.

En general las letras, palabras o textos que se generan mediante esta técnica tiene como fin llamar la atención del espectador y generar mayor impacto visual, es una forma de crear nuevos diseños tipográficos. (Ver Fig. 109-113)

Programa recomendado: After effects





Fig. 109-113

➤ Fig. 109-113. Ejemplos de letras, palabras y textos que son generadas a partir del uso de la tipografía cinética que tiene como fin lograr la atención del espectador y generar mayor impacto visual.



2.5

Formas de hacer *objetuales*



Las tendencias objetuales se refieren a aquellas donde la representación de la realidad objetiva ha sido sustituida por la presentación de la propia realidad objetual, del mundo de los objetos, para la letra es cambiar ese significado funcional que se le da y llevarlo a un nivel estético que lo haga ver como una imagen. De esta forma, la personalidad de una letra es impuesta a asumir características que tienen que ver con el humanismo: dinámica, fuerte, expresiva, agresiva, etc.

Frente a la mentalidad optimista de los medios tecnológicos y su subordinación a la razón instrumental, se han afianzado las tendencias que son contrarias a la tecnología, que buscan un nivel de realización que va más allá de las palabras mecanizadas y escritas en un teclado y que, paralelamente a esta tendencia, alcanza relevancia, la noción del azar o lo casual, es el principio compositivo de una parte de estas manifestaciones. La recuperación de esto, significa una vuelta a las fuentes de la vivencia, a la naturaleza, y esta relación a la naturaleza es doble: a la del individuo y a la ambiental.





Fig. 114

➤ Fig. 114. Aniversario de Dansko. Se aprecian las diferentes ornamentaciones y composiciones que se pueden formar al hacer uso de *lettering*.

Si consideramos a la tipografía como un elemento más de la composición y ésta debe ingresar a una pieza gráfica, el diseñador debe tener en cuenta cómo va a convivir esa tipografía con la imagen que ya viene dada.

USO DE LAS FORMAS

La tipografía puede ingresar a la composición de diversas maneras, no basta con que sea la comunicadora del mensaje, al contrario va más allá, ya que puede presentar un estilo propio, puede adquirir textura, forma e identidad. Lo primero a tener en cuenta es la intención, el concepto a transmitir, no sólo desde el mensaje que encierra el texto en sí mismo, si no también desde la composición en general, porque no olvidemos que las formas comunican. Podemos mezclar diferentes tipos de formas muy elaboradas o mezclar tipos simples, formas creadas usando sólo partes de una letra pueden ser también muy decorativas y pueden ser visualmente interesantes. (Ver fig. 114)

TAMAÑO

Principalmente las letras se comunican a través del tamaño, la distribución se refiere a letras o palabras simples o decorativas de gran tamaño usadas en forma llamativa; cuanto mayores son los tipos, parecen más animados e incluso más gráficos. Los

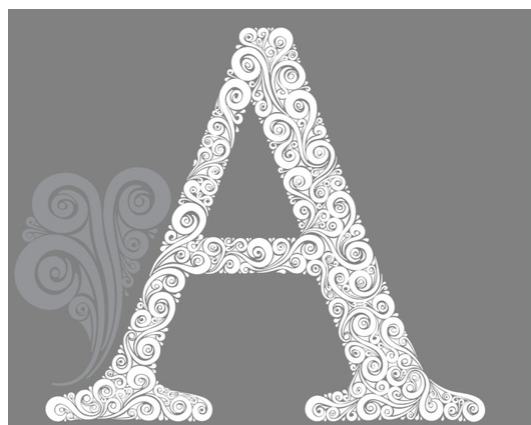


Fig. 115

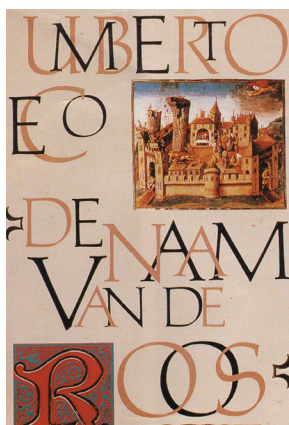


Fig. 116

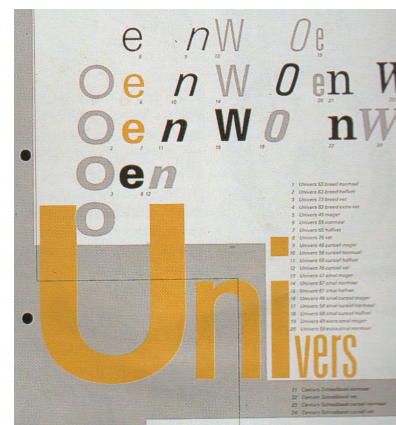


Fig. 117

grandes caracteres a menudo ofrecen un amplio campo para la decoración dentro y alrededor de los propios trazos. (Ver fig. 115)

Experimentando con la relación entre el espacio y el tamaño, descubriremos que el límite entre lo tipográfico y la imagen gráfica tiende a desaparecer; la experimentación con el tamaño de forma totalmente decorativa, puede resultar de gran utilidad dejando de lado la **legibilidad**, lo que permite romper las reglas y conseguir resultados muy buenos.

CUERPO DE LETRAS

El cuerpo se refiere a la solidez relativa de un tipo de letra, al ancho de la línea o área de superficie que la conforman. La interacción entre la figura o la letra y el fondo sobre la que aparece, está influida en gran medida por la densidad de los caracteres individuales o las palabras, este equilibrio depende de todos los elementos del diseño y sugiere un tono base para combinar el contraste, la intensidad y la dominancia mediante la manipulación del espacio que rodea las letras. (Ver Fig. 117)

Los cambios radicales en el cuerpo de las letras producen resultados más efectivos que los cambios en tamaño u otros, así el potencial decorativo radica principalmente en el contraste y en su capacidad para llamar la atención.


Fig. 115. El tamaño de las letras permite un nivel de ornamentación alto. Varga Szilard (trabajo en progreso). 

Fig. 116. Cartel hecho por Hard Werken. Se explora la idea de superponer trazos similares y variados tamaños de letras; hay que tener mucho cuidado para conservar su legibilidad.

Fig. 117. En este material publicitario se usa la Univers, en donde destacan las características esenciales como el tamaño y la gama de grosores que contiene.

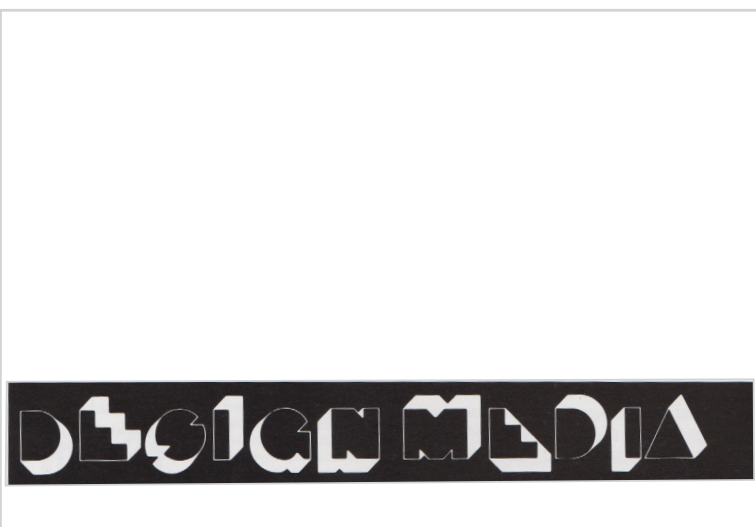


Fig. 118



Fig. 119



Fig. 120

➤ Fig. 118. Diseño de logotipo para la Design Media, una empresa dedicada a la venta de muebles modernos. Hecho por Chermayeff y Geismar.

Fig. 119. Dos formas de usar las sombras, este trabajo fue hecho para un canal de televisión; la “T” sólo es sugerida por la sombra.

Fig. 120. Cartel para una exposición en 1970 de Jaqueline S. Casey; está compuesta por 6 figuras geométricas, usa el recurso de la sustracción.

SOMBREADOS

Todo lo que proyecta una sombra añade otra dimensión y da volúmen. Existen tanto las sombras proyectadas como las que parecen formar parte del propio objeto o letra. Se le puede dar un mayor impacto visual a la letra mediante su sombra más que mediante su propio contorno real, en estos casos, el espectador puede descifrar los caracteres y puede suponer la letra que se sugiere. (Ver Fig. 118-119)

Aunque tendemos a considerar que las sombras son oscuras y el objeto es claro, la inversión de esta percepción crea espectaculares efectos, también se puede sugerir un ambiente diferente o momentos del día cambiando la **tonalidad** de la sombra.

PROCESOS ADITIVOS Y SUSTRATIVOS

Una letra puede ser cambiada reforzando el contorno interior de su forma básica, hasta que su carácter casi desaparezca por la reducción de los huecos; avanzando en este proceso, pueden crearse tipos completamente sólidos con un fuerte componente geométrico. Añadiendo grosor por la parte exterior de un tipo se produce un cambio radical en sus proporciones generales. (Ver Fig. 120) En el proceso **sustractivo**, se liberan los caracteres hasta dejar sólo sus partes esenciales, el ojo añadirá casi sin esfuerzo las partes que faltan.



Fig. 121



Fig. 122

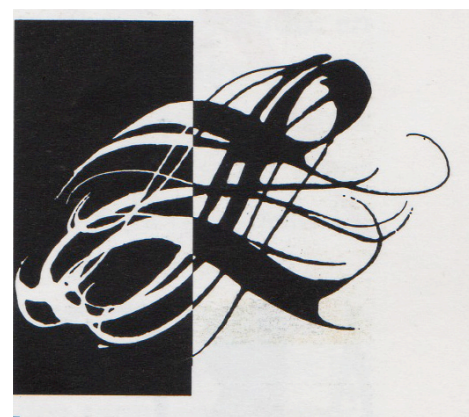


Fig. 123

FORMAS DISTORSIONADAS

La forma puede ser tan radical o tan sutil como decidamos, aunque estará condicionada por el grado de legibilidad que se requiere, se convierte la tipografía en configuraciones gráficas con un cierto grado de legibilidad, informando y entreteniéndolo al receptor de forma emotiva, a la vez que aligera la formalidad del texto convencional. (Ver Fig. 121-122)

NEGATIVO

Casi con total independencia del tamaño, los tipos negros sobre fondo blanco generalmente parecen más pequeños o ligeros que los tipos blancos sobre fondo negro, ya que, ópticamente el blanco sobresale y el negro retrocede. Para experimentar con ésta técnica, se usan tipos blancos o negros de rotular por transferencia. (Ver Fig. 123)

TEXTURAS

La forma, el tamaño, el cuerpo y el color de los tipos son tomados a la vez en este caso, por lo que se hace necesario un análisis de las características inherentes de cada tipo de letra, incluyendo la evaluación de cualquier idiosincrasia que puede ser explotada ornamentalmente, aspectos como el contraste de trazos gruesos y finos, los remates curvos, triangulares o


Fig. 121. Sobrecubierta para *Beards* de Alan Peckolick, la tipografía figurativa y el concepto de simultaneidad están unificados en esta sobrecubierta. 

Fig. 122. Diseño de identidad para un establecimiento de sushi.

Fig. 123. Anagrama personal diseñado por Lily Lee que simboliza la combinación de espontaneidad y control, ya que el movimiento del pincel y la pluma es sugerido por el paso de la imagen al negativo.



⤴ Fig. 124. Texturas a base de góticas alemanas; creado por Jean Laecher.



⤴ Fig. 125. Diseño para tarjeta de navidad.



⤴ Fig. 126. Proyecto para un libro llamado Type Object.

muy pequeños, los estilos de letra redonda, etc, pueden actuar como catalizador de desarrollos decorativos.

También pueden usarse partes de letras que tienen un potencial oculto de diseño, experimentando con un gran número de caracteres, números y signos de puntuación, (Ver Fig. 124) cuando se varía la **tonalidad** y el color de la tipografía dentro de un dibujo, se empieza a generar una ilusión espacial.

TERCERA DIMENSIÓN

Las letras pueden ser manipuladas en su superficie bidimensional o se les puede dar apariencia de volumen; añadiendo una perspectiva lineal de uno o dos focos, a una letra se le da un ángulo relieve. (Ver Fig. 125-127)

Se puede usar toda una gama de materiales diferentes, como papel, cartón, plástico, tela y madera. Los tipos físicamente tridimensionales

tienen una parte frontal y otra trasera y una calidad intrigantemente táctil que sólo puede ser evocada en la superficie **bidimensional**.

LETRAS Y PALABRAS CON TEXTURA

Experimentar a mano proporciona una buena base visual, a partir de la se hace un uso innovador de texturas generadas. Se pueden obtener texturas de superficie rota a partir de tipos de madera parcialmente entintados, o elegir algún papel prensa y utilizar lápices de cera; aquí cualquier material es válido para poder experimentar con la letra. (Ver. Fig. 128-129)

USO DE OTROS MATERIALES

Los caracteres se pueden recortar de una amplia gama de materiales texturizados, además la combinación de técnicas puede ampliar el panorama y tener una capacidad infinita de resultados tipográficos, (Ver. Fig. 130-131) sea la aereo-



« Fig. 127 La tridimensionalidad puede alcanzar posibilidades muy grandes de experimentación y manipulación de la letra.



Fig. 128. *Lazy lettering* por Tünde Varga.



Fig. 129. *Lettering* para logo de textiles, en este trabajo se conservan los rasgos que deja el pincel para este trabajo.



Fig. 130. La piel se ha convertido en un lienzo que usan muchos para expresarse, tal es el caso del tatuaje.



Fig. 131. *Evolution of Type* creado en una piedra aludiendo a la historia que conlleva la letra.



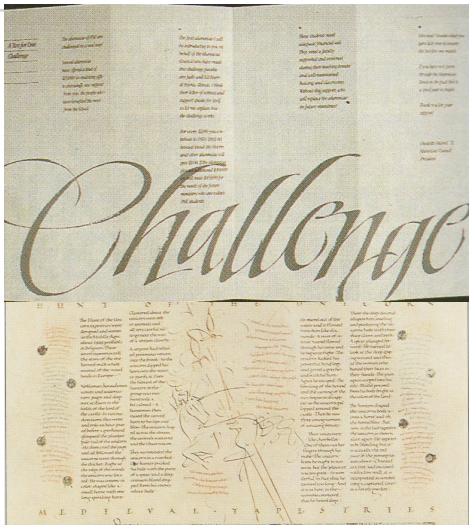


Fig. 132-133



Fig. 134-135

Fig 132-133. Ejemplos en donde se hacen contrastes entre tipografía y caligrafía, además pasa de lo obvio a lo sutil.

Fig. 134-135. Ejemplos de graffiti donde la expresividad muestra un lado diferente.

grafía, el grabado en seco, el collage que manifiesta un manejo muy fácil de experimentar e incluso, se puede llegar a la propia piel para plasmar ideas y conceptos que tienen un significado para cada persona; es por eso que las posibilidades de experimentación son infinitas.

CONTRASTES DECORATIVOS

El vigor y la contundencia de la caligrafía y los caracteres dibujados a mano transmiten un tono que contrasta agudamente con el carácter mas quieto y neutro del texto de la composición tipográfica, con todo, uno realza visualmente al otro. El tema del contraste se debe explorar a través del tamaño, la forma, el cuerpo, la estructura, el color, la textura y la dirección de las letras y palabras. (Ver Fig. 132-133)

GRAFFITI

En nuestras ciudades, los mensajes de graffiti diariamente informan, entretienen, ofenden y sirven de protesta. Los graffiti poseen una intensa energía e ingenio, inducidos por la rebeldía, la frustración y la autoafirmación, en estos últimos años se ha desarrollado una pulida y coloreada forma de arte a partir de los primitivos y crudos graffitis que adquieren una característica vigorosamente decorativa. (Ver Fig. 134-135)



Fig. 136

Los caracteres, contornos y elementos gráficos se funden en una dinámica imagen gráfica global en la que la legibilidad puede quedar en segundo plano.

ORNAMENTACIÓN TIPOGRÁFICA

La ornamentación atrae la atención, suaviza, realza o anima, sugiere una forma de vida más rica y es por sí misma una fuente de deleite. El material **figurativo**, los estilos de tipografía y la decoración, se pueden usar para evocar tiempo, pero observando nuestro entorno y tomando prestado de diferentes áreas y estilos se pueden originar nuevos diseños, únicos e innovadores.

TIPOGRAFÍA EN CINE Y TELEVISIÓN

La tipografía en movimiento representa un recurso que no tienen las demás técnicas, evoluciona gradualmente hacia las imágenes en movimiento, abriendo una nueva dimensión completamente nueva para el diseñador, en esta técnica se usan los caracteres así como los componentes activos en vez de estáticos.

Trabajar con letras y palabras en este campo, significa pensar en tres dimensiones, progresivamente en función del tiempo y el espacio con el fin de explotar todo su potencial gráfico. (Ver Fig. 136)

Fig. 136. José Luis Cóyotl ha hecho diversos trabajos tipográficos, en los que se destaca el diseño de la tipografía para los créditos de la película "Ninja Assassin". Todos los derechos reservados.





Fig. 137



Fig. 138

> Fig. 137-138. Jessica Hische es una diseñadora de letras muy talentosa que demuestra el uso de las ornamentaciones de una manera estética y armoniosa, algunos dicen que es una de las personas que pueden definir uno de los caminos que el diseño tiene.
 web <http://jessicahische.is/>

Lo que se persigue con la inclusión de la tipografía es enriquecer la composición; y en este punto, se debe hacer referencia a la teoría de la **Gestalt**, donde el todo es más que la sumatoria de las partes. Ingresar un elemento nuevo en la composición, en este caso la tipografía, no es sumar un elemento, si no alterar la totalidad de la pieza: no sólo modifica la sintaxis de los elementos, si no también la relación de figura y fondo, los niveles de lectura, redimensionan el campo del cuadro o invita a un reenquadre, lo que genera un nuevo recorrido visual. Es decir, habrá una nueva estructura totalizadora de la pieza gráfica, revalorizada con la inclusión tipográfica. (Adriana Manfredini, en línea).

Cualquier gesto, cualquier objeto por inútil que parezca, puede ser utilizado para crear, algo que haga pensar que hay más de lo que nos presentan, que sea el propio artífice de la propia vida.

Es así como el *lettering* puede tener muchas formas y se puede usar para muchas aplicaciones que jamás imaginaríamos; para conocer su potencial, ya que muchas veces sólo se utiliza en campos muy limitados, pero es verdad que teniendo conciencia de ese potencial que tiene un elemento tan básico como es la letra, se pueden obtener resultados diferentes y que rompan los esquemas que, con el paso del tiempo, han ido mermando este campo, y que, ahora es cuando se debe dar ese paso para trascender.

Para entender las diferentes connotaciones que puede tener cada representación hecha, se hará un análisis en uno de los nichos en donde se hace uso de *lettering*: la gráfica popular mexicana, comparada con trabajos mas profesionales, en donde se abarcarán diferentes aspectos para poder entender la forma en que se pueden interpretar cada forma hecha con este recurso.



The background of the page is a complex, abstract composition. It features a dense network of dark, swirling lines and scribbles in shades of brown, black, and dark red. These lines are overlaid on a lighter, textured background that appears to be a mix of cream and light blue. In the lower portion of the image, there are faint, stylized calligraphic elements in black and blue, which seem to be part of a larger, more legible script that is mostly obscured by the darker, more chaotic scribbles above. The overall effect is one of dynamic, organic movement and layered visual information.

capítulo 3

ANÁLISIS DE LA GRÁFICA VISUAL

En este capítulo se realizará un análisis destinado a formular, a partir de ciertos datos, imágenes y pruebas que nos llevarán a un resultado válido aplicable a su contexto.



3.1

Indagación del rotulismo y la *Gráfica popular en Puebla*

“Las letras marcan literalmente el alfa y omega de nuestras vidas, desde nuestros primeros minutos...”

ANDREW HASLAM



Como técnica de investigación, el análisis proporciona conocimiento, retroalimentación y capacidad de representación, conociendo el contexto en el que se desarrolla; el análisis se caracteriza por investigar el significado simbólico de los mensajes.

A lo largo de la historia el hombre ha ideado modos e instrumentos para comunicar sus experiencias y reproducir la realidad, sirviéndose de todos los medios a su alcance, pero ha sido el uso de la imagen el de mejores resultados. Cada época se ha caracterizado por el predominio de una determinada forma de expresión ligada a los cambios tecnológicos y a los nuevos medios de comunicación. En la actualidad, la imagen visual ha sobrepasado las limitaciones del lenguaje verbal, convirtiéndose en la forma específica de comunicar, variando en función del desarrollo social y sus necesidades.

La influencia cultural de estos cambios es enorme, ya que vemos la realidad a través de los diversos lenguajes de comunicación, que determinan el contenido y la información de las sociedades y culturas.



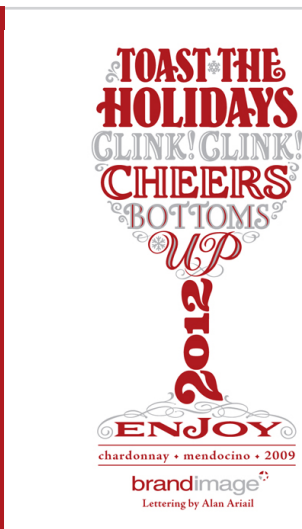


Fig. 3

Partiendo de la existencia de un nexo común entre todas las imágenes visuales, independientemente de su naturaleza y forma, o su posterior uso, no podemos ignorar que nos encontramos inmersos en lo que llamamos la “civilización de la imagen”, pues vivimos en medio de una densificación icónica. Cada vez es mayor la frecuencia con que utilizamos los valores gráficos para comunicar, lo que ha determinado una sensibilización de los individuos hacia este tipo de comunicación y al consumo indiscriminado de lo visual.

La imagen es, en principio, una experiencia de la percepción visual y nuestro sistema está capacitado, de una manera innata, para identificar casi instantáneamente las estructuras simples que la componen, aunque se necesita hacer un esfuerzo para reconocerlas cuando éstas se vuelven complejas. Por ello, resultan más fáciles de comprender las imágenes simples y reducidas a pocos rasgos, que limitan la confusión consiguiendo una comunicación instantánea. Su éxito dependerá de utilizar los mecanismos de la percepción con fines semánticos, sin ambigüedad, que produzcan una rápida decodificación y una rápida transmisión. (Ver Fig. 3)

Las imágenes, por tanto, están creadas para ser percibidas, y en consecuencia son mediadoras entre el receptor y la realidad. Vemos pues, que pueden entenderse como representación de la realidad, entendiendo “representación” no sólo en cuanto a la


Fig. 3. A simple vista denota  que es una copa empleando lettering.





Fig. 4

Fig. 4. Las letras son sustituidas por elementos conocidos y esto hace que la palabra nos lleve a saber de que se trata.

semejanza de la imagen con el objeto representado, sino en su capacidad de compartir con éste el mismo significado y cumplir ambos la misma función, así como interpretación, ya que de ella el observador va a generar un sentido que provocará una serie de sensaciones y una respuesta.

La imagen siempre se encuentra inmersa dentro de un proyecto de comunicación, para lo cual es necesaria la colaboración de un determinado contexto, ya que dependiendo de éste el significado puede variar. (Ver Fig. 4)

Como se piensa, la función fundamental de la imagen es proporcionar una clave de lectura al espectador, a fin de asegurar la comprensión de un significado determinado e implícito en ella.

La palabra y el signo gráfico funcionan de un modo similar, con una relación entre significante y significado bastante establecida. El lenguaje dispone de palabras para nombrar determinados conceptos u objetos, y de diferentes categorías de éstas para hacerlo: nombres, adjetivos, adverbios. La imagen los sustituye por elementos gráficos que constituyen un sistema que, aunque limitado, resulta fuera de tiempo y capaz de (a través de su combinación creando formas), dar un significado concreto. Pero, no podemos olvidar que la interpretación del lenguaje es siempre fija y la de la imagen varía respecto a la del espectador y su contexto. Esto determina el uso que se hace de ella y pone de manifiesto la interpretación diversa que resulta en los diferentes receptores.



Fig. 5



Fig. 6

Si la imagen tiene un contenido, éste debe ser leído por su destinatario. El problema viene definido por el tipo de lectura que de ella se busca. Ésta puede ser de dos tipos, dependiendo del objetivo: la “lectura semiológica”, relacionada con el uso de códigos aprendidos, más o menos universales y naturales, que determinados por el diferente contexto social que rodea a cada sujeto darán lugar a diferentes interpretaciones; y la “lectura icónica” basada en el uso de un código exclusivo y elaborado, por tanto más difícil de comprender, puesto que incluye una funcionalidad intencionada. (Ver Fig. 5)

Las imágenes icónicas no comunican de forma directa, es necesario analizarlas, aunque ese acto sea normalmente casi instintivo. Algunas transmiten información acerca de otros objetos, otras son representaciones de conceptos en el conocimiento, pero todas mantienen una relación con la realidad.

Como indica Umberto Eco, se establece una relación entre la apariencia formal y la imagen mental que poseemos. Hay una correlación visual entre forma signica y forma del pensamiento; de la misma manera que existe una relación entre la forma del signo y la función u objeto que éste describe. Así, un signo que represente movimiento será altamente dinámico en su representación formal y viceversa. El signo establece una relación íntima entre expresión y contenido, llegando incluso a que el significante se asocie a un determinado significado, unificando los comportamientos de los individuos ante determinadas imágenes. (Ver Fig. 6)


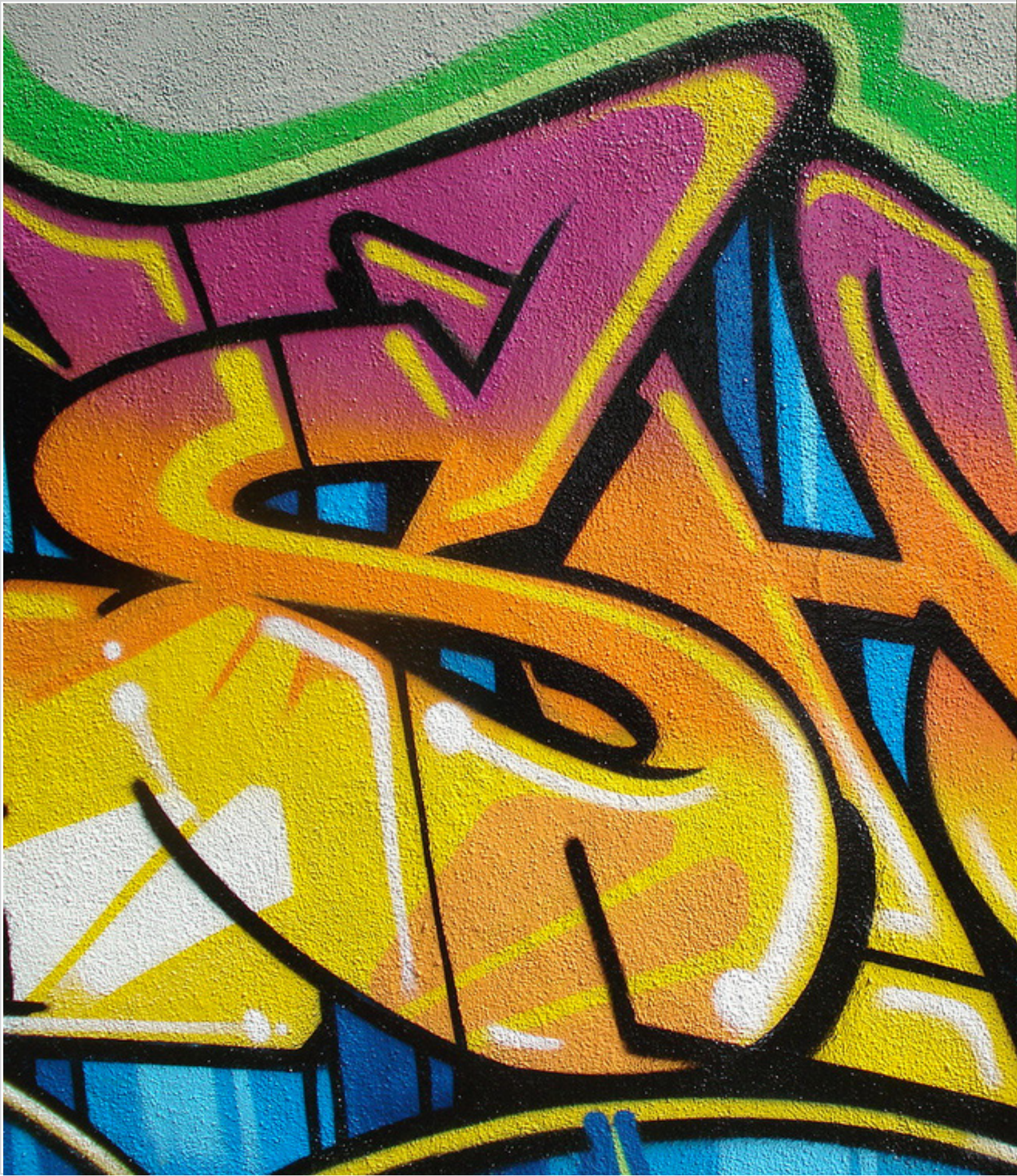
Fig. 5. Dependiendo del contexto social en donde se exponga al diseño se le dará diferente interpretación. 

Fig. 6. Algunas imágenes transmiten información, mientras que otras lo hacen con dificultad.



3.2

Arte urbano *en Puebla*

“La forma es parte integrante de la función y las variaciones en la forma de las letras cambian las cualidades semánticas y sintácticas de las palabras. [...] Los sutiles detalles de los remates en la forma de cada letra en concreto contribuyen de manera significativa a potencializar la calidad de un texto.”

MARCELA E. BUITRÓN DE
LA TORRE 2009



Es importante conocer la forma en la que se está usando la letra actualmente, por lo que se decidió analizar diversos anuncios de sonideros de Puebla, ya que éste ha sido un campo no muy explorado y en el que se ha utilizado la letra como recurso durante años. Se tomaron fotografías diversas dentro de la ciudad de Puebla como fuera de ella y para poder llevar a cabo el análisis se seleccionaron sólo algunas de ellas, las que tuvieran rasgos distintos unos de otros para que se pudieran observar algunos elementos que no se utilizan en todos los anuncios, pero que son de relevancia para esta investigación.



Fig. 7



Fig. 8

⤴ Fig. 7. Fotografías de anuncios de sonideros en Puebla. Aquí podemos apreciar que aunque son 2 anuncios diferentes ambos conservan la misma estructura base.

Fotografía de autor

Fig. 8. Fotografías de anuncios de sonideros en Puebla en donde se muestra el uso del *lettering*. En estos ejemplos podemos percibir alargamientos en algunas partes de las letras, y el uso de patin. Cabe mencionar que la letra que se utiliza para elaborarlos es fácil de percibir debido a su gran tamaño y al tratamiento en cuanto a forma y color.

Fotografía de autor

SINTÁCTICA

En lo que respecta a la cualidad formal que presentan, todos los anuncios se encuentran posicionados en un espacio rectangular de forma horizontal, con un formato no establecido que varía dependiendo del espacio disponible, y puede ser de 50 cm de altura y una anchura de 1 m hasta una altura de 2 m por una anchura de 6 m aproximadamente.

Generalmente todos los anuncios se encuentran pintados a mano sobre bardas o muros, localizados en carreteras, boulevares, avenidas, entre otros.

La proporción de 2 a 1, ubica los elementos en dos columnas de la siguiente forma: la primera, en la cual se observa el nombre de la banda que se coloca a la izquierda o a la derecha según sea el caso y la segunda que contiene la fecha y el lugar, los cuales siempre se encuentran posicionados del lado contrario al que se encuentre colocado el nombre del grupo, y que suelen dividirse en dos filas, las que ubican en la parte superior al lugar y en la parte inferior a la fecha. (Ver Fig. 7)

En cuanto a valores expresivos, por lo regular la mayoría utiliza el código lingüístico (Ver Fig. 8) haciendo uso del *lettering*, modificando los rasgos de la letra alargando algunas de sus partes como es el caso de la barra de la “a” o el pie de la “r” y en ocasiones exagerándolos sobre todo en los patines que suelen ser mas grandes, o reduciendo su tamaño, lo que se observa en los ojos de las letras principalmente. El estilo de *lettering* puede ser muy dinámico, ornamentado o pesado dependiendo del gru-



Fig. 9



Fig. 11

po del que se esté hablando, ya que se adecua a éste. Las letras pueden utilizarse en altas y bajas o solamente altas, suelen tener contorno negro y su tamaño varía, pero por lo regular el nombre del grupo es el que suele resaltar, sobre la fecha y el lugar.

En el valor cromático (Ver Fig. 9), casi todos utilizan degradado con colores brillantes y llamativos para el nombre del grupo y el número de la fecha, por otro lado el mes y el lugar siempre va en plasta, en donde frecuentemente se aprecian colores como el verde, rojo, azul y negro; muy pocos hacen uso de elementos icónicos, ya que solamente lo podemos observar en algunas ocasiones dentro de la composición, lo cual resulta atraer más la atención del observador, que cuando únicamente se utiliza letra y color. (Ver Fig. 10)

La composición se muestra asimétrica, ya que posee mayor peso en el nombre del grupo y menor en los demás elementos, aunque a pesar de esto existe orden al colocarlos, ya que la fecha y el lugar siempre van a un lado del nombre del grupo, lo que refleja dinamismo. (Ver Fig. 11)

Fig. 9. Anuncios de sonideros en Puebla. Los anuncios son muy similares en cuanto al manejo de color, ya que utilizan azules, verdes, rojos, amarillos y negro generalmente, los cuales contrastan con el fondo que siempre es blanco, lo cual les da claridad y los hace más llamativos y atractivos a la vista.

Fotografía de autor

Fig. 10. Ejemplos de la utilización del ícono. El primero ubicado en la parte superior hace uso del recurso gráfico de letra faltante, sustituyendo la letra "o" por un ícono con la forma de un limón y el segundo utiliza una silueta con la forma de la cabeza de un águila como parte de su composición.

Fotografía de autor

Fig. 11. Distintos anuncios de sonideros. A pesar de que se usan los mismos valores expresivos de forma similar dentro de toda la composición, se le suele dar mayor énfasis al nombre del grupo.

Fotografía de autor





Fig. 12

- ⤴ Fig. 12. Anuncios de sonideros. Por un lado el uso de colores brillantes hace que sean más llamativos y atractivos a la vista y por el otro, el gran tamaño que se maneja facilita que el receptor observe el anuncio perfectamente, aunque se encuentre a gran distancia.

Fotografía de autor

- ⤵ Fig. 13. Anuncios de sonideros diversos en donde se muestran diferentes estilos.

Fotografía de autor

Los textos presentan algunos principios estéticos como: refuerzo en el color y el tamaño (Ver Fig. 12), verdad, ya que estos anuncios se apegan a la estructura básica del cuerpo del texto, por lo que el receptor sabe de que se trata de la presentación de un grupo musical, claridad en el contorno de cada letra, lo que hace su clara identificación, legibilidad y asociación, por lo regular los elementos dentro de la composición se relacionan con formas alfabéticas y signos icónicos.

Estos anuncios se colocan varias veces en bardas cercanas al lugar en donde se va a realizar y siempre se encuentran pintados a mano, lo que les brinda un toque distinto, no sólo por la forma en la que se encuentran elaborados, sino por su estilo de representación el cual, depende de la creatividad de su realizador. (Ver Fig. 13)

Tienen un tiempo de existencia limitado, esto debido a dos causas, la primera a consecuencia de la fecha en la que se llevará a cabo la presentación, por lo que el receptor pierde el interés en éste y la segunda por el lugar en el que se encuentran expuestos a diversos factores como lluvias, humo, etc. que con el tiempo llegan a desgastar la pintura y comienzan a perder legibilidad poco a poco, hasta desaparecer o ser remplazados por otro nuevo.



Fig. 13

CONCLUSIÓN ANUNCIOS SONIDEROS

Después de analizar los distintos anuncios de sonideros presentados, podemos concluir que sintácticamente se exhiben las siguientes características: en el aspecto cromático se muestran diversos colores entre los que predominan el rojo, amarillo, azul y negro pero estos no siempre son los mismos, ya que pueden cambiar en función al tipo de música del grupo que representan.

Otro aspecto es el tamaño, el cual se considera importante en este tipo de anuncios, generalmente es adaptable al espacio disponible del lugar de colocación, por lo cual en muchas ocasiones suele ser de gran formato. En el aspecto lingüístico, se recurre al *lettering* representado con diversos estilos que reflejan el tipo de música y personalidad del grupo musical que representan y que definen si el trazo será muy pesado, orgánico u ornamentado, las características de las letras generalmente presentan deformaciones como alargamientos, aumento o disminución de tamaño en patines y el blanco interno de la letra, contornos además de la constante utilización de sombras o brillos.

Estos anuncios suelen ser muy prácticos y de calidad bastante buena ya que se aprecian desde una distancia considerable y su tiempo de vida es adecuado, aunque tenga algunas carencias, por la falta de información, resultan ser viables para que el mensaje llegue de forma efectiva al receptor.



Patterns de cada uno de los ejemplos del Arte Urbano en Puebla



VIVE
OTRA
VEZ

23, 24,
MARZ
2012
FORO 4

VIVE
LATINO

3.3

La gráfica en el cartel musical

“La escritura no es producto de la magia, sino de la perseverancia.”

RICHARD NORTH PATTERSON

*E*n éste análisis se tomarán algunos puntos en los cuales el diseño interviene y se conjuga con el uso de la manipulación de las letras, haciendo que el resultado sea más efectivo y sea dirigido a cierto grupo que pueda interpretar el mensaje de una manera más específica.

El cartel siempre ha sido un medio de expresión bastante útil y para este caso, resulta correcto el uso de este recurso para comunicar los eventos musicales próximos, es por eso que se tomarán algunos aspectos para hacer una comparativa respecto a la gráfica popular y el *lettering*.

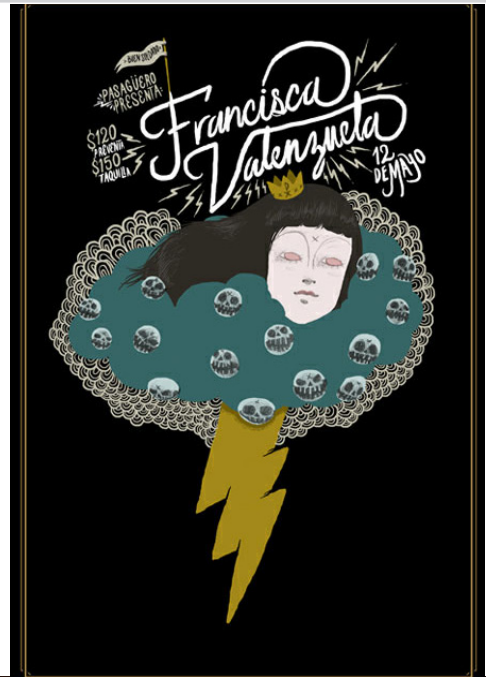


Fig. 14

Fig. 14. Cartel de Francisca Valenzuela en el que se aprecia la estructura que la mayoría de los carteles se componen de forma jerárquica, empezado por el nombre de la banda o agrupación.

SINTÁCTICA

En lo que respecta a los carteles de anuncio de grupos musicales, en su cualidad formal se encuentran posicionados de forma horizontal, con un formato que varía dependiendo del espacio disponible, los podemos encontrar desde 50 cm de anchura por 70 cm. de altura, hasta de 90 cm. de anchura por 120 cm. de altura, en el mayor de los casos.

Este tipo de carteles son diseñados previamente de manera manual para llevarse a la digitalización, los podemos encontrar en postes, vallas, banderolas, sobre vehículos y todos aquellos soportes que se instalan en lugares públicos en donde se llevan a cabo los espectáculos o eventos.

La composición de los carteles puede variar pero es común que los elementos que los componen se encuentran ubicados de la siguiente forma: la primera, en la cual se observa el nombre del grupo o banda en la parte superior y la información complementaria como la fecha y el lugar, se encuentran posicionados en la parte inferior y de esta manera se contempla que esta dividido en dos filas (la parte superior y la parte inferior). (Ver Fig. 14)



Fig. 15

En cuanto a los valores expresivos, por lo general la mayoría utiliza el código lingüístico haciendo uso del *lettering*, modificando los rasgos de la letra y en algunas ocasiones exagerándolos; las letras suelen variar de tamaño, sólo el nombre del grupo o banda suele resaltar más que los datos secundarios como la fecha y el lugar, es común que el *lettering* se acompañe de íconos que se localizan entorno al nombre del grupo, con el fin de reforzarlo o generar aún más impacto. (Ver Fig. 15)

Los estilos tipográficos que los carteles tienden a usar son en base a tipografías tipo Serif, San Serif, Cursivas, Caligráficas y Decorativas, prácticamente son tipografías con buena legibilidad y que se utilizan para textos de largo alcance, aunque se usan todos los estilos, en su mayoría, está compuesta por tipografías decorativas que suelen dividirse por construcción, por tratamiento y por sustitución.

Cuando se base en una construcción de letra, presenta un diseño innovador con propias y únicas características creadas para un fin u objetivos en específico, por medio del tratamiento o deformación de una tipografía ya existente (estándar), lo que ayuda


Fig. 15. Cartel de Metallica en donde se muestra el uso de un ícono con el fin de generar un mayor impacto visual. 



Fig.16-17

Fig. 16. Cartel Not made in china en donde se muestra que mediante la construcción de la letra el resultado obtenido es único e innovador.

Fig. 17. Ejemplo del cartel Lesana donde a partir de una tipografía ya establecida se generan cambios para que el resultado sea óptimo.

Fig. 18. Molotov puede permitir cambiar el concepto y que la integración de un ícono que mantenga la armonía en su diseño con las demás letras.

Fig. 19. La deformación y tratamiento de la letra permite generar nuevas formas y texturas con el fin de presentar una nueva imagen.



Fig.18



Fig. 19

a cambiar su forma, otorgando una peculiaridad que la diferencia de la original, para crear una nueva, mientras que si se realiza un tratamiento superficial a la letra se le puede generar una serie de texturas, gradaciones o volumen ilusorio, de manera que adquiere un carácter particular; también cuando se genera un texto o una palabra en específico se le puede retirar un elemento, es decir, una letra para que ésta sea sustituida por una nueva, ya sea la propia letra con rasgos nuevos que sobresalga de las demás o algún tipo de ícono que le genera una identidad propia.

De esta manera hay una gran variedad de combinaciones en que la letra puede presentarse en los carteles de grupos musicales. (Ver Fig. 16-19)

En cuanto al uso cromático, utilizan desde los cálidos hasta los fríos dependiendo del estilo que se quiera presentar, desde lo característico del grupo hasta el estilo, movimiento o vanguardia artística en que este basada la composición de las letras que conforman el diseño, como por ejemplo, el Gótico, el *Art Nouveau*, el Cubismo, el *Pop Art* por mencionar algunos. (Ver Fig. 20-23)



Fig. 20



Fig. 21-22



Fig. 23

Por lo general los nombres y datos están en pastas de color, aunque también hay uso de variaciones tonales como lo es la degradación, pero no es tan frecuente en ese tipo de aplicación.

Dentro de la composición del cartel, el nombre del grupo o de las bandas posee mayor peso, frente al resto, pese a ello existe equilibrio y cierto orden de colocación en cuanto a la ubicación de sus elementos.

Las palabras y textos que se presentan en los carteles cuentan con algunos principios estéticos como: el color y el tamaño siempre apegándose al diseño del texto, que suelen mantener, presentando clara identificación y legibilidad así como asociación de los elementos y signos icónicos, que el receptor suele identificar asociándolo a un evento donde habrá una presentación de un grupo musical.


Fig. 20. Cartel de la plaza de toros, influenciado por la vanguardia artística del Cubismo. 

Fig. 21. Cartel *The Doors*, influenciado por el movimiento artístico del Art Nouveau.

Fig. 22. Cartel Chetumal 2012, influenciados por el movimiento artístico del Gótico medioevo.

Fig. 23. Cartel baile de máscaras, influenciado por el estilo artístico del Pop Art.



Fig. 24

Fig. 24. Cartel Bostich + Fusible que mantienen una composición manual de la letra, en donde el color y el tamaño se apegan al diseño del texto, manteniendo clara identificación y legibilidad entre los elementos y signos icónicos.

Fig. 25. Cartel Los esquizitos donde la letra se presenta de manera manual en el que el color y tamaño se apegan al diseño del texto, manteniendo una buena armonía con todos los elementos.

Estos carteles con creatividad y estilos únicos en su realización, suelen encontrarse pegados sobre los soportes que tienen los lugares donde se van a presentar o realizar las presentaciones. (Ver Fig. 24-25)

En cuanto a su tiempo de existencia es limitado, debido en primera instancia a la fecha en la que se llevará a cabo la presentación, pues será el tiempo en el cual el cartel cumplirá con su objetivo (informar al receptor) y una vez que expira la fecha se suele retirar, siendo remplazados por otro nuevo, pues ya no tienen validéz, y la segunda son los factores climáticos como la lluvia o el calor, que desgastan el material o soporte del cartel que se encuentra expuesto, ocasionando que se pierda la legibilidad poco a poco, hasta desaparecer; aunque otros pueden ser tan especiales en su diseño que pueden permanecer en el gusto del observador a pesar de su vigencia como los coleccionistas.



Fig. 25



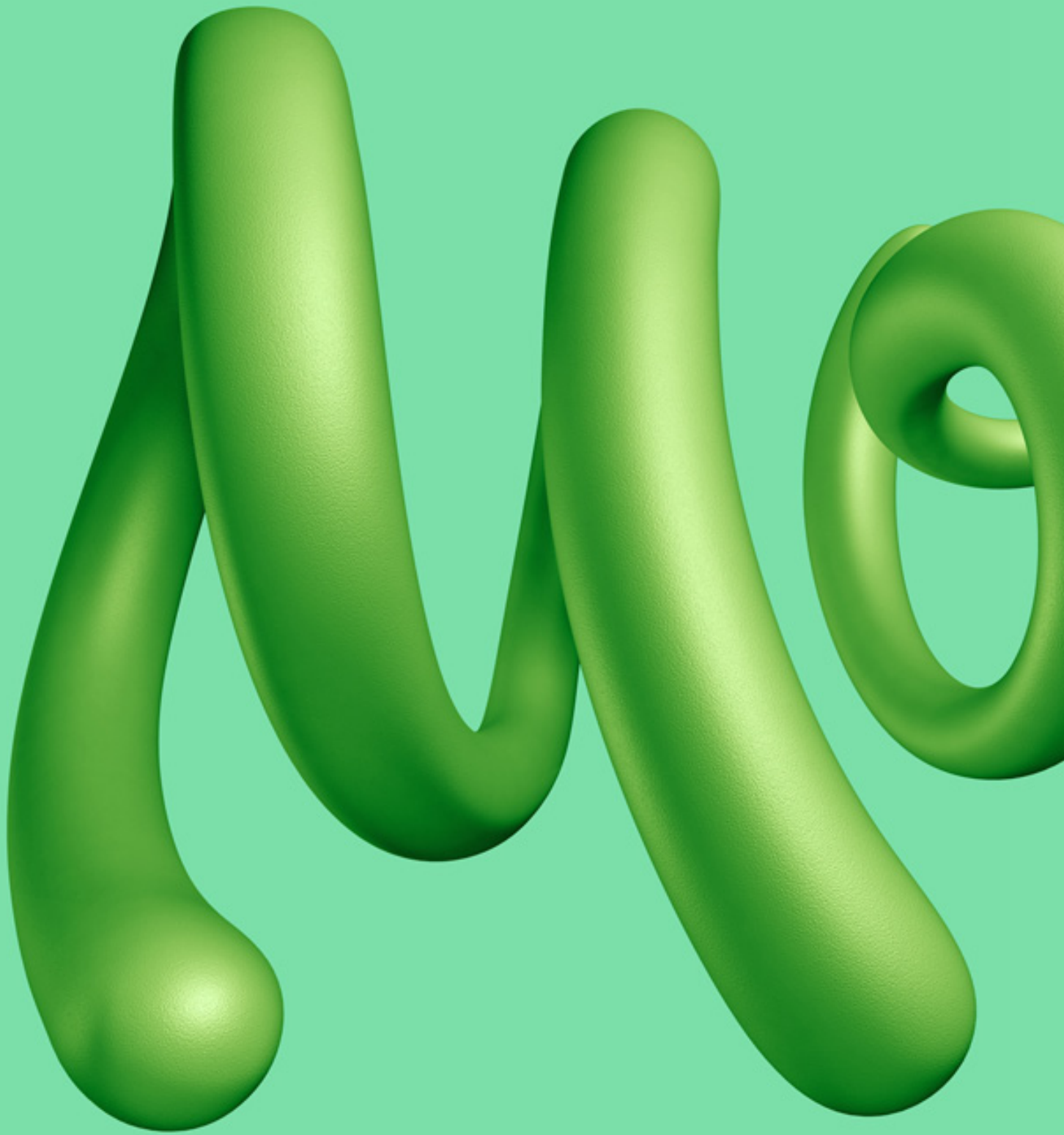
CONCLUSIÓN ANALISIS CARTEL

Al analizar la gráfica en el cartel de música, hemos podido observar que las letras que forman los textos de los encabezados no están restringidas en cuanto a forma se refiere, son libres, pues representan el género, la época y concepto de los propios grupos, tienen un dinamismo propio, en conjunto con lo que se quiere comunicar generando una característica propia de identificación y simplicidad.

Podemos observar que la letra se basa en la mayoría de los estilos tipográficos, como el serif y san serif destacando el estilo decorativo, que permite que su composición manual le de un estilo único y propio, también destaca el color como un elemento que siempre acompaña a la letra y al diseño que refuerza su función, es común el uso de los colores brillantes y contrastantes. Sus formas dependerán de la intención que se les pretenda dar, destacando su presencia para ser visualmente más fuerte, por lo que podemos ver que al realizar las letras de un modo experimental y manual en los carteles, se logran adecuadamente transmitir sus objetivos, aún más que los carteles que están elaborados a partir de letras ya establecidas, que aunque son funcionales no todas pueden cumplir en darle personalidad y valores estéticos óptimos que se acoplen también con todos los elementos que se integran en un cartel.



Patterns de cada uno de los ejemplos de la gráfica en el cartel musical



3.4

El *lettering* en la marca

*“Diseño no es lo que ves,
sino lo que debes hacer que
otras personas vean.”*

EDGAR DEGAS



a marca ha sido el recurso de comunicación desde hace casi un siglo bastante útil, el diseño gráfico aportó a la necesidad de marcar atributos específicos para promover, comercializar y reconocer alguna persona, institución, empresa o producto ante el usuario, por lo que el nombre de la marca y su representación es lo que da relevancia para su análisis en esta tesis seleccionado sólo algunas, que presentaron rasgos de *lettering* distintos unas de otras, para destacar algunos de los elementos que se utilizan en este tipo de marcas.



Fig. 26

⤴ Fig. 26. Al dente, claro ejemplo de *lettering*, se puede apreciar que la composición tiene buena legibilidad y legibilidad para el producto a promocionarse.

Fig. 27. Ticolli, el *lettering* ampliamente utilizado en este tipo de marcas para que no pierda el concepto de la cocina italiana.



Fig. 27

SINTÁCTICA

La marca en su cualidad formal se encuentra posicionada de forma horizontal, con un formato rectangular, donde se puede apreciar que su composición está distribuida en tres líneas, mismas que se conforman en altas y bajas, las letras que se presentan son delgadas, cursivas y redondas con ligeros alargamientos y con ausencia de patín a excepción de morphos. (Ver Fig. 26)

El nombre descriptivo aunque con iguales características es un poco más delgada, con una leve inclinación. La unión o enlace que comparte el símbolo con la letra hace que proyecte un dinamismo armónico. El color de las letras presentan contraste para que éste tenga mayor impacto.

Mediante el uso del *lettering*, las letras suelen ser modificadas de varias formas, en este ejemplo (Ver Fig. 27) podemos observar que su composición parte de tres líneas dividido en tres bloques, y que se conforman en su mayoría por bajas, las letras que se observan son delgadas, cursivas, inclinadas y redondas con ligeros alargamientos y carecen de patín. Con respecto al color, sólo emplearon dos tonalidades para no perder el objetivo del texto.



Fig. 28



Fig. 29

En cuanto a algunas marcas los valores expresivos tienden a sufrir modificaciones en sus rasgos generales y en ocasiones se exageran (Ver Fig. 28). El nombre de la marca que se presenta, esta compuesta en una sola línea, en altas y bajas, son de tipo bold, ligeramente cursivas e inclinadas, con un pequeño alargamiento, en este ejemplo se puede observar que hay presencia de un patín pronunciado. El símbolo que se presenta se refuerza con el uso del color en dos tonos para reforzar ambos elementos.

En el ejemplo de Nathalie Jean-Baptist (Ver Fig. 29), se puede apreciar que tenemos dos líneas, una de base que no es estable lo que la hace ser aleatoria e irregular, tiene altas y bajas tipo bold con una leve inclinación hacia la derecha y con alargamientos con presencia de patines denominados serif. La letra se presenta de manera armónica y equilibrada con su signo (mancha de tinta) y aunque carece de algún uso cromático es fuerte su contraste con buena legibilidad y dinamismo, ya que en su mayoría las marcas estan compuestas por tipografías decorativas que suelen dividirse en construcción, en tratamiento o deformación y por sustitución.


Fig. 28. En este ejemplo se utiliza la modificación de la letra, puede ser un poco agrasiva, pero no por ello pierde el estilo del *lettering*. 

Fig. 29. Esta marca tiene la sensibilidad del gesto manual, ya que se asemeja a la letra hecha a mano.



Fig. 30



Fig. 31



Fig. 32

Fig. 30. Ejemplo de marca que esta diseñado en dos líneas que se conforman en altas y bajas, las letras que se presentan son delgadas, cursivas y redondas con ligeros alargamientos y con ausencia de patín. El nombre descriptivo es tipo bold con presencia de patines.

Fig. 31. En este caso podemos observar que su estructura no visible se encuentra constituida en base a la comprensión de las letras, variando su proporcionalidad, a pesar de que éstas se encuentran en altas, y a pesar de que hay variabilidad de proporción con ligeras inclinaciones, es legible y leible.

Fig. 32. Los elementos que componen la marca se encuentran sobre una línea horizontal estable que se conforma en su totalidad por bajas, es cuadrada tipo bold y carece de patines, generando una forma dinámica y equilibrada.

La letra presenta un diseño con características propias y únicas, y en este caso la marca (Ver Fig. 30) esta diseñada en cuatro partes que se conforman en altas y bajas, las letras que se presentan son delgadas, cursivas y redondas, con ligeros alargamientos, con ausencia de patín pero con cierto acabado redondeado. El nombre descriptivo es tipo bold con presencia de patines, alargamientos y cambios cromáticos.

La propia letra puede contar con rasgos nuevos que sobresalgan de las demás, pero en este caso (Ver Fig. 31) podemos observar que su estructura no visible se encuentra constituida en base a la comprensión de las letras, ya que existe concentración y unidad, denotando la presencia de un globo de comentario; variando su proporcionalidad a pesar de que éstas se encuentran en altas. Existe también una variabilidad en la proporción con ligeras inclinaciones, son del tipo bold con presencia de patines agudos; y no hay variación cromática, sólo se mantiene en un tono.

Los elementos que componen la marca (Ver Fig. 32) se encuentran sobre una línea horizontal estable, se conforman en su totalidad por bajas, es cuadrada con esquinas redondas tipo bold que carece de patines, generando una forma dinámica equilibrada.



Fig. 33



Fig. 34

En cuanto al uso cromático (Ver Fig. 33-34) los colores rojo, anaranjado y azul dan presencia a dos marcas que quieren representar estilo y movimiento; sobre dos líneas, por lo general el nombre de la marca suele estar en plastas de color, aunque también existe el uso de una división de color, es decir, de variaciones tonales, sin perder su función.

Dentro de la composición de la marcas, el nombre posee un mayor peso, frente al resto de los elementos, aunque cuando van acompañados de algún tipo de ícono, éste suele tener un poco más de peso, pero no en todos los casos es así, pese a ello existe equilibrio y cierto orden de colocación en cada uno de los elementos que componen el diseño de marca.

Finalmente el nombre que genera la marca cuenta con principios estéticos como: el color y tamaño, presentando clara identificación y legibilidad en cada uno de los elementos diseñados, así como asociación de los elementos y signos icónicos que el receptor tiende asociar hacia los bienes y servicios que la marca representa.

Fig. 33. Marca donde la presencia e influencia del movimiento artístico del Gótico se retoma. Podemos observar que su composición consta de dos líneas que se conforman en altas y bajas, las letras que se presentan son gruesas tipo bold con presencia de patines denominada serif, con una leve inclinación a los lados y con alargamientos acentuados, también hay presencia de una curvatura que hace referencia a la perspectiva. El enlace que comparte el signo con la letra permite que el diseño tenga armonía y equilibrio.

Fig. 34. Marca donde la presencia e influencia del movimiento artístico del Art Nouveau se retoma, muestra que el diseño se conforma a partir de dos líneas con una inclinación que proporciona un sentido de percepción, las letras se encuentran en altas y bajas, éstas son delgadas, cursivas y redondas con ligeros alargamientos que tienden hacer más decorativos, por lo que la ausencia de patín es notoria.



CONCLUSIÓN ANALISIS DE MARCA

En los ejemplos de marca se puede observar que su composición se basa en el concepto de dinamismo y elegancia, de este modo se puede ver el uso de las letras delgadas y gruesas, las cuales en su mayoría están basadas en estilos serif y sans serif.

De este modo la estructura es libre, unificada con íconos que refuerzan el nombre, lugar u objeto que se presenta.

Los colores en su mayoría son variaciones tonales, pastas de color oscuro o cálidos; es importante el papel que desempeña el valor cromático ya que con éste se refuerzan todos los elementos de diseño que se emplean.

El uso del *lettering* se ve a simple vista en cada uno de los ejemplos mencionados y no importa si se hubiera elaborado con tipografía comercial, pues éste es viable en el desarrollo de un buen *lettering*.



Patterns de cada uno de los ejemplos del *lettering* en la marca



PORTIER
DE
GLACE

BIERE EXTRA

119

Small, illegible handwritten text at the bottom of the glass panel, possibly including a date or address.

3.5

El *lettering* en la marca de productos mexicanos

“Las palabras constituyen la droga más potente que haya inventado la humanidad.”

RUDYARD KIPLING



n este apartado se analizarán diversos marcas de productos elaborados por diseñadores gráficos mexicanos. Existe una gran variedad de ellos por lo que los dividiremos en 2 grupos para observar mejor las cualidades de cada uno y sobre todo para mostrar la forma en la que se aplica la letra en cada caso.



Fig. 35



Fig. 36

➤ Fig. 35. Ejemplo de la presencia del *lettering* en las marcas de productos.

Fig. 36. En la marca choco milk el estilo de *lettering*, es mas geométrico, y en el que se rota el blanco interno de la letra “o” se presenta mayor dinamismo al jugar con la perspectiva del texto. El texto complementario de la letra caligráfica, se recurre alargamientos de las letras lo que aporta carácter personal al texto.

EMPAQUES ANTIGUOS COMPARATIVOS SINTÁCTICA

Las marcas que presentan el *lettering* aplicado a la gráfica muestra que en la mayoría de los casos se encuentra en un formato horizontal, muchas veces ubicado al centro y en ocasiones distribuido en toda la etiqueta en diversas proporciones (Ver Fig. 35). Los empaques están elaborados en metal o cartón, ya que la mayoría son cajas o latas y la gráfica se encuentra impresa directamente en la superficie del empaque o sobre una etiqueta de papel adherida a éste.

Presentan los valores expresivos lingüístico, icónico y cromático. En cuanto al lingüístico podemos encontrar tanto serif como san serif, en algunos casos la letra se ve totalmente manual y en otros ya se observa el uso de vectores para darle mayor calidad, se modifica la perspectiva, se alargan las letras y aveces se eliminan o rotan partes como el blanco interno de la letra “a” y “o” (Ver Fig. 36). En el aspecto cromático, la mayoría utiliza negro y blanco, amarillo, rojo y azul principalmente, ya sea en palsta o en línea (Ver Fig. 37-39).



Fig. 37-38



Fig. 39



Fig. 40

Todos hacen uso de un elemento icónico; con excepción del producto el Nacional; que por lo regular, es una ilustración que está relacionada con las características del producto (Ver Fig. 40).

En cuanto a la calidad de los materiales con los que se encuentran elaborados, el papel impreso en offset o flexografía es lo que le aporta resistencia y la impresión es legible. En apariencia cada uno posee características y estilos diferentes, lo que le otorga cierta distinción a cada uno de los productos.

En lo que respecta al tiempo de vida de la gráfica del producto, ésta sólo dura un periodo determinado, el que considere la empresa que lo produce y posteriormente se renueva la gráfica, por lo que continuamente se encuentra en constante modificación.


Fig. 37. En este empaque se puede apreciar el uso del *lettering*, alargamientos en las letras, modificación de la perspectiva, podemos decir que el estilo del *lettering* en este caso es mas orgánico. 

Fig. 38. En este ejemplo se eliminan el blanco interno de algunas letras, se deforma la proporción de la letra "i" y las letras se aprecian de una forma mas geométrica.

Fig. 39. Ejemplo de como se encuentra aplicado en color, el *lettering* en el producto

Fig. 40. En este empaque se utiliza el elemento icónico, el cual se relaciona con el contenido del producto; se puede apreciar que no existe un buen tracking, y eso es problema ya que se encuentra una deficiencia de legibilidad.





Fig. 41



Fig. 42

⤴ Fig. 41. En los productos Azul se muestran dos estilos de *lettering*, uno mucho más dinámico que el otro, pero ambos singulares.

Fig. 42. En el producto de bebida de cerveza “El güero, Rey Negro, y Vampiro”, se utiliza un *lettering* sutil, sin complicación de legibilidad.

EMPAQUES CONTEMPORÁNEOS SINTÁCTICA

La cualidad formal del *lettering* dentro de los textos se presenta de la siguiente manera, generalmente se ubica de forma horizontal en una o dos líneas y en una o dos direcciones, y el espacio que ocupa puede variar dependiendo del tipo de empaque, ya que éste puede ser una bolsa en la cual la gráfica puede ocupar todo el sustrato o un envase en el que depende del tamaño destinado para la etiqueta. Posee un formato no establecido que suele variar mucho tanto en tamaño como en forma (Ver Fig. 41). La gráfica se puede encontrar impresa sobre una etiqueta o directamente sobre la bolsa, caja, lata o botella (Ver Fig. 42). Existe la presencia de los valores expresivos lingüístico, icónico y cromático.

En el lingüístico se pueden observar el uso de altas y bajas o únicamente altas según sea el caso y el estilo de la letra varía mucho ya que pueden ser hechas con pincel, rotulador, etc., por lo que continuación describiremos cómo es que se presentan en los distintos empaques:



Fig. 43



Fig. 45



Fig. 46

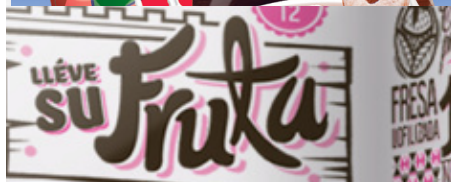


Fig. 45-46-47



Fig. 43-44

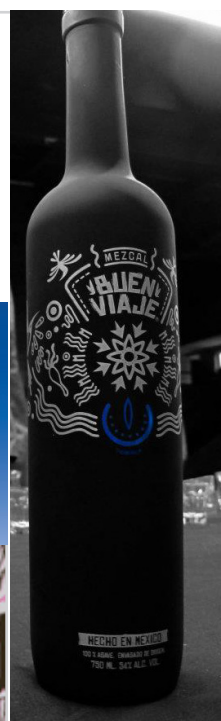


Fig. 48



Fig. 49-50

En el caso de la botella de bebida, el *lettering* se suele basar en una tipografía sans serif o caligráfica, en donde los rasgos únicamente se deforman un poco, alargando partes de la letra, sin recurrir a mucha ornamentación, conservando así un estilo elegante. En una etiqueta para un refresco, el estilo de *lettering* cambia, se ve modificada, la perspectiva, alargamientos y rotación de la letra (Ver Fig. 43-44).

En las cajas y bolsas para alimentos, el *lettering* es muy similar en cuanto a que se experimenta mucho más, aquí se encuentra una diversidad de propuestas más extensa, el estilo es mucho más libre, ya que podemos encontrar serif, san serif y caligráficas, a las que se agregan ornamentaciones como flamas y texturas en los contornos (Ver Fig. 45-47). En lo cromático, los colores más utilizados son: blanco, amarillo y negro para bebidas oscuras y tonalidades más brillantes para empaques de alimentos como: amarillo, verde, rojo (Ver Fig. 48).

La composición posee equilibrio, organización e integración de los elementos, la letra es la que resalta en la mayoría de los empaques, aunque en algunos la imagen tenga el mismo peso que ésta, como es el caso de los cereales (Ver Fig. 49-50).


Fig. 43-44. El uso del *lettering*  en estos envases refuerza la gráfica, lo cual resulta importante ya que hace más atractivo al producto.

Fig. 45-46-47. En esta secuencia de imágenes se observa el uso de altas y bajas, con modificaciones en la estructura de las letras, haciendo alargamientos, deformaciones y agregando elementos a la estructura de la letra.

Fig. 48. El buen viaje muestra un ejemplo de la aplicación del color en un envase oscuro con colores blanco y azul en contraste, en plasta y línea de sombra.

Fig. 49-50. El texto como la imagen tienen el mayor peso dentro de la composición, pero se sigue manteniendo el equilibrio.



Presentan principios estéticos como: refuerzo en el color, armonía en la composición de los elementos y también presenta claridad ya que no existe dificultad para leer información, asociación debido a que la gráfica utilizada en el empaque coincide con el contenido, por lo que el receptor sabe de que tipo de producto se trata. Los empaques se encuentran elaborados de distintos materiales: vidrio, plástico, entre otros, por lo que su resistencia y tiempo de vida varía, dependiendo también de los diversos factores a los que se encuentran expuestos al transportarse y almacenarse.

CONCLUSIÓN ANÁLISIS DE EMPAQUE

Al llevar a cabo diversos análisis de productos nacionales se concluye que sus características se muestran similares en cuanto a algunas cualidades que presenta el texto, en donde frecuentemente podemos encontrar el uso del *lettering* dentro de la gráfica del producto, el cual depende de diversos factores como el público al que va dirigido, el tipo de producto y época, estableciendo un estilo de representación que puede ser rígido o libre, ornamentado o sobrio, etc. El tipo de letra puede ser serif, san-serif o caligráfica de caja alta o caja baja y generalmente se ven modificados algunos rasgos de ella, como la posición o el tamaño del ojal y el aumento o disminución de la letra dentro de la palabra, esto en ocasiones debido a la perspectiva. El aspecto cromático al igual que la letra depende mucho de esos tres factores, por lo que pueden ser colores muy brillantes para un público joven, aplicado a productos de cereales y refrescos u opacos para un público adulto aplicado sobre todo en bebidas y de costo elevado.

Este medio de aplicación generalmente es de buena calidad y cumple su función de forma adecuada, ya que contiene la información necesaria para el consumidor y cumple con el fin de persuadirlo para su venta, lo cual muchas veces se encuentra definido por la gráfica del producto.



Patterns de cada uno de los ejemplos de el lettering en la marca de productos mexicanos

Escritura
caligrafía
rotulación
Tipografía



rotulación
grafía, la composición de la escritura
están reglados por la producción
ción manual con tipos de metal, y
palabra a la línea, la columna y la
ño y la posición de todos los elementos
actitud. (...) y como la palabra específica
de medidas se puede transferir de una
ón se puede repetir. Estas dos cualidades
ografía pero imposibles en escritura y rotulación

la escritura, la rotulación y la tipografía
mún, excepto que los tres pro
s (...) cada uno de esos
er, su campo
o en l

3.6

La gráfica en el *diseño editorial*

“El creador y el editor-las dos mitades de todo escritor-deben dormir en piezas separadas.”

JUDITH GUEST



o que se analizará dentro de este apartado, es la gráfica del signo lingüístico dentro del diseño editorial (revistas, libros, catálogos, portadas de CD'S) que utilizan formas tipográficas a mano alzada y digital.

Se encontraron diversos estilos que se agruparon para poder identificar el tipo de letra empleada.



Fig. 51

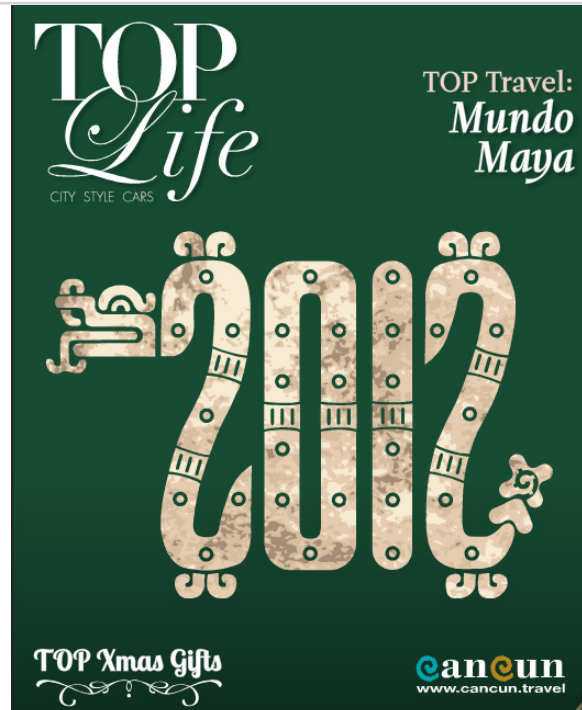


Fig. 52

Fig. 51. Revista Insoportable magazine, el lettering es ejemplar y visualmente rico.

Fig. 52. En la Revista Top Life se puede apreciar el recurso del lettering, haciendo modificaciones en los números.

SINTÁCTICA

Existe una gran variedad de estilos lingüísticos de diseño editorial con *lettering* pero sólo se analizarán los más destacados de una depuración de 83 imágenes encontradas en la red, sólo vinculadas con nuestro país.

En su cualidad formal, todo el diseño editorial se encuentra en un formato carta, en posición vertical.

Los elementos de las revistas, portadas y catálogos se ubican principalmente en el centro de éste, abarcando todo el espacio o utilizando la parte superior izquierda o la parte superior y al centro; en este caso se encuentra como elemento principal el nombre de la publicación o título del libro (ver Fig. 51), y en jerarquía le sigue los datos secundarios como el nombre del autor y la editorial.

En cuanto a los valores expresivos todos utilizan el código lingüístico porque utilizan como recurso el *lettering*, modificando los rasgos de la letra, ya sea exagerándola, alargándola, utilizando contornos o agregando objetos prehispánicos para que la letra (ver Fig. 52) y la publicación de la revista tengan similitud.

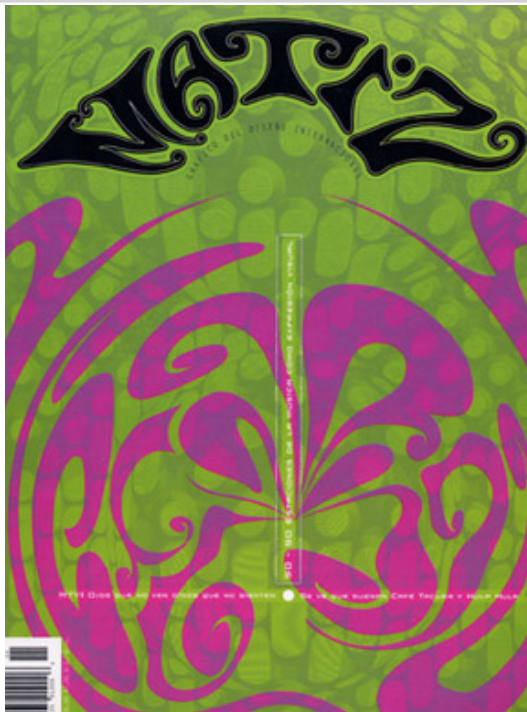


Fig. 53



Fig. 54

La variación de tamaño en cuestiones tipográficas depende de cada diseño editorial, pero por lo general el nombre de la publicación es el que tiene mayor importancia, utilizando altas y bajas ó haciendo remates en cada letra.

En cuestión cromática presentan variedad, porque no todos utilizan la misma gama, sino que va a depender del tipo de publicación y de tema a tratar en la misma; pero utilizan por lo general plastas, y en algunos casos algunos degradados y/o yuxtaposiciones de colores, ya sea en positivo-negativo.

Se podría decir que si existe equilibrio entre los elementos (Ver Fig. 53) y lo que asegura es que existe una jerarquía de elementos tipográficos.

En el texto existe cierta libertad, tomando en cuenta que hay legibilidad y leibilidad en las publicaciones, en cuestión de posición, ya que trata de representar o informar algún dato curioso sobre diseño, arte, o dar a conocer la publicación de un nuevo libro.

También existe la deformación de la letra (Ver Fig. 54), con ciertos contornos y sombras para resaltarla, en este caso no

Fig. 53. Portada de la Revista **Matiz** el No. 11 por Francisco Estrella, Manuel Guerrero y Domingo N. Martínez.

Fig. 54. Revista **pic-nic**, claro ejemplo del *lettering*.





Fig. 55

étapes ■ diseño y cultura visual



Fig. 56

⤴ Fig. 55. Libro Comer, rezar y amar, en este caso se hace una descripción literal del título del libro.

Fig. 56. Publicación mexicana de diseño, pero en este ejemplo resulta difícil descifrar el significado del texto pues el juego entre la composición y los alargamientos de la letra complican la legibilidad y leibilidad.

hay letras patinadas (para que exista mayor entendimiento del mensaje), también se presenta el *lettering* con materiales experimentales como pasta, cuentas y pétalos, ya que en este caso se quiere señalar el título del libro (Ver Fig. 55); y en el último caso no hay claridad de la letra y esto hace más difícil el mensaje, ya que existen trazos irregulares, aleatorios sin una estructura rígida y con diversos grosores y tamaños (en una que otra excepción), lo que provoca problemas de legibilidad, leibilidad, contraste, éste es un ejemplo de trazo con lápices de color aunque la intención hace poco funcional la intención de la portada (Ver Fig. 56).

CONCLUSIÓN ANALISIS DISEÑO EDITORIAL

Cabe destacar que las composiciones que se muestran en cada diseño editorial, refiriéndose al *lettering*, son distintas, ya que son empleadas para casos y público diferentes.

Se puede decir que existe un dinamismo, sin perder la formalidad, ya que el objetivo es comunicar; además de otros elementos como el color, el contraste, la textura y el tamaño, que son indispensables para cumplir el requisito de un diseño editorial.

En la mayoría de los casos se utiliza la mano alzada para destacar el *lettering* empleado en cada diseño editorial, el cual emplea un código lingüístico mostrando la deformación de la letra, ya sea exagerándola, alargándola o agregando algún objeto, así como la libertad de la misma, sin embargo no existe regla alguna para el desarrollo de la misma, aunque siempre debe ir justificado en la función del diseño para dar cumplimiento a este, y para esto queda demostrado que se pueden emplear materiales diversos para crear el *lettering*.



Patterns de cada uno de los ejemplos de la gráfica en el diseño editorial



3.7

El *lettering* en la gráfica objetual

“Escribir con sencillez es tan difícil como escribir bien.”

W. SOMERSET MAUGHAM



Se han seleccionado algunos trabajos que, por sus características similares, pueden clasificarse en un grupo, estos objetos fueron hechos para un momento y por lo tanto su duración puede ser temporal; todos los ejemplos aquí señalados tienen similitudes en el estilo de letra, sus terminaciones y sus formas redondas.





Fig. 57



Fig. 58

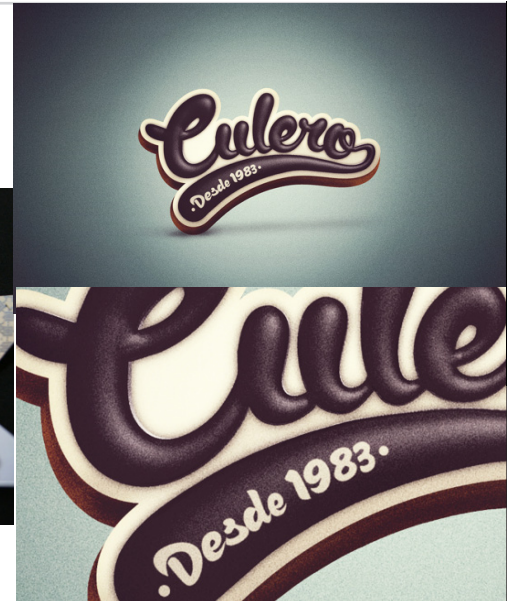


Fig. 59-60

⤴ Fig. 57. Monograma y nombres hechos en *lettering*.

Fig. 58. Aplicación para disco especial para ese nombre.

Fig. 59-60. *Lettering* y detalle de esta aplicación que fue hecha para un momento.

SINTÁCTICA

Todos los anuncios son verticales y no tienen un sustrato establecido, ya que varía su impresión, pero en ejemplos como la carátula del disco se puede dar una idea de su uso en diferentes formatos y para varias aplicaciones. (Ver Fig. 57)

Todos estos trabajos empezaron un proceso de bocetaje a lápiz y luego pasaron por un proceso de trazado y tratamiento digital; en algunos casos siguen una retícula clásica que hace ver su composición y su función respecto al peso e importancia de elementos. (Ver Fig. 58)

No contiene muchos elementos icónicos ya que el centro principal es el diseño de las letras, así que su valor lingüístico contiene mas fuerza sin dejar de lado a la legibilidad, es por eso que el receptor no tiene dificultad al leerlo, su valor cromático está basado, en su mayoría por el azul en diferentes tonalidades (más frías), en algunas ocasiones usan algún contraste con otro color que pueda acentuarlo; se puede ver que usa en mayoría el color café, pero eso no significa que no se pueda hacer uso de otros colores contrastantes. (Ver. Fig. 59-60)

La composición de estos trabajos no mantiene su peso en las letras; contienen ligaduras en algunas palabras y ornamentaciones que enfatizan el *lettering*, su letra está basada en el estilo



Fig. 61



Fig. 62




Fig. 63

script y las terminaciones de muchas letras suelen hacerlo con puntas o con curvaturas lo que evoca al volúmen; además podemos mencionar que los contrastes usados en el color en los trabajos que tienen algún contorno, permitiendo el balance de todos los elementos mencionados en este análisis (color, forma, letra).

Algunos de los principios estéticos que contiene es su composición es buena y no supone algún obstáculo ni en el color ni en la forma. Su calidad es buena por lo que su impresión tampoco supone alguna dificultad, ya que el *kerning* no deja espacios reducidos que puedan perjudicarlo, su impresión depende del tamaño y el sustrato en que se pueda reproducir pero en términos generales es buena su calidad de reproducción y visual.

Todos estos trabajos son únicos así que su originalidad es buena porque sólo fue hecho para ese momento, mantienen una fuerza visual muy importante, ya que la forma atrapa al usuario y ésta le incita a leerlo, por lo que su impacto es muy bueno y conciso. (Ver Fig. 61-63)

Fig. 61-63. Ejemplos de *lettering*, si bien parecen marcas, no lo son. 



CONCLUSIÓN GRÁFICA OBJETUAL

Después de realizar los análisis, se concluyó que en la gráfica objetual podemos observar, en cuanto al aspecto sintáctico, que en el valor cromático predominan los colores neutros, pasando por los fríos y en muchos casos sólo se usa blanco y negro ya que el contraste es un elemento indispensable para que los trazos se puedan realzar y no pierdan su legibilidad, sin embargo no quiere decir que sólo esta combinación de colores se use en los trabajos que se realizan, ya que puede haber otras diferentes, pero en este caso, se trata de trabajos similares.

En el aspecto lingüístico el *lettering*, es el principal medio de comunicación ya que la información está hecha con esa técnica, lo que le da originalidad al objeto que se presenta; los trazos son curvos, orgánicos y debido al estilo que usan, hay trazos delgados y gruesos, por lo que el peso se distribuye a distintas zonas del *lettering*, esto incluye a las ligaduras y ornamentos que son un recurso muy usado en este estilo, logrando una composición libre y dinámica que llama la atención y crea una mejor atención hacia el receptor.



Patterns de cada uno de los ejemplos del lettering en la gráfica objetiva



3.8

La gráfica en *la web*

*“Las palabras son todo
lo que tenemos.”*

SAMUEL BECKETT



n este análisis se evidenciará el uso de la tipografía en un diseño, donde interviene logrando un resultado efectivo e interesante. Los trabajos multimedia, gozan de una variedad de tratamientos que los diseñadores otorgan a la tipografía para su representación e impacto, es por ello que es de gran importancia para esta tesis, el análisis de las mismas, ya que nos brindan un amplio acervo visual de los trazos, los colores y la influencia de las que se valen en nuestro país.





Fig. 64

Fig. 64. Sitio web www.era-mostantos.com.mx Manuel y Christian Cañibe 2004-65tantos4

SINTÁCTICA

En el sitio web de arriba (Ver Fig. 64), se puede observar en la composición que las letras que acompañan a una ilustración acerca de la tienda en línea de la página, por lo que la palabra “Tantos Hnos.” se curva en representación de un rótulo, sin afectar la legibilidad. Las letras no tienen terminaciones o remates siendo sans serif. En tanto que se puede observar una similitud en el sitio web la Gran Royal, (Ver Fig. 65) en el que las letras toman la forma de un rótulo. Su representación es script, en forma inclinada, ascendiendo hacia el lado superior derecho, con florituras en las terminaciones de las letras R, Y y L. Su ubicación final es en la web, su formato varía dependiendo del medio.

En cuanto a valores expresivos, se presentan los tres códigos; el icónico en el que las letras van acompañados de ilustraciones, el valor ingüístico en donde se tiene una buena lectura, sin confusiones, y los colores manejados son el negro, verde y blanco (Ver Fig. 64) y rojo y turquesa. (Ver Fig. 65)

La composición posee mayor peso en la ilustración en su conjunto, al ser mayor el tamaño, y hablando sólo de la tipografía las iniciales de Tantos y Hnos. tienen mayor peso, debido a su tamaño, a pesar de que todas están en altas. (Ver Fig. 64)

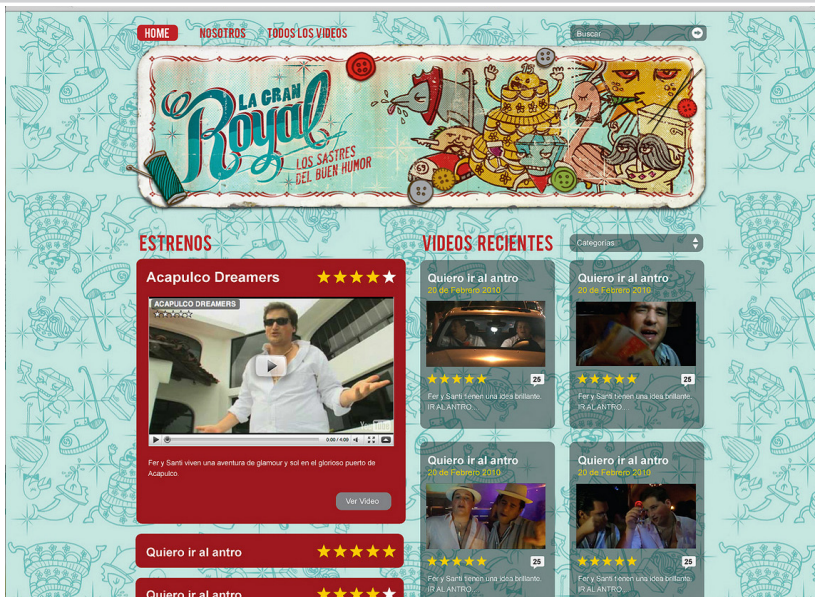


Fig. 65

En cuanto a la Fig. 65 la R tiene el mayor peso visual, al ser la más grande y con florituras que la acompañan.

Los textos presentan algunos principios estéticos como: refuerzo en el color y el tamaño (Ver Fig. 65), contiene verdad, (en cuanto a que la letra se apega a la estructura básica de la ilustración con lo cual el receptor sabe de que se trata la página) y asociación (relación entre los colores y las formas).

Las páginas tienen un tiempo de existencia temporal debido a que cambia de contenido constantemente, aunque secciones fijas como la tienda, puede tener un periodo de vida largo, pues su función es señalar, identificar e informar.

Fig. 65. Sitio web www.la-granroyal.com.mx Manuel y Christian Cañibe 2012.

CONCLUSIÓN WEB

Al llevar a cabo el análisis de sitios web, la conclusión a la que se ha llegado en cuanto a las características sintácticas y cualidades que presenta el texto, en donde frecuentemente podemos encontrar el uso del *lettering* para darle una mayor identidad al sitio web, el cual depende de diversos factores como el público, y sobre todo la marca o el sitio que representa. Generalmente las letras aluden a los rótulos; de palo seco, sin terminaciones y curvadas. Pero también se aprecia el uso de letras *script*, con florituras. Siendo trabajos multimedia, se cuenta con un sinfín de posibilidades de diseño; el aspecto cromático depende mucho del sitio web, siempre resaltando la letra, en colores contrastantes y que faciliten la lectura.

Su tiempo de vida es temporal, ya que es un medio que suele actualizarse constantemente, el *lettering* en la web goza de una variedad de tratamientos que los diseñadores otorgan a la tipografía para su representación e impacto.

CONCLUSIÓN DEL ANÁLISIS

El análisis de estos elementos de identidad lingüística, sirvió para poder retomar el uso de la letra como parte de cualquier campo donde ésta se utiliza, pero específicamente es en las áreas de diseño donde hay una relación estrecha entre el emisor y el receptor; siendo el diseñador el emisor y el usuario el receptor, y de este modo presentar a la letra con una variedad de tratamientos que le otorgan un mayor impacto visual. Esto aportará mayor singularidad, la cual enriquecerá la forma de representar la letra dentro del proyecto final, el cual consiste en la realización de un libro experimental que expondrá las diferentes maneras de representar el *lettering*, fungiendo también como inspiración para los diseñadores gráficos.

La tipografía popular está presente en cualquier lugar y momento, como un recordatorio permanente de que hay una parte importante en la cultura mexicana que ni puede ni debe ser ignorada, es así como fueron analizados los anuncios sonideros, los cuales exhiben que en el aspecto cromático todos tienen los mismos aspectos, cambiando en función al tipo de música del grupo que representan. El tamaño se adapta al espacio disponible del lugar de colocación, presentado principalmente en paredes. Las letras muestran alteraciones de la forma como alargamientos, aumento o disminución de tamaño en patines y los blancos de la letra, la exaltación de contornos y la utilización de sombras o brillos.

En cuanto al cartel musical, de igual forma que en los sonideros, las letras representan el género, la época y concepto de los grupos, tienen un dinamismo propio otorgando la característica de identificación y simplicidad. Se destaca el estilo decorativo, y el color como un elemento que siempre acompaña a la letra y al diseño, y que refuerza su función, siendo comúnmente utilizados los colores brillantes y contrastantes; por lo que dependen del medio o soporte.

Con respecto a la marca, su composición se basa en el concepto que quiere representar, de este modo es visible el uso de letras delgadas y gruesas, basadas en estilos serif y san serif, logrando una composición dinámica, libre, unificada y formal acompañada de elementos como íconos que refuerzan el nombre que presenta. En el diseño editorial existe un dinamismo, sin perder la formalidad, debido al objetivo de comunicar; las letras que se utilizan son elaboradas a mano alzada en donde se muestra la deformación, ya sea exagerándola, alargándola o agregando algún elemento, empleando materiales diversos para la creación de *lettering*.

En la gráfica de los empaques analizados podemos encontrar que el uso del *lettering* depende de factores como el público al cual se dirige, el tipo de producto y época, logrando así un estilo de representación rígido o libre, ornamentado o sobrio, etc. El tipo de letra varía desde serif, san-serif o caligráfica haciendo uso de caja alta o caja baja, donde generalmente se ven modificados algunos rasgos de ella como la posición, el tamaño del ojal, el aumento y disminución de la letra dentro de la palabra, en ocasiones debido al uso de la perspectiva.

En la gráfica objetual podemos observar que predominan los colores neutros, los fríos y frecuentemente se usan el blanco y el negro, ya que el contraste es un elemento indispensable para que los trazos se puedan realzar y no pierdan su legibilidad; los trazos son curvos, orgánicos y debido al estilo que usan, hay trazos delgados y gruesos por lo que el peso se distribuye a distintas zonas de las letras, esto incluye a las ligaduras y ornamentos que son un recurso muy usado en la gráfica objetual.

El análisis a sitios web arroja características en donde las letras hacen alusión a los rótulos; son de palo seco, sin terminaciones y curvadas. Pero también se aprecia el uso de letras *script*, con florituras. El aspecto cromático depende mucho del sitio web, siempre resaltando la letra, en colores contrastantes y que faciliten la lectura.

En todas las áreas de diseño el *lettering* otorga un estilo único, genera personalidad, ya que ha sido creado solamente para ese fin. Es por ello que se pueden encontrar un sinnúmero de ejemplos en los cuales se aplica correctamente. Pero con esto no se quiere decir que realizar cualquier trazo es hacer *lettering*, el buen diseño de éste depende de la educación visual que poseamos, los conocimientos básicos de caligrafía y tipografía que supone todos los diseñadores deben tener, para poder llevar a cabo una adecuada elaboración de letras en el proyecto de esta tesis, lo que será retomado en el siguiente capítulo.



capítulo 4

RESULTADO GRÁFICO



4.1








Metodologías

“El éxito no se logra sólo con cualidades especiales. Es sobre todo un trabajo de constancia, de método y de organización”.

J. P. SERGENT

Antes de elaborar la propuesta gráfica es necesario conocer diversas metodologías de procesos editoriales que nos sirvan de base para llevar a cabo un efectivo proceso de diseño, por lo que después de haber analizado distintas metodologías decidimos utilizar dos de ellas, las más adecuadas para nuestra propuesta gráfica, mismas que a continuación se enuncian:

Metodología de Arturo Acosta editor de la Revista DX:

-  Obtener y analizar el texto
-  Diagramación
-  Corregir
-  Diseñar
-  Corregir
-  Autorización
-  Prerensa



 Pruebas

 Negativos

 Impresión

Metodología de la compañía de servicios editoriales Solar.

 Selección de papel

Se elige el papel correspondiente y su tamaño ya que determinará el diseño en todo el libro.

Marcaje. Se definen las categorías del texto (títulos, subtítulos, citas, notas, etc.) que indicarán al formador las diferencias tipográficas que tendrá que aplicar para facilitar la lectura.

 Diseño de interiores

En esta etapa se establece el tamaño del libro, de la caja tipográfica, tipo de fuente, tamaños de caracteres, interlínea, columnas, etcétera.

 Formación

Se incorporan las correcciones señaladas en la lectura de original.

 Lectura de galeras

Se señalan problemas de formación (viudas, huérfanas, callejones) y posibles problemas sintácticos y ortográficos que no se hayan subsanado. Una vez realizado esto, el diseño editorial comienza a consolidarse.

 Primera lectura de planas

Se incorporan las correcciones señaladas y se verifican.

 Lectura de finas

Se hace la revisión final.

4.2



Híbrido

“Cada momento es un momento de creación y cada momento de creación contiene infinitas posibilidades.”








SHAKTI GAWAIN



El proceso de diseño de la propuesta gráfica se basará en la metodología de Arturo Acosta editor de la Revista DX y la metodología de la compañía de servicios editoriales Solar, dando como resultado un híbrido que se adecue a las necesidades de este proyecto de la siguiente forma:

-  **Determinación del tipo de libro**
Si será experimental, de lujo o libro objeto.
Definir el formato.
Considerar los posibles acabados de impresión para la propuesta gráfica, los cuales podrán ser: encuadernación, suaje, plastificado, hot stamping.
-  **Obtener y analizar la información**
(Arturo Acosta)
Se recopilará información a partir de investigación de campo y medios digitales e impresos, posteriormente se evaluará el material que se obtenga.
Se seleccionarán los elementos necesarios para el contenido del libro.



-  **Diseño (Arturo Acosta)**
Proponer el diseño editorial para:
Definir la familia tipográfica tanto en texto corto, como largo, pies de foto, etc.
Elegir el color de texto, fondo y otros elementos.
Tamaño y posición de las imágenes y texto.
-  **Lectura de galeras (Editoriales Solar)**
Detectar la fluidez y mancha del diseño, posteriormente se dará solución a los problemas gráficos que resulten.
Una vez realizado, el diseño editorial comienza a consolidarse.
-  **Lectura de planas (Editoriales Solar)**
Se incorporan las correcciones señaladas y se verifican.
-  **Lectura de finas(Editoriales Solar)**
Se hace la revisión final.
-  **Realización de archivos de salida de impresión.**
-  **Pre-prensa (Arturo Acosta)**
Pruebas de color
-  **Impresión (Arturo Acosta)**
Establecer el medio adecuado para la producción del libro, en este caso offset.

4.3

Planteamiento de *Diseño*

“¿Que es diseño? Un plan por colocar elementos de la mejor manera para logra un propósito en particular.”




CHARLES EAMES



continuación se presenta el proceso de diseño realizado para generar la propuesta gráfica de esta tesis.

DETERMINACIÓN DEL TIPO DE LIBRO

Para poder elegir el tipo de libro adecuado que contendría la información recabada sobre el *lettering*, fue necesario primero conocer diferentes opciones de libros entre los que se analizaron los siguientes:

-  Libro académico: su contenido es muy amplio, no tiene acabados especiales, su reproducción es muy amplia, no se diversifica en sustratos ni formatos. (Ver Fig. 1)
-  Libro de lujo: suelen ser de gran formato, su costo es alto debido al sustrato y acabados con los que se elabora, poseen una estructura rígida en cuanto a diseño editorial. (Ver Fig. 2)
-  Libro objeto: debido a que son elaborados de forma artesanal su reproducción resulta difícil y frecuentemente se puede observar la experimentación con materiales (Ver Fig. 3).



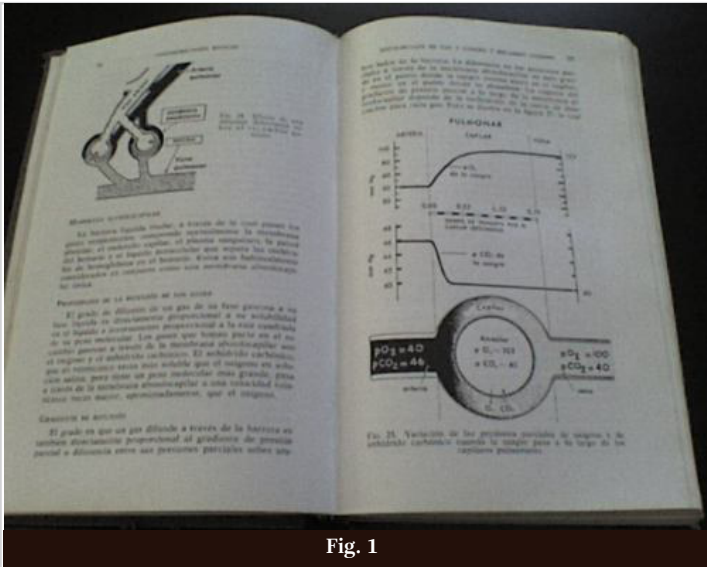


Fig. 1



Fig. 2

➤ Fig. 1. Libro académico. Es una obra de gran extensión publicada en varias unidades independientes, llamados “tomo” o “volúmenes”.

Fig. 2. Libro de lujo. El tipo de papel, la cubierta (que suelen estar elaboradas en cartón o tapa dura) y la encuadernación, forman parte del gran atractivo de estos volúmenes.

📖 Libro experimental: posee libertad, es decir se propone en el diseño, sustrato y formato, se puede aplicar *pop up* y acabados. (Ver Fig. 4)

Posteriormente en base a las características que presentaba cada uno se decidió elegir, un libro experimental, debido a que es dinámico y atractivo visualmente hablando, por lo que atrae de inmediato la atención, lo que resulta idóneo para transmitir la información recaudada sobre el *lettering*. Por otro lado por este medio el diseñador gráfico puede tener mayor facilidad de acceso a la información de manera personal y efectiva, ya que puede ser una herramienta de consulta en cualquier momento, además que un libro experimental permite resaltar el contenido, de tal manera que no sea pesado a la vista del usuario, sino que genere un atractivo único.

El libro en su edición y su contenido será elaborado con un lenguaje claro y sencillo con numerosos ejemplos que ilustren el concepto, aplicaciones y técnicas con las que se presenta el *lettering*, ofreciéndole información útil al diseñador gráfico que se encuentra en busca de nuevas formas de representación gráfica de la letra; mostrando así un panorama de las diversas formas en que la letra puede ser diseñada gracias al uso del *lettering*.

En la producción se tomarán en cuenta diversos acabados que pueden ser factibles para su realización como: la encuadernación, el suaje, el plastificado y el *hot stamping*.



Fig. 3



Fig. 4

OBTENER Y ANALIZAR LA INFORMACIÓN PARA EL LIBRO EXPERIMENTAL

Se llevo a cabo la recopilación de información mediante medios impresos y digitales e investigaciones de campo por medio de entrevistas a personajes relevantes sobre el tema y asistiendo a conferencias y cursos dentro de la ciudad de México. Posteriormente se hizo un proceso de análisis para evaluar la información recabada, tanto textual como visual adecuada para el contenido del libro, dando como resultado breves capítulos que definen al *lettering* y muestran un recorrido sobre la transformación de la letra a través de la historia, de forma tanto general como específica, en este caso haciendo referencia a lo sucedido en México. Así mismo se selecciono una extensa galería de imágenes que ilustran la forma en la cual se ve aplicado el *lettering* dentro de la gráfica en diversas áreas de diseño.

PLANTEAMIENTO DE DISEÑO

Ante cualquier proyecto de diseño éste sigue un proceso determinado que permite cumplir con los objetivos establecidos, así se puede disponer de las acciones necesarias u oportunas que permitan analizar como realizar el diseño para que el resultado final sea satisfactorio. Para que el diseño sea adecuado se deberá cumplir con una serie de pasos previos al resultado o propuesta final, de tal manera que éste nos permita afirmar lo que se quiere generar.


Fig. 3. Libro objeto. Éste se vuelve precisamente un objeto de deseo por su aspecto artístico y su poca producción. 

Fig. 4. Libro experimental. Un buen diseño, una cuidada edición, unas fantásticas ilustraciones o una buena encuadernación añaden un toque artístico a estos volúmenes.



Fig. 5. Formato y diagramación de márgenes finales

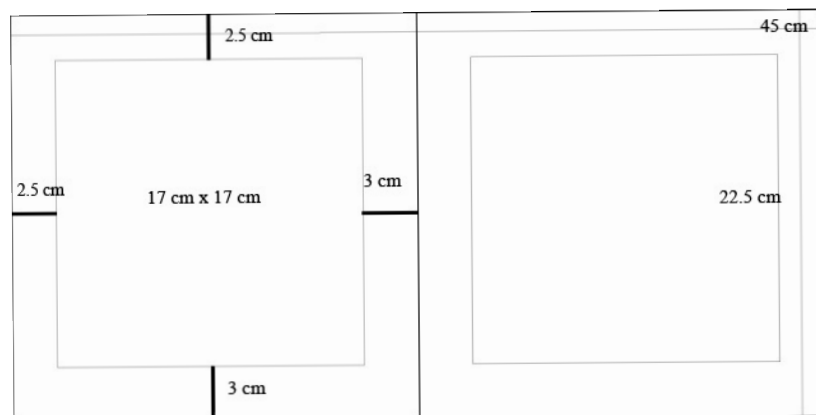


Fig. 5

Una vez establecido el proyecto de diseño, en este caso, la realización de un libro experimental, se analizó el tipo de papel con el que se realizaría el libro, en primera instancia se descartaron tipos de papel como el bond, el couche y opalina ya que lo que se quería lograr es que tuviera una visualización diferente, por lo se optó por papeles tipo satinados como: *inspir blanco pureza*, *curious met white gold*, *rives natural*, *bond set blanco* y *curious met ice gold* que no son del todo blanco y que cuentan con una textura lisa y un acabado satinado, lo que da un aspecto diferente en el proceso de impresión, también se tomó en cuenta el gramaje y el tamaño, estos papeles tenían entre 70 y 250 grs y median 70 cm de ancho por 100 cm de largo.

Los papeles que se eligieron fueron *bond set blanco* y *curious met ice gold de 120gr*, este gramaje permitiría que la cantidad de hojas que resultarían del contenido no serían demasiado gruesas, lo que permitirá que resultara más difícil de hojear y que el libro no se deformara al cerrarse o al abrirse o que perdiera su buen aspecto. También se tomó en cuenta que el aspecto del papel, tipo marfil, permitiría que el contenido resultara más agradable a la vista, lo que resulta adecuado para la lectura.

El formato es una característica que el papel también permite establecer ya que su finalidad es que éste cumpla con una óptima distribución de los elementos gráficos, así como evitar el desperdicio de sustrato (papel). Los formatos que se habían propuesto al principio fueron de: 16 cm por 24 cm, 21.5 cm por 28 cm y de 18 cm por 27 cm, pero resultaban un poco cortos cuando se establecían los márgenes tanto superior como inferior, y más cuando lo que se pretendía era que hubiera más imágenes que estuvieran, tanto bien distribuidas así como en un tamaño óptimo, es decir, que no fueran demasiado grandes ya que esto nos obligaría a generar un formato muy grande, cosa que se quiso evitar por lo que en este caso fue recomendable un formato tipo cuadrado con medidas entre 21 cm por 24 cm y 24 cm por 27 cm, que nos dieron como resultado medidas de 22.5 cm por 22.5 cm por página y como resultado final 45 cm de ancho por 22.5 cm de altura, con márgenes de 2.5 cm superior, 3 cm inferior, 3 cm interior y 2.5 cm exterior quedando una área de trabajo de 17 cm por 17 cm. (Ver Fig. 5)

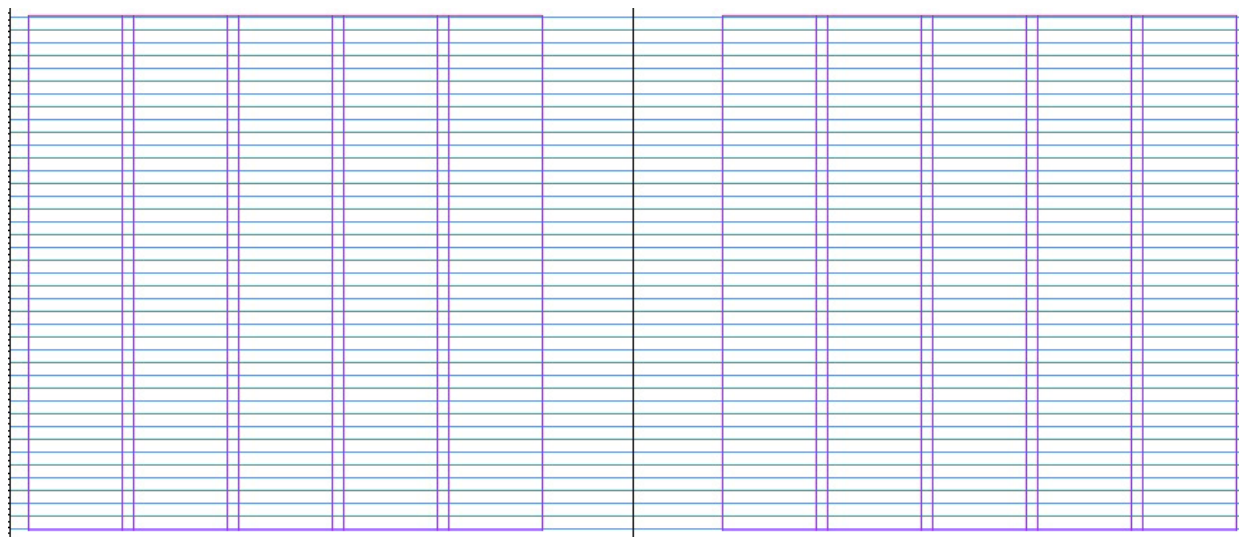


Fig. 6. Primera propuesta de retícula para la base editorial.

Fig. 6

Se generaron propuestas que tenían como base una retícula compuesta de columnas y rejilla, (Ver Fig. 16) como parte de ello, las propuestas generadas partieron de una libre colocación de elementos, así como el uso de diferente número de columnas, diferentes estilos tipográficos y recursos gráficos como el *lettering*, estos formaron parte de su composición en un formato que se estableció con medidas de 45 cm de ancho por 22.5 cm de altura para el diseño editorial del contenido, en cuanto al margen, en principio se dejó libre para poder percibirse de cual podría ser el idóneo al momento de imprimir, pues también se toma en cuenta que éste se encuadernará, por lo que se propusieron en estos una serie de tipografías en diferentes puntajes para tener la pauta de una posible selección tipográfica, en general, lo que se pretendió fué generar

una composición con movimiento o dinamismo pero los resultados obtenidos no lograban generar esto, sino que aún se percibía rigidez.

Tomando esto en cuenta, se pensó en establecer otro tipo de retícula, que permitiera lograr una composición más dinámica para el contenido del libro, además de que también se obtendrá la claridad, legibilidad y funcionalidad a la composición, de esta manera se facilitaría el trabajo creativo.

Existe una variedad de formas para generar retículas, por lo que no se restringió a un método en específico sino que quedó en libertad para su elaboración, esto prácticamente permitirá crear un orden y equilibrio en la composición.

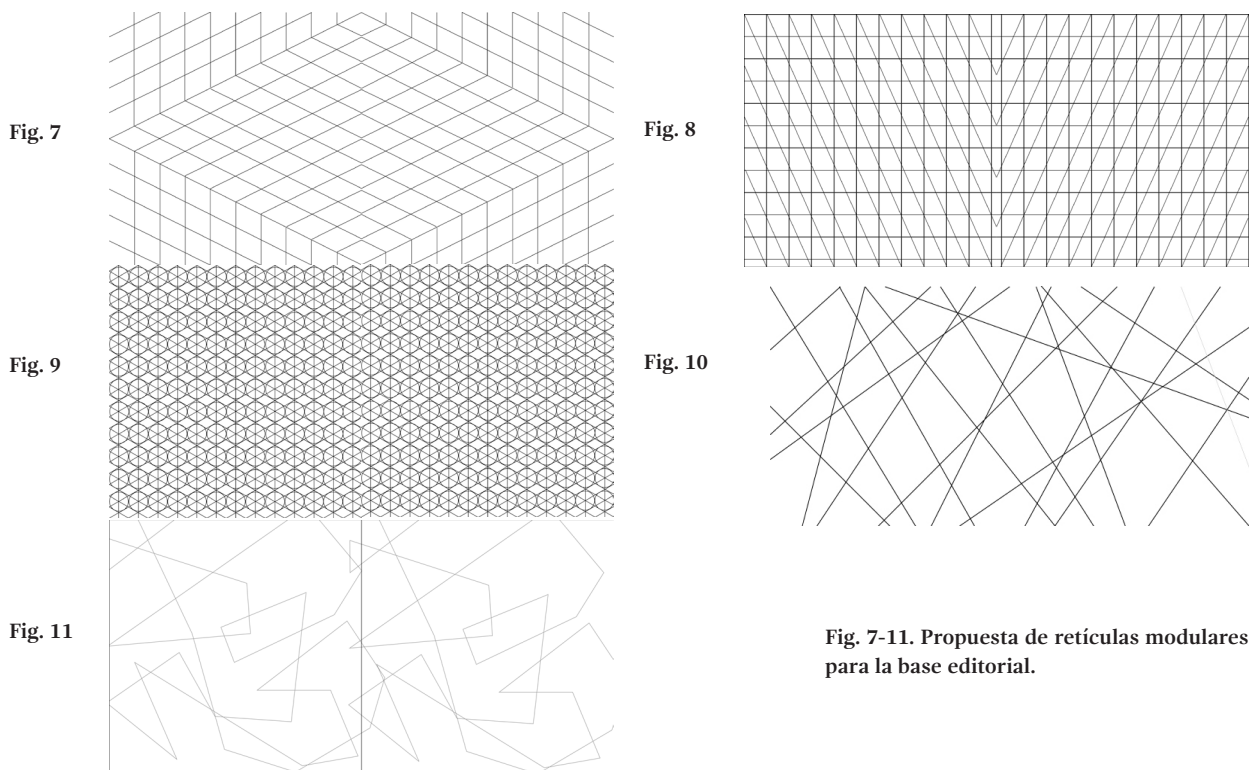


Fig. 7-11. Propuesta de retículas modulares para la base editorial.

Fig. 7-11

Posteriormente se realizaron una serie de retículas modulares que servirían de guía para la ubicación de los elementos, con dinamismo en la composición editorial. Éstas fueron generadas a partir de una serie de líneas horizontales, verticales, diagonales, rectas e irregulares lo que facilitaba la variabilidad de formas y ubicación. (Ver Fig. 7-11)

Las propuestas fueron la pauta para generar toda una estructura que posibilitaría la ubicación de los elementos como el texto e imagen, sólo texto y pura imagen, considerando las formas, el color y sin olvidar el uso de estilos tipográfico, en esta aplicación de retícula también se realizarían pruebas de texto con estilo *serif* y *san serif* notando caracte-

rísticas importantes como una buena legibilidad y leibilidad así como un adecuada composición.

Y como resultado de estos requisitos se seleccionaron tres retículas de las cinco propuestas que se presentaron. (Ver Fig. 12-14)

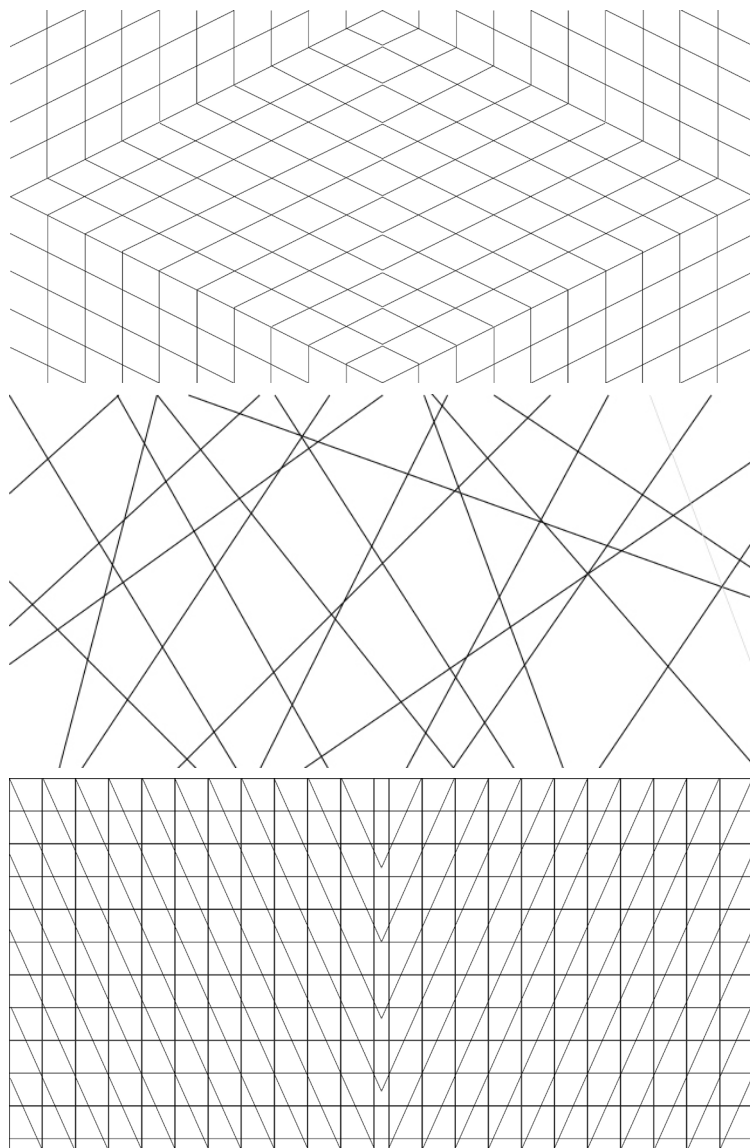


Fig. 12-14

Fig. 12-14. Serie de retículas modulares presentadas para la base editorial.
Estas retículas se eligieron porque permitirán generar dinamismo y facilitara la uciación de los elementos.



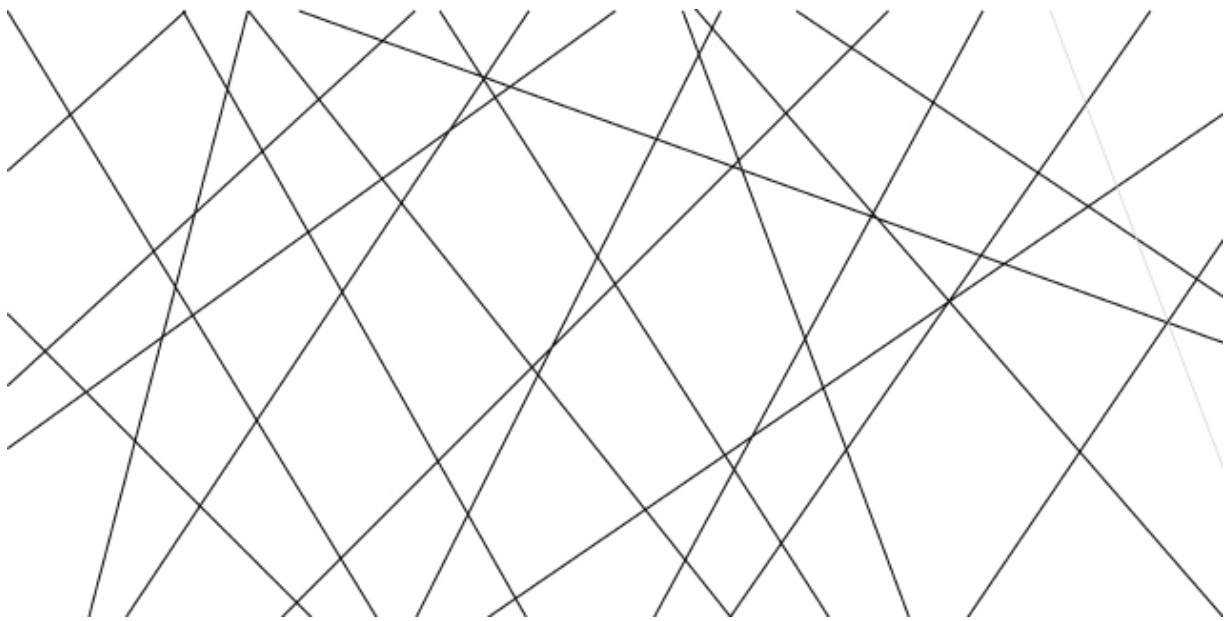


Fig. 15

Fig. 15. Reticula seleccionada para ser la base de la estructura del contenido.

lhil inulpa delecte mquatqu isciatur aut inven-
de llabori aspeliae nates estia coratur si sit ad
quam quodis core voluptatint voluptas aute

Fig. 16. Óptima Regular, 11 pt

aliquiandi blaudit que parum quunt adi doles-
susam nonsequosam, sam dita debita dolo in
renes mostes id qui aut et que ipsam, que num

Fig. 18. Univers LT Std, 55 Roman, 10 pt

Digendi psanden emperepudici id quiatem ratem.
Itas eum quid et latem vendempostem quam rem
voluptaetae verum ant intio tem quam qui

Fig. 20. Gandhi Sans, Regular, 10 pt

borerum abore ne vent, sim unt que non perio. Eve-
lesse cus elessec erspiduci digenimendae maxim
illiciis exerum atemos plaut andantem

Fig. 22. Gandhi Serif, Regular, 10 pt

borerum abore ne vent, sim unt que non perio.
Evelesse cus elessec erspiduci digenimendae maxim
illiciis exerum atemos plaut andantem experibus

Fig. 24. Espinosa Nova, Regular, 11 pt

To ipsam, qui dolles doloremperum ant, quost, opta-
tes aut dio. Ideres es nos voloreperum et Quis sapica-
tquis rem dolupta spiciae rferum con eturis

Fig. 17. Óptima Regular, 10 pt

aliquiandi blaudit que parum quunt adi dolessusam
nonsequosam, sam dita debita dolo in renes mostes
id qui aut et que ipsam, que num exceritissi odis

Fig. 19. Univers LT Std, 55 Roman, 9 pt

Nust doluptas sene nus alic tem autem landam, autae
lam, officiis dollorepre modictiasi voluptati comnihi lla-
bore mperrum qui officiet repudae vitae. Beatibus

Fig. 21. Gandhi Sans, Regular, 11 pt

qui ne officat umquam fugit, sam re, suntiae ve-
nis et odi ut mossum que aliam que ium erunt
aut quiant volupta tibus doluptur a

Fig. 23. Gandhi Serif, Regular, 11 pt

qui ne officat umquam fugit, sam re, suntiae ve-
nis et odi ut mossum que aliam que ium erunt
aut quiant vtolupta tibus doluptur a nosam ad

Fig. 25. Espinosa Nova, Regular, 12 pt

Fig. 16-25

Teniendo claro el soporte y formato, en esta etapa fue necesario establecer la mancha tipográfica.

El principal elemento del diseño de libros es la tipografía, cuya función principal es permitir la legibilidad y la leibilidad de los textos, ya que son sus formas o figuras las que reconocemos fonéticamente en las letras y en la palabras, por lo que fue necesario hacer una preselección de este elemento.

La mayoría de las veces la lectura la llevamos acabo renglón por renglón, presentándose pausas

o cambios dentro de la misma que la vista debe percibir de manera directa, por lo que a la hora de seleccionar tipografía también fue importante el puntaje, ya que éste favorecerá la lectura. Tomando en cuenta esos factores se seleccionaron tipografías como: Optima, Gandhi, Espinosa Nova y Univers estos con estilos serif y sans serif entre un puntaje que iba de los 9 a 12 PT, sólo para texto. Por lo que se realizaron las primeras pruebas con texto falso impreso con estas tipografías en distintos puntajes. (Ver Fig. 16-25)

lhil inulpa delecte mquatqu isciatur aut invende llabori aspeliae nates estia coratur si sit ad quam quodis core voluptatint voluptas autelhil inulpa delecte mquatqu isciatur aut invende llabori aspeliae odis core voluptatint voluptas aut

Fig. 26. Gandhi Sans, Regular, 10 pt

aliquiandi blaudit que parum quunt adi dolesusam nonsequosam, sam dita debita dolo in renes mostes id qui aut et que ipsam, que num susam nonsequosam, sam dita debita dolo in renes mostes id qui aut et que ipsam, que

Fig. 28. Gandhi Serif, Regular, 11 pt

Digendi psanden emperepudici id quiatem ratem. Itas eum quid et latem vendempostem quam rem voluptaetae verum ant intio tem quam qui Itas eum quid et latem vendempostem quam rem voluptaetae verum ant intio tem quam quit intio tem quam

Fig. 30. Espinosa Nova, Regular, 9 pt

To ipsam, qui dolles doloremperum ant, quost, optates aut dio. Ideres es nos voloreperum et Quis sapicatquis rem dolupta spiciae rferum con eturis quost, optates aut dio. Ideres es nos voloreperum et Quis sapicatquis

Fig. 27. Gandhi Sans, Regular, 12 pt

aliquiandi blaudit que parum quunt adi dolesusam nonsequosam, sam dita debita dolo in renes mostes id qui aut et que ipsam, que num exceritissi odis dolo in renes mostes id qui aut et que ipsam, que num exceritissi odise num exceritissi odis

Fig. 29. Gandhi Serif, Regular, 11 pt

Nust doluptas sene nus alic tem autem landam, autae lam, officiis dollorepre modictiasi voluptati comnihi llabore mperrum qui officiet repudae vitae. Beatibus dolo in renes mostes id qui aut et que ipsam, que num exceritissi odis

Fig. 31. Espinosa Nova, Regular, 12 pt

Fig. 26-31

Esto permitió que se visualizaran con detenimiento y de esta manera se descartaran las que no favorecían en la lectura, como fue el caso de los puntajes de 9 y 10 puntos pues forzaban la vista, motivando un cansancio rápido (Ver Fig. 26- 31), mientras los puntajes 11 y 12 permitían una mejor fijación y separación de los cuerpos lo que realmente era primordial, de esta manera se quedaron, para una segunda prueba los tipos Gandhi sans, Gandhi sans serif y Espinosa Nova. (Ver Fig. 27-28-29- 31)

Posteriormente en una tercera prueba se descartó la tipografía Gandhi sans, quedando las úl-

timas dos de la siguiente manera: la tipografía Espinosa Nova Regular a 12 puntos, fue seleccionada para cajas de texto, ésta es de un estilo *sans serif* que proporciona tranquilidad, autoridad, dignidad y firmeza; esta constituida por pequeños remates llamados patines lo que le permite seguir la línea de texto muy fácilmente. Mientras que la tipografía Gandhi Serif en Bold, se estableció para subtítulos y pies de imagen, para los subtítulos el puntaje fue de 12 puntos adecuado para su identificación, siempre en caja alta, mientras que para pies de imagen sería de 10 puntos, esta elección se considero tomando en cuenta que el estilo bold

El *lettering* es una forma de experimentación tipográfica, por lo que no se sabe con precisión cuando y donde surgió. Si bien solo se especula acerca de su origen, se puede mencionar que es un término ligado a la letra, su inicio surgiría, claro está, a partir de la invención de la escritura (Fig. 1), que tenía como fin registrar información y cuyo inicio sería mediante la creación de pictogramas que irían innovándose radicalmente hasta evolucionar en signos y símbolos abstractos, que llegarían a formar las letras que hoy en día conocemos.

Su proceso del *lettering* en la historia se iría fortaleciendo gracias a las contribuciones, inventos e invenciones de las personas interesadas en las letras, tal es el caso de la invención del papel, la imprenta y del tipo móvil así como la caligrafía como contribución china que se puede retomar como punto de partida del *lettering*.

La caligrafía china ha dejado un legado importante al *lettering*, ya que es una de las formas de arte más puras y estimadas, la cual se apoya en siglos de tradición y exige una práctica larga y disciplinada y está integrada totalmente a la escritura meramente manual que le da un toque artístico y tradicional para cada diseño donde era retomada. (Fig. 2)

SUBTÍTULOS

Pie de imagen

Fig. 32. Espinosa Nova, Regular, 12 puntos para cuerpo de texto, Gandhi Serif Bold a 12 pt para subtítulos, y a 10 pt para pie de imagen.

Fig. 32

puede leerse lentamente en los textos, permitiendo así la asimilación de su contenido, cabe mencionar que las pruebas que se hicieron formaron parte de las primeras composiciones y propuestas del diseño previo y final, que posteriormente se retomará. (Ver Fig. 32)

Se ha mencionado ya los aspectos para la composición de las cajas de texto, así como la mención de sus subtítulos, por lo que solo falta mencionar un elemento primordial en el diseño editorial del libro, los títulos, los cuales serán aplicando el recurso del *lettering* para demostrar lo desarrollado en este proceso de investigación.

Para su diseño se comenzó a definir la cantidad de títulos o encabezados que conformarían el contenido del libro que son prácticamente una serie de nombres cortos siendo estos un total de 22 elementos a bocetar cada uno con diferente estilo.

En los primeros bocetos a lápiz podemos observar que las letras dibujadas están compuestas por una serie de líneas distintas, no son tan rígidos si no que se muestra la soltura de la forma, se basan en estilo *serif* y *san serif*. (Ver Fig. 33-37)

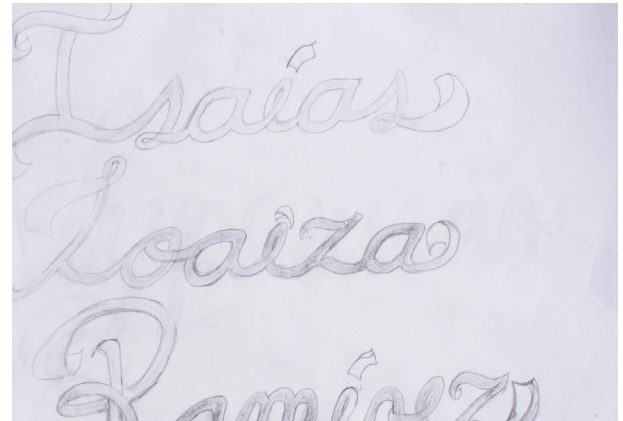
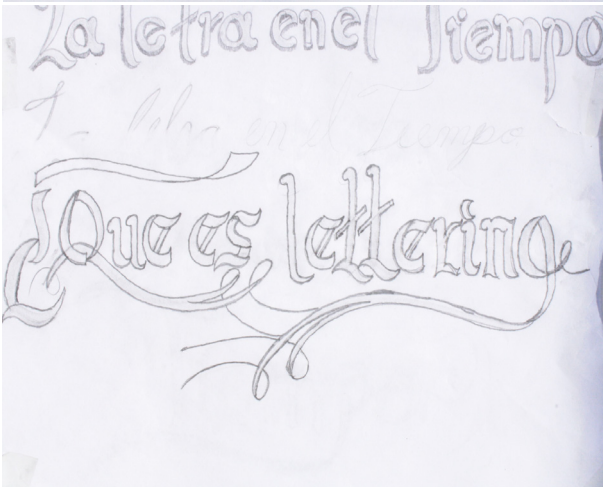


Fig. 33-37. Primero bocetos de lettering

La realización de estos primeros bocetos se llevo acabo bajo un estilo *san serif* y *serif*, basandose en líneas orgánicas y rectas, para su construcción, se retomaron características representativas, es decir que la palabra tenga una relación con las formas, lo que brindo un sin fin de posibilidades para las distintas representaciones, también se retomaron, como apoyo gráfico, algunas corrientes, vanguardias y artes como la caligrafía.

Se elaboraron a base de grafito (lápiz) sobre papel, las formas fueron trazadas y dibujadas a mano bajo el contexto anterior. Los diferentes resultados obtenidos, permitieron generar una guía para seguir con su mejoramiento, así como crear una gama más amplia de formas en la construcción de los trazados.



Fig. 38-42. Serie de segundos bocetos de *lettering*.

Bajo la base de los primeros bocetos, los segundos tienen una elaboración más dinámica y fluida, en serif, con un estilo más caligráfico y cursiva. Las formas son delgadas, estilizada y largas así como gruesas, hay uso de caja alta y caja baja, los remates, y los pies de las letras tienen unas serie de alargamientos como parte decorativo, estilo art nouveau.

Se elaboraron a base de plumón, grafito (lápiz), plumilla y cortes de papel (como es el caso del boceto de EDITORIAL) las formas fueron dibujadas y trazadas a mano sobre hojas de papel su análisis permitió seguir con su mejoramiento y construcción.

Fig. 38-42

Posteriormente se realizó una segunda (Ver Fig. 38-42) y tercera prueba (Ver Fig. 43-47) con una serie de técnicas sobre los bocetos anteriores con el fin de mejorar o reforzar las formas, de este modo su desarrollo se vería beneficiado ya que por este medio se puede hacer pruebas de color, texturas, composición, posición y hasta ubicación, esto

servirá para que más adelante junto a la composición del diseño editorial se pueda generar armonía con los elementos, prácticamente lo que se quiere generar con esto es poder seleccionar las pruebas que nos brinden un adecuado diseño al realizar los títulos y encabezados.

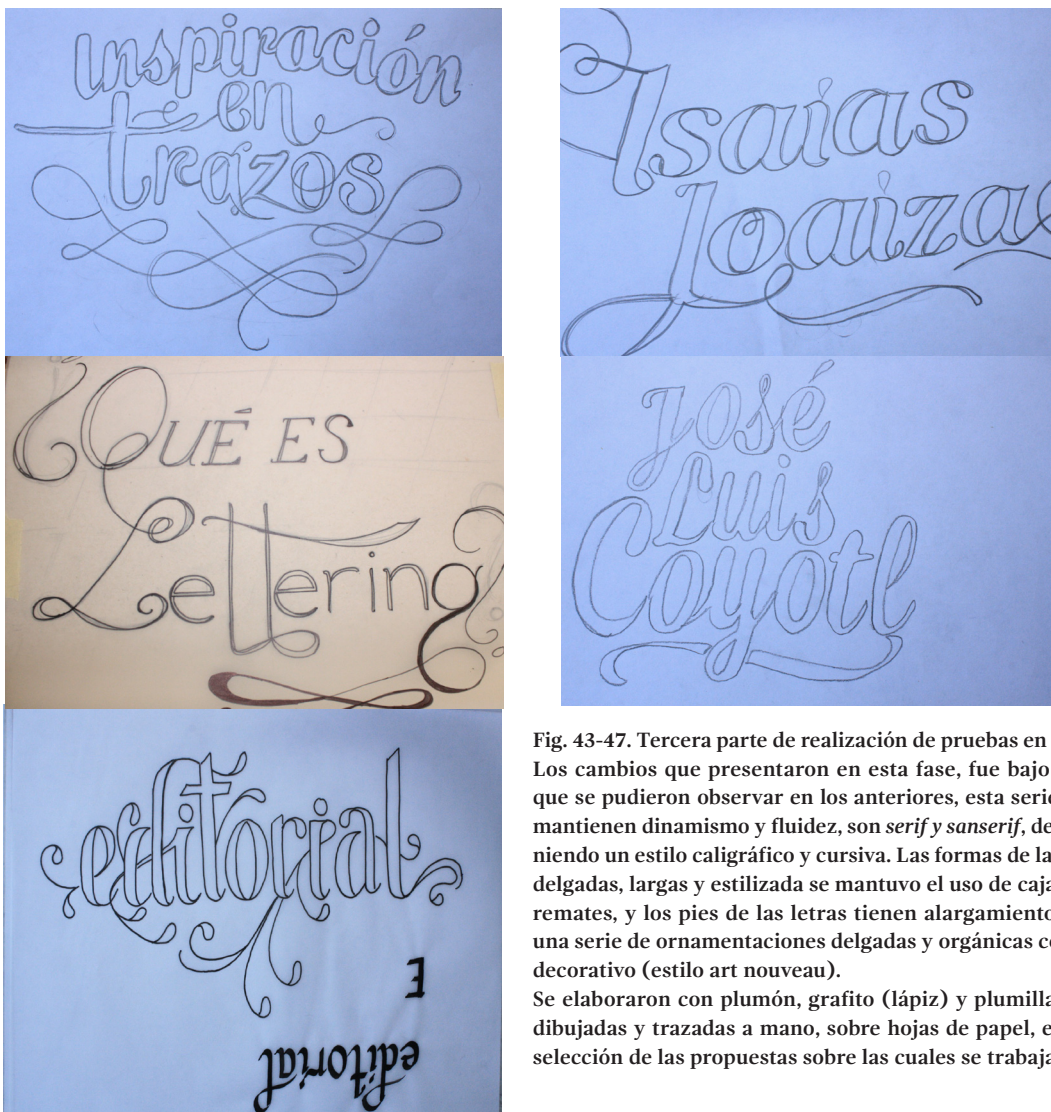


Fig. 43-47. Tercera parte de realización de pruebas en bocetos de *lettering*. Los cambios que presentaron en esta fase, fue bajo la serie de análisis que se pudieron observar en los anteriores, esta serie de propuestas aún mantienen dinamismo y fluidez, son *serif* y *sanserif*, de igual modo, manteniendo un estilo caligráfico y cursiva. Las formas de las letras son gruesas, delgadas, largas y estilizada se mantuvo el uso de caja alta y caja baja, los remates, y los pies de las letras tienen alargamientos, acompañadas de una serie de ornamentaciones delgadas y orgánicas como parte del toque decorativo (estilo art nouveau).

Se elaboraron con plumón, grafito (lápiz) y plumilla, las formas fueron dibujadas y trazadas a mano, sobre hojas de papel, esta fase permitió la selección de las propuestas sobre las cuales se trabajarían.

Fig. 43-47

Después de que se analizarán cada una de las pruebas anteriores se seleccionaron las más adecuadas, tanto para mejorar su imagen así como para realizar algunas modificaciones, debido a que había confusiones con respecto a las formas de algunas letras. (Ver Fig. 48-52) Cabe mencionar que durante la realización de los bocetos del contenido

editorial de la tesis fue sustituido con tipografía ya establecida ya que éste se proyectó a la par de éste, por lo que posteriormente se retomó en la composición de los elementos de la estructura del diseño.



Fig. 48-52. Cuarta fase de propuestas de lettering: Propuestas seleccionadas para el desarrollo final de lettering.

En la tercera fase, se fue mejorando algunos detalles tanto en forma como en composición, esta serie de propuestas son la base para elaborar el resultado final. Estas conservan el dinamismo y la fluidez, con *serif* y *sanserif*, manteniendo un estilo caligráfico y cursiva. Las letras son gruesas, delgadas, largas y estilizadas se mantuvo el uso de caja alta y caja baja, los remates, y los pies de las letras mantienen los alargamientos y ornamentaciones como parte del toque decorativo (estilo art nouveau).

Se elaboraron con plumón, y plumilla con tinta china, las formas fueron dibujadas y trazadas a mano.

Fig. 48-52

En los resultados finales para los títulos y encabezados, realizados mediante el uso del lettering, se puede observar que cada uno tienen un estilo y composición diferentes, hay uso de letras tanto mayúsculas como minúsculas, ya anteriormente se mencionó que fue retomado de estilos tipo *sans* y *san serif*, cada uno tiene una identidad propia, sus formas son orgánicas demuestran soltura debido a que fueron elaboradas de manera manual, aunque posteriormente se digitalizarían, pero con ello no

perdían su composición original, las líneas con las que están hechas permiten ver que no son tan rígidos, si no que se muestra la soltura de la forma, en cuanto al color de estos se puede mencionar que tiene una variedad de tonalidades entre los cuales podemos ver los colores fríos y cálidos. Los colores fríos expresan firmeza, elegancia, natural mientras que los cálidos expresan aproximación, recogimiento, energía, fuerza y vitalidad, adecuados a lo que se quiere transmitir. (Ver Fig. 53-64)



Fig. 53



Fig. 54



Fig. 55



Fig. 56



Fig. 57



Fig. 58



Fig. 59



Fig. 60



Fig. 61



Fig. 62



Fig. 63



Fig. 64



Fig. 65



Fig. 66



Fig. 67



Fig. 68



Fig. 69



Fig. 70



Fig. 71



Fig. 72



Fig. 73



Fig. 74

Fig. 53-74. Resultados finales de *lettering*; desarrollo final de *lettering*.

Éstas conservan el dinamismo y la fluidez, con *serif* y *sanserif*, mantienen un estilo caligráfico y cursiva. Las letras son gruesas, delgadas, largas y estilizada, se mantuvo el uso de caja alta y caja baja, los remates, y los pies de las letras presentan los alargamientos y ornamentaciones como parte del toque decorativo.

Fig. 53-74



Finalmente se procedió a la integración de todos los elementos del diseño junto con la información pertinente al tema para generar las páginas interiores y así generar las constantes y variantes de la misma para el cuerpo editorial.

Una vez que se recaudo toda la información y habiendo establecido los objetivos así como los detalles específicos o generales que contendrá el libro, se pudo sintetizar lo más relevante mediante el análisis de toda la información que se obtuvo, esto es, con el fin de seleccionar y clasificar lo más pertinente, y poder fijar cuál será su contenido de las secciones, capítulos o áreas.

Como resultado de la recopilación y análisis de la información se pudo establecer el contenido general del libro que consta en 3 áreas importantes: contexto histórico, entrevistas y áreas de diseño, en cada una de estas secciones se generaran tres estilos en cuanto a composiciones editoriales diferentes pero en un mismo contexto, es decir que se vean como parte de un conjunto y no como elementos separados. Dentro de lo mismo se generó el concepto de experimentalidad, éste se vera reflejado en el interior del libro y posteriormente veremos este desarrollo.



Fig. 75-77

Fig. 75-77. Primeras serie de propuestas a base de columnas y medianiles en donde los elementos gráficos, estilos tipográficos y recursos gráficos como el lettering quedaron en un formato de 45 cm de ancho por 22.5 cm de altura, en éstas se propusieron una serie de diferentes puntajes de tipografías para una posible selección tipográfica, pero los resultados no lograban una composición con movimiento o dinamismo sino que aún se percibía rígida.





Fig. 78-81. Propuesta de diseño editorial con la aplicación de las retículas modulares seleccionadas.

Fig. 78-81

Como resultado de las retículas seleccionadas, se pudo observar que en las propuestas aplicadas los elementos como las imágenes y los cuadros de texto ya no se encuentran tan rígidos, su composición en color es variado, lo que permite tener una idea de que gama de color que se puede retomar, la tipografía que se muestra tiene una variabilidad en cuanto a puntaje y peso en los diferentes textos esto ayudó a dar una idea de que opciones de fuente tipográfica nos puede resultar idóneas. (Ver Fig. 78-81)



Fig.82-87. Estas propuestas están basadas en las observaciones que se hicieron a las muestras previas (2º fase).

Fig. 82-87

Ya que se han observado los detalles y elementos dentro del diseño se propuso una segunda fase de composición en base a lo que ya se realizó manteniendo las retículas seleccionadas (Ver Fig. 82-87) en éstas de igual modo se hace otra selección de fuente tipográfica de este modo durante los cambios se llegara a la fuente final.

Posteriormente se presenta una tercera fase donde basado en la segunda etapa se vuelve a aplicar los cambios que se consideran pertinentes. (Ver Fig. 88-95). En ambas fases aún el color, no está seleccionado por el contrario, se sigue mostrando distintos colores.



Fig. 88-95. Propuestas donde se realizaron correcciones y cambios en la segunda etapa (3° fase).

Fig. 88-95



Fig. 96



Fig. 97



Fig. 98



Fig. 99

Fig. 96-99. Propuestas basadas en las correcciones y cambios que se realizarán en la tercera fase (4ª fase).

Fig. 96-99

Ya que se analizó la tercera fase, se logró sintetizar las ideas generales que se habían notado en las propuestas anteriores y como resultado de ello, en cada una de las propuestas las formas de composición se fueron haciendo diferentes para texto e imagen, la gama de color se fue cambiando, así como las fuentes tipográficas con estilo *serif* que ya no eran pertinentes fueron eliminadas o en su contraparte cambiadas. (Ver Fig. 96-99) con esto se logró determinar la base del diseño para una de las áreas y también determinar la tipografía con la que se realizarían los textos; se seleccionó el color (Ver Fig. 100-101) y se llegó a la selección final de la retícula base, constituida prácticamente en líneas diagonales inclinadas, tanto a lado derecho

como al lado izquierdo y el espacio de sus intersecciones generan formas triangulares hasta irregulares. (Ver Fig. 102)





Fig. 100-101. La propuestas en la que se baso el diseño final del contenido.



Fig. 102. Sobre esta retícula se presentan las composiciones de integración.

Fig. 100-102



Fig. 103. Diseño de primer formato, entrevistas, entrada.



Fig. 104. Diseño de primer formato, entrevistas, composición, texto e imagen.



Fig. 105. Diseño de primer formato, entrevistas, sólo imagen.



Fig. 103-105

Con esta última selección se estableció parte de la composición editorial para la sección de entrevistas, el cual consta de una serie de formas triangulares que se cruzan entre sí ubicadas en los extremos y parte del centro del formato a doble página, en el extremo de lado izquierdo (página izquierda) esta considerado para la posición de la imagen representativa, mientras que en el lado derecho hay una zona blanca para la ubicación del texto (página derecha), en esta misma área pero en su esquina superior, esta designada para la colocación de imágenes secundarias (Ver Fig. 103), en casos donde sólo se presenta texto e imagen de esta sección, las esquinas de lado izquierdo y

lado derecho se encontrarán ocupadas por alguna imagen que será interceptada por unas franjas tipo triangular y posteriormente en la zona blanca se coloca la caja de texto acorde a la inclinación de las franjas de color en un ancho justificado por columnas (Ver Fig. 104); en esta misma composición se generó un diseño para lo que abarcaría sólo imágenes, respetando las franjas y la colocación de las imágenes en las esquinas tanto para la página de lado izquierdo como la del lado derecho, en cuanto a las zonas blancas estarán disponibles para una respectiva imagen, quedando así tres bases de plantillas. (Ver Fig. 105)

Fig. 106. Diseño de entrada para la sección de contexto histórico.

Fig. 107. Diseño de composición, texto e imagen para la sección de contexto histórico.

Fig. 108. Diseño de composición de imagen para la sección de contexto histórico.



Fig. 106-108

Retomando la estructura anterior se realizó una variación en cuanto a composición para la área de contexto histórico, que igual que el anterior, cuenta con 3 estilos de plantilla, la primera, que es la entrada tiene mayor peso de lado derecho, ya que en él se encuentran tanto las franjas como imágenes juntas, dejando en el lado izquierdo un espacio más limpio con una sola figura en su esquina inferior, es esta zona donde se esta planeando colocar el título, hecho a base de *lettering* (Ver Fig. 106). Cuando lleva texto e imagen su composición consta de una zona blanca más amplia donde va colocado la caja tipográfica a base de 4 columnas, mientras que en sus esquinas superiores tanto del lado derecho como el lado izquierdo cuentan con

una imagen representativa (Ver Fig. 106), el lado derecho es atravesado por una franja que llega a la parte superior izquierda, mientras que en su parte inferior se puede ver que cuenta con dos triángulos, los cuales están destinados para la colocación de los números de páginas percibiéndose un espacio más libre (Ver Fig. 107); en casos donde hay poco texto y más imágenes, por lo que su composición es similar a lo antes mencionado sólo que, cuando se presentan zonas blancas en cualquiera de las dos páginas éstas serán ocupadas por una imagen que tendrá un contorno irregular debido a la retícula base. (Ver Fig. 108)



Fig. 109-112. Diseño de composición de imágenes para la sección de áreas de diseño.

Fig. 109-112

Tomando como base la estructura anterior se realizó una variación en cuanto a composición para la sección de las áreas de diseño, esta sección sólo contendrá imágenes, pues lo que se quiere es formar un catálogo en referencia al uso del *lettering* en las diferentes áreas de diseño, por lo que, se retomaron los elementos de las formas irregulares a partir de la retícula, éstas se encuentran ubicadas en las esquinas, en los extremos, tanto derecho como izquierdo, así como también en medio de las dos páginas. En cuanto al color, se aplicaron los pantone orange 021 C y pantone green C, se volvieron a utilizar manteniendo diferentes opacidades, mientras que en el fondo se presenta con una propuesta de color más sólido y espacios en blanco. (Ver Fig. 109-112)

Para esta última etapa se elaboraron dos plantillas en las que aparecen imágenes que se encuentran ubicadas en las dos páginas, en la página izquierda podrán ir una imagen sola, mientras que en la derecha se puede poner 4 o 2 imágenes, las 2 imágenes pueden ubicarse en vertical u horizontalmente, con sus respectivos pies de imagen y como segunda opción puede aparecer la imagen completa en el lado derecho, mientras que del lado izquierdo van las dos o cuatro imágenes restantes, su fondo esta compuesto por las formas de la retícula, donde las figuras se entrecruzan y al encontrarse, los pantone orange 021 C y pantone green C en diferentes opacidades, se puede crear un contexto dinámico. (Ver Fig. 113-114)

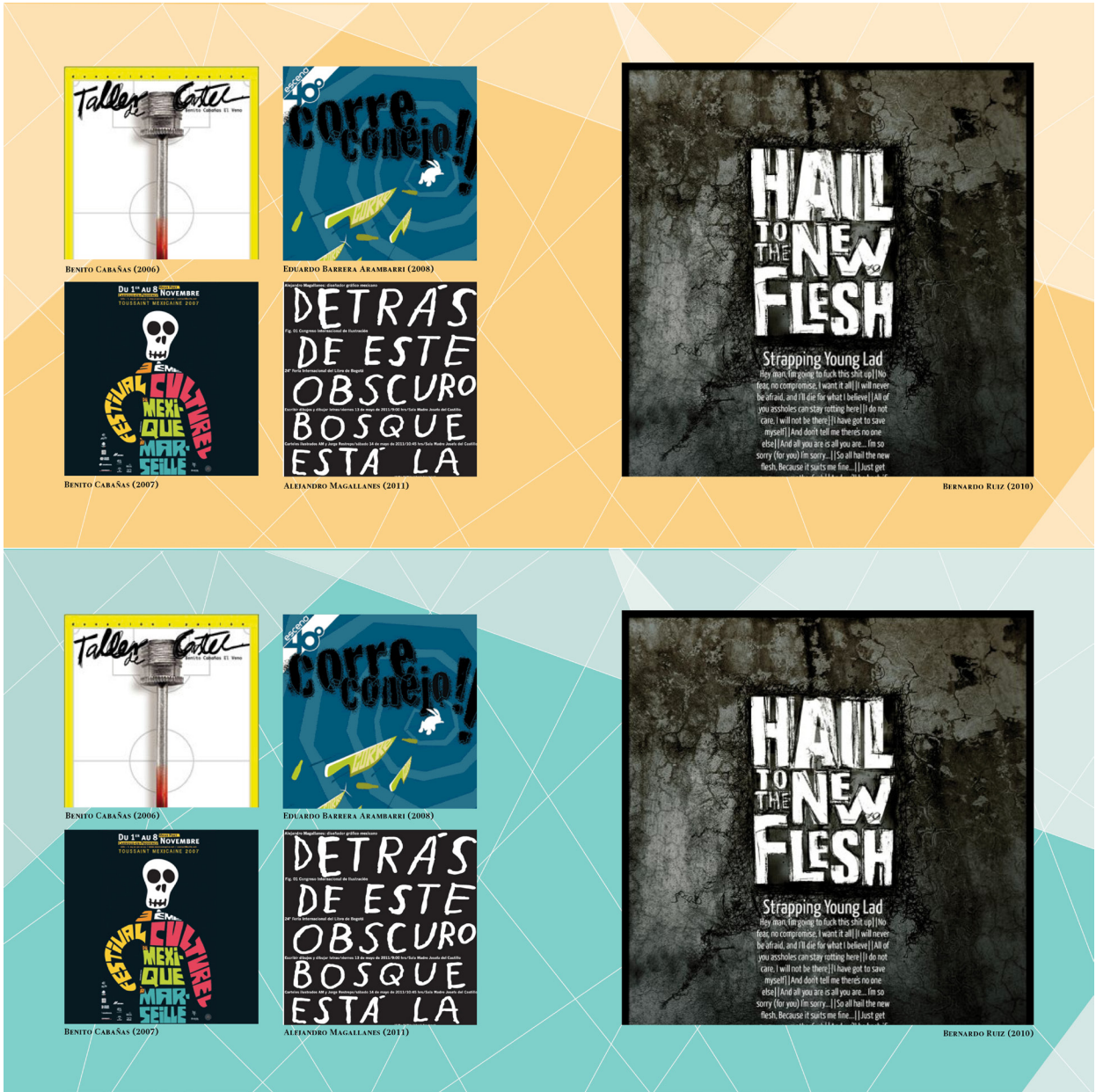


Fig. 113-114. Diseño final de composición de imágenes para la sección de áreas de diseño.

Fig. 113-114

Fig. 115. Pantone warm red C en 100, 45, 35 y 18 % de opacidad.

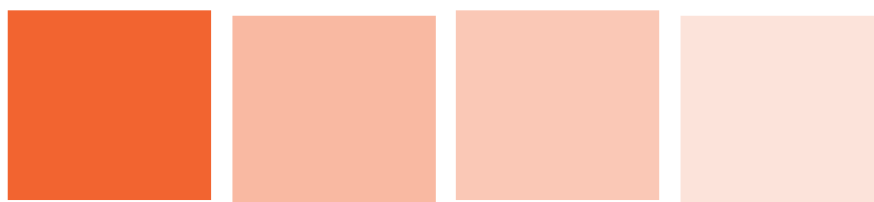


Fig. 116. Pantone orange 021 C en 100, 45, 35 y 18 % de opacidad.



Fig. 117. Pantone green C en 100, 45, 35 y 18 % de opacidad.



Fig. 115-117

En cuanto al uso del color, se maneja de manera distinta para cada sección, para la sección de entrevistas se ocupa un pantone warm red C (Ver Fig. 115) en distintas opacidades desde 18 hasta 45 % de opacidad, esto es con el fin de crear un efecto de varias tonalidades, cuando se sobreponen las franjas una tras otra, lo mismo sucede en el sección de contexto histórico sólo que en ésta se ocupan 2 pantones distintos, el Pantone Orange 021C (Ver Fig. 116) y el Pantone Green C (Ver Fig. 117) manejando una opacidad entre el 50 y 65 por ciento; se eligieron estos colores por evocar la sensación de la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo produciendo un efecto vigorizante con respecto a los colores que van del anaranjado al rojo como los pantone warm red C y pantone orange 021 C, que psicológicamente son muy recomendables para comunicar, ya que tiene una visibilidad muy alta, por lo que es útil para cap-

tar la atención, mientras que los colores que van del verde al azul como el pantone green C generan una sensación de estabilidad y resistencia, por lo que se recomienda para producir impacto, y estos colores fueron los idóneos para este proyecto.

Una vez que se estableció el diseño, se proyectó la parte experimental, en donde se pretende generar una dinámica entre el contenido y el usuario, por lo que se buscaron ideas que se adaptaran al diseño.

El desarrollo de esta parte consiste en la elaboración de mecanismos de papel que permitirán la interactividad del usuario con el contenido, para lo cual se empezó a maqueta de manera manual parte de los mecanismos de papel.

Mecanismo A: consistió en elaborar una serie de ventanas en las dos páginas, en la primera página (izquierda) tiene cuatro ventanas que al abrirse se ven las imágenes que se encuentran al fondo, su referencia está ubicada en la propia ventana, de este modo no interfiere en el mecanismo con el diseño, en la segunda página (derecha) ventana también cuenta con esta dinámica pero sólo para una ventana. (Ver Fig. 118)

Mecanismo B: tiene como función el movimiento de las imágenes, éstas se mueven de derecha a izquierda sobre las que se encuentran abajo, se mueven gracias a una lengüeta que permite su deslizamiento así como el regreso a su ubicación, este mecanismo se ubicó en la página izquierda. (Ver Fig. 119)

Mecanismo C: está dividido en dos partes, las cuales se encuentran sobre la página derecha, donde se despliega una página extra, para ésta se elaboró sobre que contendrá una serie de imágenes que podrán ser retiradas y puestas sin dificultad. (Ver Fig. 120)

Mecanismo D: su estructura consistió en la elaboración de un tipo de cascada que permite que las imágenes se vean una por una en una secuencia que va de arriba hacia abajo, con un total de 5 imágenes, ésta se colocará en la página derecha. (Ver Fig. 121)

Mecanismo E: tiene como función el deslizamiento de una imagen que se encuentra en primer plano, debajo de ésta se encuentra una segunda, esta función se da mediante el corte y dobles de la primera, que es colocada sobre una base de igual forma y pegada sólo en una parte para poder ser deslizada gracias al dobles, también tiene una lengüeta que permite el fácil deslizamiento y regreso de la imagen, ésta se encuentra ubicada en la página izquierda. (Ver Fig. 122)

Mecanismo F: éste se elaboró mediante una imagen que tiene una serie de dobleces, lo que le permite que se convierta en un pequeño rectángulo, bajo éste, se encuentra otra imagen que es visualizada antes que la otra, ya que la imagen que se encuentra en primer plano se mostrará una vez que éste se haya desdoblado, este mecanismo se encuentra en la página izquierda. (Ver Fig. 123)

El funcionamiento de los mecanismos se evaluó en la aplicación sobre el diseño para detectar los posibles errores que pudieran llegar a tener, por lo que se realizó un *dumie* a modo de prueba para verificar lo anterior. (Ver Fig. 124-129)

Ya determinado el total funcionamiento de los mecanismos de papel se aplicó al diseño final.

Fig. 118. Mecanismo A, abertura de ventanas en ambas páginas.

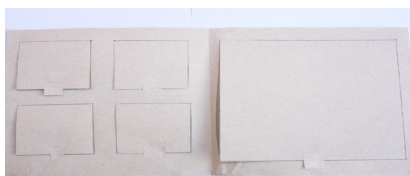


Fig. 119. Mecanismo B, deslizamiento de imágenes de derecha a izquierda, sobre las de abajo.

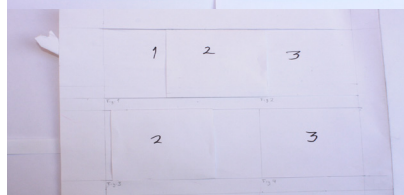
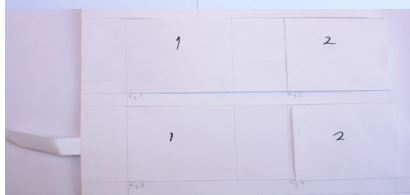


Fig. 120. Mecanismo C, despliegue de página extra que contiene imágenes.

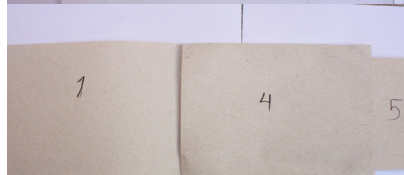
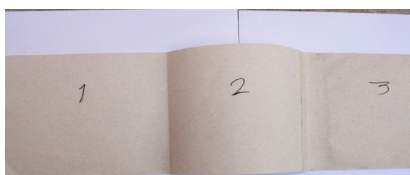


Fig. 121. Mecanismo D, despliegue en cascada de imágenes.

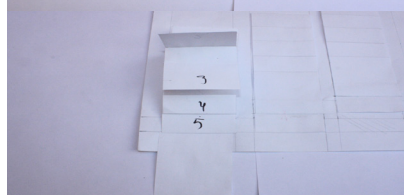


Fig. 122. Mecanismo E, deslizamiento de la primer imagen sobre la segunda.

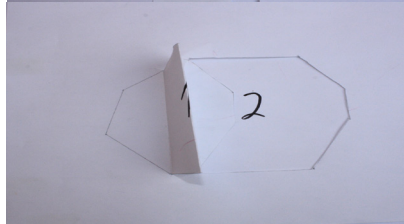
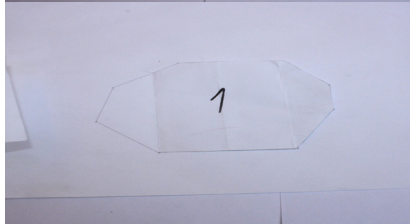


Fig. 123. Mecanismo F, despliegue de imagen doblada, sobre una segunda.

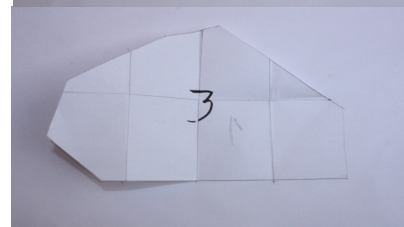
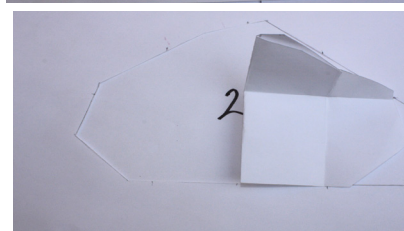
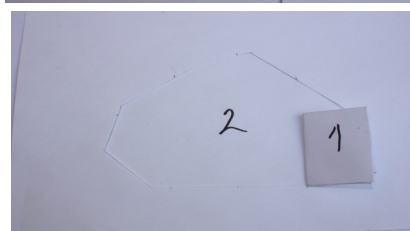


Fig.124.



Fig.125.



Fig.126.



Fig. 124-125. Aplicación del mecanismo A.

Fig. 126. Aplicación del mecanismo B.

Fig. 124-126

Fig.127.

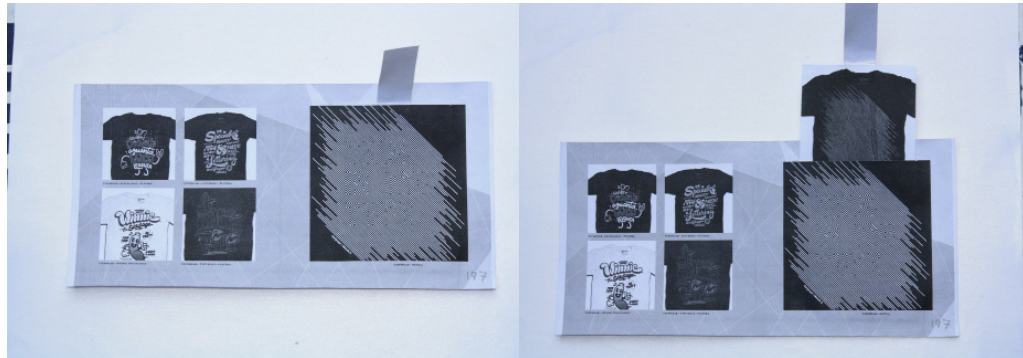


Fig.128.



Fig.129.



Fig. 127. Aplicación y adaptación del mecanismo B.

Fig. 128. Aplicación del mecanismo F.

Fig. 129. Aplicación del mecanismo E.

LECTURA DE GALERAS

Parte del proceso del diseño fue considerar los posibles problemas que se encuentran dentro de la diagramación o composición del mismo, en especial cuando se trata de texto, por lo que se recurrió a un corrector de estilos, dónde se modifican todos los errores de sintaxis sin cambiar el sentido del contenido, esto es, con el fin de facilitar la lectura y comprensión de los textos, en este mismo se establecen jerarquías en cuanto a los títulos, subtítulos etc..., que permiten identificar los diferentes contenidos.

En esta parte podemos rectificar la funcionalidad de la fuente seleccionada para el contenido es decir, si su función en la caja tipográfica que se estableció es adecuado, si el tamaño o el cuerpo de los caracteres o la interlínea así como el uso de columnas cumplen adecuadamente esta función.

LECTURA DE PLANAS

En éste, se procede a las revisión y lectura de problemas con viudas, huérfanas, callejones, etc, así como los posibles problemas sintácticos y ortográficos que se van presentando. Este proceso se ira repitiendo hasta que no haya más correcciones y hasta que por último sólo quede hacer pruebas de imprecisión para concretar la calidad y que el resultado final sea el apropiado.

LECTURA DE FINAS

Cuando se llega a este punto ya es seguro que la revisión se encuentra en la parte final de la lectura de planas, donde se da la aceptación definitiva del documento y con ello se sabe que cumple con el resultado de todo un proceso de evaluaciones y correcciones constantes en cuanto al contenido, y de este modo se empezará con el proceso de preimpresión e impresión final.

REALIZACIÓN DE ARCHIVOS DE SALIDA DE IMPRESIÓN

En este aspecto se prepara el documento para su preimpresión e impresión final, la preimpresión nos servirá para ver detalles del contenido como tipografía, imágenes, márgenes, color y en general todos y cada uno de los elementos gráficos del diseño editorial, de este modo podemos darnos cuenta de los detalles que en pantalla no se pueden percibir y así ver como sería su versión final.

Ya que se tiene todo el contenido de la compaginación del libro, de tal manera que los números impares siempre quedaran en el lado derecho mientras que los pares quedarán en el lado izquierdo, se tendrá la diagramación que permitirá visualizar la ubicación del contenido respecto a la impresión considerada en frente y vuelta.

En el documento es conveniente considerar puntos importantes que ayudarán tanto al impresor como a uno mismo, a evitar un mal trabajo y que el resultado no sea el óptimo. En primera instancia se requiere revisar el formato en el que se va a entregar, en este caso se decidió que sería en PDF, ya que es un formato común para archivos como revistas y libros, además es compatible para PC y MAC.

La resolución de salida es de 275 dpi, considerando que va ser para impresión digital, por lo que se mantuvieron los colores en CMYK y pantones, tanto para fondos como colores directos. Se comprobó que no hubiera problemas con la tipografías y que las imágenes se incrustaran, por último se verificó que aparecieran las líneas de corte para que las zonas blancas que quedan no sean afectadas al momento de refinar. En este aspecto es importante, como antes se menciona, hacer la preimpresión para poder observar todo estas consideraciones y así finalmente poder imprimir el producto final de diseño.

PRE-PRENSA

Se llevaron a cabo varias pruebas de color en diversas imprentas para ver cuál era la que presentaba mejor calidad, en base a esto se eligió el sitio más adecuado para llevar a cabo el proceso de producción.

IMPRESIÓN

Se acudió al centro de impresión seleccionado previamente para imprimir el libro experimental final por medio del sistema offset, una vez finalizado este proceso se aplicaron los acabados (empastado, dobléz, suaje) que al principio contendría la publicación.

Para general la propuesta gráfica final del libro experimental, se necesito de un recurso de \$650.00 donde se incluyen los costos de papel, impresión y acabados.

5.0

Conclusión



En el área de la tipografía no es tan frecuente la experimentación, que permita generar nuevas respuestas creativas y funcionales.

En México la escasez de información teórica acerca del *lettering* tiene como consecuencia el mínimo desarrollo de la práctica de éste, ya que la falta de conocimiento por parte de los diseñadores gráficos reduce la explotación de este recurso gráfico. Esto se debe a la falta de enseñanza en el nivel formativo sobre las áreas de tipografía y caligrafía, pues no se les da importancia, como en otros países, donde el uso del *lettering* genera una mayor aceptación debido a la constante actualización de temas tanto tipográfico como caligráfico, lo que impulsa su desarrollo, generando una aceptación favorable por parte del usuario e impactándolo visualmente para crear la diferencia en la composición con tipografías ya establecidas.

La elaboración de un libro experimental enriqueció a los autores con una gama de trabajos que le serán inspiración para la realización de otros proyectos siempre y cuando se reproduzca ya que cuenta con los recursos y materiales necesarios para ser aceptado, y de interés para los diseñadores, tipógrafos y rotulistas.

Otra circunstancia importante al abordar el tema fue que la destreza para poder realizar un buen *lettering* no se adquiere en el momento, se necesita indagar sobre el tema y sobre todo tener el compromiso de practicarlo para que éste tenga un mayor impacto y cumpla con la función que se le haya otorgado.

Al identificar y descubrir las técnicas y representantes del *lettering* en el ámbito del diseño; se logró determinar la infinidad de herramientas y materiales útiles para poder desarrollar un buen trazo y apesar de la dificultad que se encontró durante el desarrollo de la investigación, fue la falta de información que existe sobre el tema en el área del diseño tipográfico, ya que la letra sólo se limita a ser un elemento complementario en el diseño y no como un recurso expresivo. El *lettering* le otorga esa expresividad a la letra, el hecho de tener ornamentaciones, florituras, etc. la hace visualmente más llamativa y de este modo aporta de manera directa al mensaje que se quiere transmitir, contrario a si se presentara una tipografía comercial.

El desarrollo de la tesis permitió ampliar el panorama con respecto al diseño tipográfico, y conocer que el *lettering* es un recurso que nos permite tener nuevas alternativas para generar ideas creativas, así como poner en práctica el conocimiento de la elaboración y trazo de las letras a lo largo del desarrollo de la tesis, asistiendo a diferentes talleres y conferencias, lo que enriqueció el conocimiento acerca de este tema.

Por otra parte el panorama para la elaboración de los proyectos en el ámbito profesional enriqueció el portafolio personal; además de ampliar el contacto con diversos tipógrafos, generando con ello una nueva visión y opinión hacia nuestro quehacer gráfico.

6.0

Glosario

ABSTRACCIÓN

Es un concepto general, opuesto al concepto de arte figurativo, que remite a lo más esencial del arte, reducido a sus aspectos cromáticos, formales y estructurales. La abstracción acentúa las formas, abstrayéndolas, alejándolas de la imitación o reproducción fiel o verosímil de lo natural (mimesis); rechaza cualquier forma de copia de cualquier modelo exterior a la conciencia del artista.

ADITIVO, VA.

Que puede o que debe añadirse.

ALIFÁTICO

Dicho de un compuesto orgánico: Cuya estructura molecular es una cadena abierta.

ART DÉCO

1. m. Estilo artístico surgido en Europa en la década de 1920 en el ámbito de las artes menores y del diseño industrial, muy influido por el modernismo y caracterizado por formas estilizadas y dinámicas y por el acoplamiento de colores muy vivos.

ART NOUVEAU

(Loc. fr.).

1. m. Movimiento surgido dentro del modernismo en arquitectura y en las artes decorativas, que se caracteriza por el uso de líneas si-

nuosas y motivos vegetales.

AMATEUR

1. adj. Aficionado a algo con cierto conocimiento de la materia de que se trata. 2. adj. aficionado (que practica sin ser profesional un arte, deporte, etc.). Actor, deportista amateur. U. t. c. s. 3. adj. Dicho de alguna actividad: Que se practica o realiza de manera no profesional. Cine amateur. Ciclismo amateur.

AMBIGRAMA

Son palabras o frases escritas o dibujadas de tal modo que admiten, al menos, dos lecturas diferentes.

ASINTÓTICA

Dicho de una curva: Que se acerca de continuo a una recta o a otra curva sin llegar nunca a encontrarla.

BÉIZER

Se generan a partir de funciones polinómicas de grado tres que permiten la representación de cualquier forma curvada y evitan la complicación innecesaria de cálculos matemáticos que se produciría usando polinomios de mayor grado.

BIDIMENSIONAL

Que tiene dos dimensiones, por ejemplo, ancho y largo, pero no profundidad. Los planos son bidimensionales, y sólo pueden contener cuerpos unidimensionales o bidimensionales..

BOCETO

Esbozo o bosquejo de rasgos generales que sirve de base al artista antes de emprender la obra definitiva.

CALIGRAFÍA

1. f. Arte de escribir con letra bella y correctamente formada, según diferentes estilos. 2. f. Conjunto de rasgos que caracterizan la escritura de una persona, de un documento, etc.

CALIGRAMA

(Del fr. *calligramme*).

1. m. Escrito, por lo general poético, en que la disposición tipográfica procura representar el contenido del poema.

CARTELISMO

Es la especialidad de las artes gráficas consistente en la realización de carteles. Cartelista es el artista con esta especialidad, cuya ubicación dentro de la clásica denominación de “pintor” es problemática.

Es habitual también la utilización de los términos franceses *affichisme* y *affichiste* (de *affiche*, “cartel” -el término “poster” se utiliza para los carteles que han perdido su inicial función publicitaria para pasar a ser esencialmente un medio de expresión artístico-).

COLLAGE

(Voz francesa).

1. m. Técnica pictórica consistente en pegar sobre lienzo o tabla materiales diversos.
2. m. Obra pictórica efectuada con este procedimiento.

CONNOTATIVO

Dicho de una palabra: Conllevar, además de su significado propio o específico, otro de tipo expresivo o apelativo.

CONSTRUCTIVISMO

(Del ruso *konstruktivizm*).

Movimiento de arte de vanguardia, interesado especialmente por la organización de los planos y la expresión del volumen utilizando materiales de la época industrial.

CUBISMO

(Del fr. *cubeisme*).

1. m. Escuela y teoría estética aplicable a las artes plásticas y del diseño, que se caracteriza por la imitación, empleo o predominio de formas geométricas; como triángulos, rectángulos, cubos y otros sólidos.

DADAÍSMO

(Del fr. *dadaïsme*).

Movimiento vanguardista literario y artístico surgido durante la Primera Guerra Mundial, caracterizado por su negación de los cánones estéticos establecidos, y que abrió camino a formas de expresión de la irracionalidad.

De STIJL

Movimiento artístico cuyo objetivo era la integración de las artes o el arte total, y se



manifestaban a través de una revista del mismo nombre que se editó hasta 1931.

ESTRIDENTISMO

Fue un movimiento artístico interdisciplinario que se inició el 31 de diciembre de 1921 en la ciudad de México dando cabida a las expresiones de la cultura popular y de masas del México de los años 1920, lo mismo que asimilan influencias de otras vanguardias como el futurismo, el cubismo y el dadaísmo. Su eclecticismo los llevó a procurar una simbiosis original entre todas las tendencias de la vanguardia, además de desarrollar una dimensión actualista y social, derivada de la Revolución mexicana.

EXPRESIONISMO

1. m. Escuela y tendencia estética que, reaccionando contra el impresionismo, propugna la intensidad de la expresión sincera aún a costa del equilibrio formal.

EVÓNIMO

(Del lat. *evonymus*).

1. m. bonetero (arbusto).

Arbusto de la familia de las Celastráceas, de tres a cuatro metros de altura, derecho, ramoso, con hojas opuestas, aovadas, dentadas y de pecíolo muy corto, flores pequeñas y blanquecinas, y por frutos cápsulas rojizas con tres o cuatro lóbulos obtusos.

FIGURATIVO, VA.

(Del lat. *figurativus*).

1. adj. Que es representación o figura de otra cosa.

2. adj. Dicho del arte o de un artista: Que representa cosas reales, en oposición al arte y artistas abstractos.

FOTOCOMPOSICIÓN

Sistema de composición que proyecta sobre una película fotosensible los caracteres gráficos.

FOTOTIPOGRAFÍA

(De foto- y tipografía). Arte de obtener y estampar clisés tipográficos obtenidos por medio de la fotografía.

FUTURISMO

Movimiento impulsado al comienzo del siglo XX por el poeta italiano Marinetti, que trataba de adaptar el arte al dinamismo de los avances de la técnica.

GRÁFICOS VECTORIALES

Se refiere al uso de fórmulas geométricas para representar imágenes por software y hardware. Esto significa que los gráficos vectoriales son creados con primitivas geométricas como puntos, líneas, curvas o polígonos.

LEGIBILIDAD.

1. f. Cualidad de lo que es legible. Que se puede leer.

MAPAS DE BITS

Consiste en una estructura de forma rectangular formada por píxeles o puntos de color, y que puede visualizarse en un monitor, en un papel, o en cualquier otro dispositivo que permita la representación de imágenes.

NADERIA

(De nada y -ería²).

1. f. tontería (cosa de poca entidad o importancia).

ORLA

(Del lat. *orla, dim. de ora, borde).

Adorno que se dibuja, pinta, graba o imprime en las orillas de una hoja de papel, vitela o pergamino, en torno de lo escrito o impreso, o rodeando un retrato, viñeta, cifra, etc.

PIGMENTO

(Del lat. pigmentum).

1. m. Materia colorante que se usa en la pintura.

2. m. Biol. Sustancia colorante que, disuelta o en forma de gránulos, se encuentra en el citoplasma de muchas células vegetales y animales.

PROLÍFICO

(Del lat. proles, -is, prole, y fico).

1. adj. Que tiene virtud de engendrar.

2. adj. Dicho de un escritor, de un artista, etc.

ROTULISMO

(Del lat. rotulus).

1. m. Título de un escrito o de una parte suya. 2. m. Letrero o inscripción con que se indica o da a conocer el contenido, objeto o destino de algo, o la dirección a que se envía. 3. m. Letrero con que se da a conocer el contenido de otras cosas. 4. m. Cartel que se fija en los cantones y otras partes públicas para dar noticia o aviso de algo. 5. m. Despacho que libra la curia romana en vista de las informaciones hechas por el ordinario, acerca de las virtudes de una

persona, para que se haga la misma información en nombre del Papa, antes de proceder a la beatificación.

SUPREMATISMO

El suprematismo fue un movimiento artístico enfocado en formas circulares fundamentales (en particular, el cuadrado y el círculo), que se formó en Francia en 1915-1916. Fue fundado por Kazimir Malévich.¹ Surgió en Rusia paralela al Constructivismo (alrededor de 1915). Se inició con las ideas del pintor, quien promovía la abstracción geométrica y el arte abstracto, en búsqueda de la supremacía de la nada y la representación del universo sin objetos.

SUSTRACTIVO, VA.

1. adj. Mat. Dicho de un término de un polinomio: Que va precedido del signo menos.

TIPOGRAFÍA

La tipografía (del griego *típos*, golpe o huella, y *gráfo*, escribir) es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión.

TIPO

(Del lat. typus)

Pieza de la imprenta y de la máquina de escribir en que está de realce una letra u otro signo.

TOLUENO

1. m. Quím. Líquido derivado del benceno, que se emplea como disolvente en la industria química y, principalmente, en la fabricación de trinitrotolueno.

TONALIDAD

(De tono).

1. f. Sistema de colores y tonos.

XILENO

El xileno, xilolo dimetilbenceno, $C_6H_4(CH_3)_2$ es un derivado dimetilado del Benceno.

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, 22a edición, Madrid, España, 2001.



7.0

Referencias Bibliográficas

- Marchán, S., Del arte objetual al arte de concepto. Epílogo sobre la sensibilidad “postmoderna”, Ed. Akal, Madrid, 1990
- Revista mexicanísimo N° 42 100 años de Cantinflas (artículo: el diseño gráfico como manifestación artística)
- Gómez de Orozco, Federico, La Tipografía Colonial Mexicana, Ed Ediciones de la Universidad Nacional, México
- Blanchard, Gerard. 1990, Enciclopedia de Diseño, 2a edición, España, p. 294
- Cheng, Karen. 2006, Diseñar tipografía. Gustavo Gili. Barcelona.
- Diccionario de la Real Academia Española. 2011, 22ª edición, Madrid, España.
- Diseño y tipografía que forjaron patria, en México ilustrado. 2010, Libros, revistas y carteles, 1920-1950, Valencia, (MuVIM).
- Gamonal, Roberto. 2005, Una aproximación a la retórica tipográfica. Ícono 14, N° 5, Revista de comunicación y nuevas tecnologías, Madrid.
- Lewis Blackwell. 2004, Tipografía del siglo XX, Barcelona Editorial Gustavo Gili, S.A.
- López, Mauricio. 2004, Ensayos sobre diseño, tipografía y lenguaje. Encuadre. México, pp. 65-84.
- Ong, Walter. 1996, Oralidad y escritura. Fondo de Cultura Económica. México.
- Rosell I. Miralles, Eugeni. 1994, Decorative Typography, México, Ed. G. Gilli.
- Sesma, Manuel. 2004, Tipografismo, Barcelona, Ed. Paidós.
- Stanley Morison. 1929, Principios fundamentales de la tipografía.
- Tschichold, Jan. 2006, La nueva tipografía. Campgrafic. Valencia.
- Wojciechowski, Gustavo. 2005, Tipografía, poemas & polacos. Editorial Argonauta. Buenos Aires.
- Morgan, Margaret, 2007, La Biblia de las letras iluminadas, España, ed HBlume



La letra, Gérard Blanchard, 1968,-1990, Barcelona España, CEAC
Historia del diseño gráfico, México, 1991-2002, Philip B. Meggs, Editorial Trillas

Carter, Rob, Diseñando con tipografía 3 : color y tipografía México 1999

Marion March, Tipografía creativa versión castellana de Emili Olcina y Aya.
BarcelonaG. Gili, 1994.

Maggie Gordon, Eugenie Dodd, Tipografía decorativa, traducción Eugeni Rosell y Miralles, México, G. Gili, 1994.

Matt Woolman, Tipografía en movimiento, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2005

Adrian Frutiger, En torno a la tipografía ; versión castellana de Anne-Hélène Suárez Girard Barcelona, Gustavo Gili, 2002

John Lewis, Principios básicos de tipografía, México, Trillas,1974

Phil Baines, Andrew Haslam, función, forma y diseño, versión castellana de Carlos Sáenz de Valécourt y Mela Davila, México G. Gili, 2005.

8.0

Referencias Electrónicas

Grandes tipos: Josep Patau, Recuperado <http://www.unostiposduros.com/grandes-tipos-josep-patau/>. 10 de mayo 2012

La tipografía en México
<http://isopixel.net/archivo/2004/09/la-tipografia-en-mexico/>

La tipografía como imagen
http://blogsdelagente.com/dise-no/2008/04/10/la-tipografia-como-imagen-a-manfredini-a-ppopiole/?doing_wp_cron

Los tipos de la Calle, Hernán Ibañez,
<http://www.unostiposduros.com/los-tipos-de-la-calle/>

Del culto a las letras, José María Ribagorda,
<http://www.monografica.org/04/Art%C3%ADculo/5771>, junio 2012

<http://www.zonezero.com/exposiciones/fo-tografos/soto/acotacion.html>.

http://www.ugr.es/~pwlac/G24_46MartinM_Checa-MPilar_Castro.html. 2008

<http://luc.devroye.org/fonts-45924.html>.

Esta semana en Fuentes
<http://ilovetypography.com/>

Que es poesía visual
<http://www.poesiavisual.com/ar/%C2%BFque-es/>

Diseño tipográfico
http://estudio-ch.com/tipo_home.php

Artículos
<http://www.circulodetipografos.org/ct/mesa.html>. 2008

Artículos
<http://www.tiypo.com/indexiypo.html>

Noticias
<http://www.typophile.com/news>

Letras Artesanais Urbanas
<http://tipografiaartesanal.blogspot.mx/>

Raúl Plancarte, tipografo mexicano
<http://despachocreativo.com/inspiracion/raul-plancarte-tipografo-mexicano/>

Raúl Plancarte [tipografía]
<http://complotmagazine.blogspot.mx/2011/09/raul-plancarte-tipografia.html>



tipografía

<http://www.neopixel.com.mx/articulos-neopixel/articulos-diseno-grafico/267-tipografia-resena-05-alejandra.html>

El diseñador

<http://talaveratype.com/eldisenador/>
Agony & Ecstasy, seleccionadas en TL 2012
http://circulodetipografos.org/wp_ns/agony-ecstasy-seleccionadas-en-tl-2012/

Futurismo

<http://www.artehistoria.jcyl.es/genios/estilos/53.htm>

El espacio del juego constructivista y el espacio de la vida

<http://www.tipografica.com/62/?id=5>

Movimientos

<http://www.ciber-arte.com/movimientos/provera.htm>

Cuando la letra puede cambiar el mundo. Futurismo, Dadá y tipos

<http://www.monografica.org/02/Art%C3%ADculo/3201> 2012

Grandes maestros de la tipografía:

Jan Tschichold

<http://www.unostiposduros.com/grandes-maestros-de-la-tipografia-jan-tschichold/> 6 de diciembre del 2002

Artículos varios Lettering

<http://www.unostiposduros.com/page/2/?s=lettering&x=0&y=0>

letras con buen humor, Andreu Balius,

<http://www.monografica.org/03>

Opini%C3%B3n/5142 Abril 2012

El trazo de los pinceles: el dibujo de la letra en el diseño gráfico mexicano de la primera mitad del siglo XX, Marina Garone Gravier Junio de 2012

<http://www.monografica.org/04/Art%C3%ADculo/6324>

Las nuevas tecnologías en el tratamiento de los textos (Los neotipógrafos), José Martínez De Sousa, Junio 1998,

<http://www.uv.es/~barrueco/reb/esp/vol-1no1/vol1no1d.html>

Referencia tipográfica: ¿Tipo... qué?, <http://www.neopixel.com.mx/articulos-neopixel/articulos-diseno-grafico/297-referencia-tipografica-articulo-armando-picruz.html> julio 2009

9.0

Referencias Iconográficas

Capítulo I

1. Martínez Meave, Gabriel. (2012). Nulla dies sine linea. Recuperado de www.meave.org
2. Libro de Duroow, inicial del Evangelio de San Marcos, 680d.C. Recuperado de <http://en.wikipedia.org/wiki/File:BookOfDuroowBginMarkGospel.jpg>
3. Libro de Kells, página inicial Chi-Rho, 795-806 d.C. Recuperado de http://www.artecreha.com/El_Arte_y_su_mundo/el-objeto-mas-precioso-de-occidente.html
4. Letter of indulgence, Gutenberg, 1454. Recuperado de <http://www.studyblue.com/notes/note/n/art-313-exam-1/deck/1960305>
5. Página de la Operina de imparare di scrivere lettera cancellaresca, Lodovico Arrighi, 1522. Recuperado de <http://www.poisonallore.org/web/lezioni/07/0717.htm>
6. Cartel de exposición industrial de Cincinnati, 1833. Recuperado de <http://www.zazzle.com/vintage+exposition+regalos?lang=es>
7. Título de la página de Iglesias Citadinas, Arthur H. Mackmurdo, 1883. Recuperado de <http://ayyojennyc3.blogspot.mx/2012/09/post-one.html>
8. Baile en el Moulin Rouge, 1889. Recuperado de <http://graphia.wordpress.com/tag/carteles/>
9. Cartel para Jane Avril, Henri de Toulouse-Lautrec, 1893. Recuperado de <http://graphia.wordpress.com/tag/carteles/>
10. Poema de Guillaume Apollinaire. Philip B. Meggs, (1991). Historia del diseño Gráfico. México: Trillas Recuperado de <http://empañadediseno.files.wordpress.com/2008/10/apollinaire2.jpg>
11. Filippo Marinetti “montañas + valles + calles” 1915. Ibidem. Recuperado de <http://peaceandwarpoetics.wikispaces.com/Words-in-Freedom>
12. Filippo Marinetti “un encuentro tumultuoso” 1919. Ibidem. Recuperado de <http://soretrodesign.blogspot.mx/2012/11/1920s-futurismo-elements.html>
13. Kurt Schwitters “Las marchas espantajo” 1922. Ibidem. Recuperado de <http://groups.wordasimage/photos/item/unknown-by-kurt-schwitters-and-kathe-steinitz>
14. Tristan Tzara, Portada del periódico dadaísta “El corazón Barbado” 1922. Ibidem. Recuperado de <http://www.josepsegarra.com/blog/la-deconstruccion-compositiva/>
15. El Lissitzky “Página de la voz de Maiakovski” 1923. Ibidem. Recuperado de <http://gatopistola.blogspot.mx/2011/02/e-lissitzky-vii.html>



16. El Lissitzky “golpe a los blancos con la cuña roja”1919. Ibidem. Recuperado de <http://salonesarte.es/tecnicas/constructivismo-romper-las-reglas-2>
17. Vimos Huszar y Van doesburg “Portada De Stijil” 1917. Ibidem. Recuperado de <http://www.flickr.com/photos/20745656@N00/467162286/>
18. Van doesburg “Cartel para exposición” 1920. Ibidem. Recuperado de <http://www.designishistory.com/1920/theo-van-doesberg/>
19. Joost Schmidt “cartel para la exposición de la Bauhaus”1923. Ibidem. Recuperado de <http://espacio-blanco.com/2011/11/icono-la-bauhaus-y-la-tipografia/>
20. Laszlo Moholy-Nagy “portada del folleto Libro Bauhaus” 1928. Ibidem. Recuperado de <http://www.arquine.com/blog/bauhaus-art-as-life/18-bauhaus-laszlo-moholy-nagy-barbican/>
21. Jan Tschichold “cartel de exhibicion para un editor” 1924. Ibidem. Recuperado de <http://www.unostiposduros.com/grandes-maestros-de-la-tipografia-jan-tschichold/>
22. A.M Cassandre “cartel de un ferrocarril” 1927. Ibidem. Recuperado de <http://ilustracioneditorialypublicitaria.blogspot.mx/2012/06/161-cassandre.html>
23. A.M Cassandre “L’Intransigeant” 1925. Ibidem. Recuperado de <http://www.brainpickings.org/index.php/2013/01/24/cassandre/>
24. Pau Rand “portada de la revista Direction” 1940. Ibidem. Recuperado de <http://www.flickr.com/photos/20745656@N00/2301651374/>
25. Gene Federico “woman’s day” 1953. Ibidem. Recuperado de http://huakom.blogspot.mx/2010_12_01_archive.html
26. Herb Lubalin y Bert Stern “página de Eros”1962. Ibidem. Recuperado de <http://pedromarquesdg.wordpress.com/tag/herb-lubalin/>
27. Herb Lubalin y Bert Stern “página de Eros”1962. Ibidem. Recuperado de Ibidem.
28. Herb Lubalin “portada para U&lc”1974. Ibidem. Recuperado de <http://www.rockpaperink.com/content/article.php?id=61>
29. Paul Rand “logotipo de a IBM” 1956. Ibidem. Recuperado de <http://icantbelievethisnewasntakenalready.blogspot.mx/2011/11/international-style-swiss-style.html>
30. Herb Lubalin y Helmut Krone “ The fox audi” 1970. Blackwell, Lewis, (09/2004). Tipografía del siglo XX. México: Gustavo Gili. Recuperado de <http://www.fine-grains.com/theinspiration/2011/03/page/2/>
31. Gert Dumbar “nina”. Ibidem. Recuperado de <http://www.affichemuseum.nl/images/402a20601319anina.jpg>
32. Fragmento de la Doctrina Breve de Fray Juan de Zumárraga. Recuperado de <http://www.adabi.org.mx/content/servicios/libro/articulos/images/frayJuan7.jpg>
33. Exvotos mexicanos. Recuperado de <http://artesdemexico.com/adm/09/images/uploads/exvotos-cont.jpg>
34. Exvotos. Recuperado de http://eleconomista.com.mx/files/imagecache/nota_completa/EXVOTO-DE-JOSE-CRIS%C3%93STOMO.jpg
35. Troconi Giovanni. (2010). Diseño gráfico en México, 100 años. México: Artes de México y del Mundo
36. Ibidem
37. Ibidem
38. Ibidem
39. Ibidem

40. Ibidem
41. Ibidem
42. Ibidem
43. Ibidem
44. Ibidem
45. Ibidem
46. Ibidem
47. Ibidem
48. Ibidem
49. Ibidem
50. Ibidem
51. Ibidem
52. Ibidem
53. Ibidem
54. Ibidem
55. Ibidem
56. Ibidem
57. Ibidem
58. Ibidem
59. Ibidem
60. Ibidem
61. Fotografía de Gabriel Martínez Meave
62. Martínez Meave, Gabriel. (2010). Cartel para Darfur. Recuperado de www.meave.org
63. Martínez Meave, Gabriel. Fuente tipográfica Lagarto . Recuperado de www.meave.org
64. Martínez Meave, Gabriel. (2012). VIVA MÉXICO VIVA! ! AVIV OCIXÉM AVIV!. Recuperado de www.meave.org
65. Fotografía de José Luis Coyotl Mixcoatl. Recuperado de www.posterpage.ch
66. Coyotl Mixcoatl, José Luis. Poster incendio. Recuperado de www.posterpage.ch
67. Fotografía de Cristóbal Henestrosa. Recuperado de www.grupohorma.com
68. Henestrosa, Cristóbal. Familia Tipográfica Guacarrock. Recuperado de www.estudio-ch.com
69. Henestrosa, Cristóbal. Familia Tipográfica Fondo. Recuperado de www.estudio-ch.com
70. Fotografía de José Miguel Reyes Cabrera. Recuperado de www.tiposlatinos.com
71. Reyes Cabrera, José Miguel. Familia tipográfica Sancho. Recuperado de www.tiposlatinos.com
72. Reyes Cabrera, José Miguel. Familia tipográfica Plastilina. Recuperado de Catálogo de la expo Tipos Latinos 2010 producido por la sede Argentina. Situado el la pagina www.tiposlatinos.com
73. Raúl Plancarte, tipógrafo y diseñador gráfico mexicano. Recuperado de www.tiposlatinos.com
74. Raúl Plancarta “Familia tipográfica Tauran”, 2006. Recuperado de www.luc.devroye.org
75. Raúl Plancarta “Familia tipográfica Sedna”, 2009. Recuperado de www.tiposlatinos.com
76. Raúl Plancarte “Tipografía” logotipo, 2006. Recuperado de <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150600970359027.483610.542679026&type=3>
77. Raúl Plancarte “Tiru Movement” logotipo. Recuperado de <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150600970359027.483610.542679026&type=3>
78. Raúl Plancarte “Escobas” logotipo. Recuperado de <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150600970359027.483610.542679026&type=3>
79. Raúl Plancarte “Carnaval de Chetumal” logotipo. 2008. Recuperado de <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150156057839027.357595.542679026&type=3>
80. Raúl Plancarte “Universiada Regional Campeche” logotipo. 2011. Recuperado de <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150>

156057839027.357595.542679026&type=3
81. Fotografía de Jesús Barrientos tomada por el autor.
82. Jesús Barrientos fuente “Agony”, 2012. Recuperado de www.myfonts.com.
83. Jesús Barrientos fuente “Ecstasy”2012. Ibidem
84. Jesús Barrientos fuente: Vecchia, Ibidem
85. Jesús Barrientos fuente: Signorina, Ibidem
86. Jesús Barrientos fuente: Ochenteros Ibidem
87. Jesús Barrientos fuente: Escuadra. Ibidem

Capítulo II

1. Publicidad por la jack daniel’s. Recuperado de <http://rocker.mx/?p=1724>
2. Publicidad por la campaña interactiva para promover Rexona, 2012. Recuperado de <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2010/06/30/ideas-con-alma-digital>
3. CESAR NANDEZ, CocaCola en el bicentenario. Recuperado de <http://foroalfa.org/articulos/cocacola-en-el-bicentenario>
4. Propaganda en pared, 2012. Foto de autor
5. Cartel de luchadores mexicanos, 2008. Recuperado de <http://blogvecindad.com/lucha-libre-en-londres/>
6. Cartel de concierto de tríos, 2012. Foto de autor
7. Carter “vocación en tu barrio”2012. Foto de autor
8. Stencil “el calvario” 2012. Foto de autor
9. Logos de los grupos sonideros en Puebla. Recuperado de www.elsaborsonidero.mex.tl
10. Romain Greco Publívoros. Imagen de la gira 2012. Recuperado de <http://www.alterexa.com/2012/08/publivosos-2012-revelacion-de-la-imagen-en-exclusiva/>
11. Revista Ene o, México. Contenido editorial. Recuperado de http://eneo.com.mx/?page_id=133
12. Ibidem

13. Ibidem
14. Ibidem
15. Muro de comentarios. Exposición de catrinas, “Tributo a Carlos Fuentes” 2012. Fotos de autor
16. Menú a mano del “Café los Milagros” 2012. Fotos de autor
17. “Graffiti”, 2012.. Expresión manual de la letra. Fotos de autor x4
18. Ibidem
19. Ibidem
20. Ibidem
21. logo “blizz”bar. 2012. Fotos de autor
22. Portada de una serie de colecciones: Essentials de Penguin Great Ideas. Recuperado de www.nfgraphics.com
23. logo la Gula, Restaurante, 2012. Fotos de autor
24. Vocación a tu barrio, 2012. Fotos de autor
25. Logos de los grupos sonideros en Puebla. Recuperado de www.elsaborsonidero.mex.tl
26. Color, variedad tonal. Recuperado de www.solargento.blogspot.mx
27. Puesto de revista y de periódicos, 2012. Fotos de autor
28. Cartel para el primer encuentro Veta 2012. Recuperado de www.grupohorma.com
29. Collage de ilustraciones, 2012. Fotos del autor.
30. Ibidem
31. Puesto de periódicos, 2012. Fotos de autor
32. Tablada, Juan José. (1920).Li-Po y otros poemas. Recuperado de www.gerrypinturavisual.blogspot.mx
33. Tablada, Juan José. (1919). Impresión de la Habana. Recuperado de www.gerrypinturavisual.blogspot.mx
34. Monograma IHS. Recuperado de www.gafportaceli.blogspot.es

35. Un centavo mexicano de 1936. Recuperado de www.monedasdemexicoymundo.blogspot.mx
36. Buitrón de la Torre, Marcela E. (2009). La Letra. Fundamentos de tipografía. Recuperado de www.pt.scribd.com
37. Identidad del Perot museum. Recuperado de www.brandemia.org
38. Messeguer, Laura. Tipografía Rumba. Recuperado de www.razonespiral.blogspot.mx
39. Tipografía de Paraguay. Recuperado de www.forma.com.py
40. Plumilla para caligrafía. Recuperado de http://mundo52.com/files/imagecache/nota_completa/Pok_0.jpg
41. Cálamo. Recuperado de http://3.bp.blogspot.com/_TY6.jpg
42. Pluma de ave. Recuperado de <http://silose.com/img/silose/2008/01/poets-feather-quill-pen.jpg>
43. Plumillas Speedball Estilos: A, B, C, 512, 513. Recuperado de <http://www.vostokshop.eu/wp-content/up/plumillas3.jpg>
44. Plumilla puntiaguda. Recuperado de <http://blog.visual.ly/wp-content/uploads/2012/05/works-invisible-xl.jpg?547b7b>
45. Plumillas metálicas. Recuperado de http://www.greatart.co.uk/ressources/images/GBen/3/30327_500.jpg
46. Ibidem
47. cyperus. Recuperado de http://farm2.static.flickr.com/1347/536494009_5eead820d2.jpg
48. Papiro. Recuperado de http://webfacil.tinet.org/usuarios/tarracom/Portada_Papiros_20120124140903.jpg
49. Pergamino. Recuperado de <http://us.123rf.com/400wm/400/400/webking/webking0710/webking071000097/1976506-foto-de-pergamino-enrollado--pergaminos.jpg>
50. Ibidem
51. Plumas metálicas. Recuperado de www.ehowenespanol.com/DM-Resize/photos.demandstudios.com/getty/article
52. Lápiz de grafito. Recuperado de www.misgafasdepasta.com/wp-content/uploads/2012/10/leandro-lettering-04-480x372.jpg
53. Senna, Leandro. Recuperado de <http://www.leandro.senna.com/72810/766869/work/bob-dylans-hand-lettering-experience>.
54. Ibidem
55. Ibidem
56. Imagen lápices Rembrandt. Recuperado de <http://www.google.com.mx/imgres?q=pincel+rembrandt&num=>
57. Técnica con lápices de colores. Recuperado de http://ptb.anamontiel.com/PTB/img/AnaMontiel-TheKidsAreAllRight-RollingStoneItalia_02.jpg
58. Pincel de pelo de martha. Recuperado de http://www.cookingideas.es/imagenes/Salt_crab_s.jpg?9d7bd4
59. Pincel de cerda sintética. Recuperado de http://www.cookingideas.es/imagenes/Salt_crab_s.jpg?9d7bd4
60. Martínez Meave, Gabriel. Recuperado de <http://eneo.com.mx/?p=681>
61. Body paint. Recuperado de <http://lagrafia.blogspot.mx/2008/02/caligrafia-na-pele.html>
62. Hrvoje, Dominko. (2012). Letras a mano Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Letterbox/3106329>
63. Martínez Meave, Gabriel. Piel caligrafía. Recuperado de <http://www.meave.org/81614/724643/selected-projects/skin-calligraphy>
64. Ibidem

65. Ibidem
66. Ibidem
67. Dizza Filin, Denis. (2010). Octo. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Octo/461141>
68. Romuald Klodecki, Adán 'Theosone'. Trabajo de caligrafía. Recuperado de <http://theosone.blogspot.mx/>
69. Lim, Geraldine. Letra G. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Typography-Letter-G/419257>
70. Pasteles. Recuperado de <http://artnaturaleza.files.wordpress.com/2010/09/pastels-fullsetbw.jpg>
71. Tanamachi, Dana. Trabajos de lettering con tiza. Recuperado de http://www.cookingideas.es/imagenes/pizarra_.jpg?9d7bd4
72. Watson, Claire. lettering con tiza. Recuperado de <http://www.cookingideas.es/imagenes/01-05-2012-1-14-12.jpg?9d7bd4>
73. Martínez Meave, Gabriel. Obras caligráficas. Recuperado de <http://www.meave.org/81614/735021/selected-projects/assorted-calligraphic-works>
74. Lettering hecho con tizas. Recuperado de <http://www.cookingideas.es/imagenes/01-05-2012-6-05-01.jpg?9d7bd4>
75. Pizarra con lettering a base de tizas. Recuperado de http://www.cookingideas.es/imagenes/Salt_Seahorse_s.jpg?9d7bd4
76. Pizarra de SAlty'. Recuperado de http://www.cookingideas.es/imagenes/Salt_crab_s.jpg?9d7bd4
77. Cordero Vega, Silvia. (2012). Alfabetos dibujados. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/ALFABETOS-DIBUJADOS-DRAWN-ALPHABETS/4043557>
78. Varsky, Laura. Magia Trágica. Recuperado de <http://www.lauravarsky.com.ar/>
79. Teagan, Blanca. (2010). Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Everything-Is-A-Cycle/792307>
80. Ibidem
81. Imagen plastilina. Recuperado de http://es.123rf.com/photo_9158692_barras-de-color-de-plastilina-aislados-en-blanco.html
82. Batt, Jenny. (2012). Letras hechas con plastilina. Recuperado de www.hellobee.com
83. Kohn, Clara. Letra experimental con plastilina. Recuperado de www.clarakohn.com
84. Koncar, Vladimir. Ejemplos de letras hechas con hojas y pasas. Recuperado de www.behance.net
85. Ibidem
86. Gamadeco Blog. Letras hechas con estambres. Recuperado de www.gamadeco.es
87. Ejemplo de letras hechas con cartón y estambre. Recuperado de www.manualidades.facilisimo.com
88. House42. (2010). Budino. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Budino-Typeface/548203>
89. Ibidem
90. Ibidem
91. House42. (2010). Budino. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Budino-Typeface/548203>
92. Ibidem
93. Ejemplo de letras hechas con cartón y estambre. Recuperado de www.manualidades.facilisimo.com
94. Ibidem
95. Boceto, imagen escaneada. Recuperado de <http://waktattoos.com/id45367/tattoo-script-let>

- tering-1-by-12kathylees12-1600x1236-pixel.html
96. “Nodos” 2012 Gráfica de autor
97. Punto de control o controladores que se pueden acoplar a la curvatura de la forma. Gráfica de autor
98. Aranzazu Santana. 2012. Recuperado de http://xombit.com/2012/09/disenotipografico-quien-dijo-que-letras-eran-aburridas/grupo_diseno_tipografico7
99. Aranzazu Santana 2012. Recuperado de <http://xombit.com/2012/09/disenotipografico-quien-dijo-que-letras-eran-aburridas>
100. Aranzazu Santana 2012. Recuperado de http://xombit.com/2012/09/disenotipografico-quien-dijo-que-letras-eran-aburridas/grupo_diseno_tipografico3
101. Ibidem
102. Aranzazu Santana 2012. Recuperado de http://xombit.com/2012/09/disenotipografico-quien-dijo-que-letras-eran-aburridas/tipografia_ornamental
103. Coordenada X, Y y Z, donde la coordenada Z indica el volumen y dimensión de la figura. Recuperado de http://sq.wikipedia.org/wiki/Skeda:3D_Cartesian_coordinates.PNG
104. Figura que en su conjunto o en su superposición generará un cierto volumen. Recuperado de <http://clipdepelicula.com/crear-texto-en-3d-con-photoshop/>
105. Arno Van Waeyenberg, Tutorial Texto 3D 2009. Recuperado de <http://www.blogcreativo.com/tutorial-efecto-de-texto-roto-3d-en-cinema-4d-y-photoshop/791/>
106. raju PP, 2009. Tipografía Impresionantes. Recuperado de <http://techpp.com/2009/03/10/22-stunning-typography-tutorials-photoshop-text-effects/>
107. Texturing and Lighting Effect in Photoshop, 2010. Recuperado de <http://www.psdvault.com/text-effects/create-3d-typography-with-advanced-texturing-and-lighting-effect-in-photoshop/>
108. Efecto espectacular en 3d, 2009. Recuperado de <http://photoshop-alex.blogcindario.com/2011/04/00002-espectacular-efecto-3d-en-photoshop.html>
109. Gilbreath Jacob 2011 tipografía cinética <http://www.mischiefco.org/2011/03/tipografia-cinetica.html>
110. Ya no sé qué hacer conmigo. El cuarteto de Nos. <http://www.mas-que-dibujitos.com/tipografia-cinetica-2/>
111. Tipografía cinética Jamás (Homer Simpson). recuperado de http://www.youtube.com/watch?v=qE_hyrUeqjA
112. Tipografía cinética. recuperado de <http://comunidadabeto.blogspot.mx/2010/07/30-efectos-para-texto.html>
113. Tutorial 3D de colores Hammer 2012. recuperado de <http://mundopsd.com/tutorial-de-photoshop-texto-3d-de-colores/>
114. Ibidem
115. Varga Szilard. Altas cartas vectoriales detallados. Recuperado de <http://www.behance.net/oover>
116. Gordon, Maggie. (1994). Tipografía Creativa. México: Gustavo Gili.
117. Ibidem
118. Ibidem
119. Ibidem
120. Philip B. Meggs, (1991). Historia del diseño Gráfico. México: Trillas
121. Ibidem
122. Logotipo sushi. Recuperado de <http://>

www.designals.net/2011/10/logotipos-con-simbologias-ocultas/

123. Gordon, Maggie. (1994). Tipografía Creativa. México: Gustavo Gili.

124. Ibidem

125. Tarjeta de navidad. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Live-it-Happy-Holidays/2749265>

126. Brownie, Barbara. (2011). Tipo de objeto. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/War-Type-Object/2016105>

127. Konkar, Vladimir. Tipografía experimental. Recuperado de <http://www.koncar.info/>

128. Varga, Tünde. Lettering. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Lazy-Lettering/5666515>

129. Bmd design. Hand-lettering textil logo. Recuperado de <http://www.bmdesign.fr/>

130. Haslam, Andrew. (2011). Lettering. Manual de producción y diseño. México: Gustavo Gili

131. Scheiger, Andreas. (2012). Evolution of Type. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Evolution-of-Type-Exhibits-22-26/5036053>

132. Gordon, Maggie. (1994). Tipografía Creativa. México: Gustavo Gili.

133. Ibidem

134. Haslam, Andrew. (2011). Lettering. Manual de producción y diseño. México: Gustavo Gili

135. Ibidem

136. Cáyotl M., José Luis. Tipografía para los créditos de la película Ninja Assassin. Recuperado de http://circulodetipografos.org/wp_nsn/ninja-assasin-proyecto-elegido-en-tl-2012/

137. Hische, Jessica. Lettering. Recuperado de <http://jessicahische.is/>

138. Ibidem

Capítulo III

1. Bieder, Rene. (2011). Tipografía RBNo2. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Typography-RBNo2/1730219>

2. Imagen formada por texto. Recuperado de http://f.asset.soup.io/asset/1459/7695_7a7e.jpeg

3. Imagen lettering en forma de copa. Recuperado de http://3.bp.blogspot.com/-Bvcl6di7aE/Tv3x-MZ_5pI/AAAAAAAAA2

4. Texto lettering. Recuperado de http://f.asset.soup.io/asset/1459/7695_7a7e.jpeg

5. Lettering. Recuperado de <http://blog.visual.ly/wp-content/uploads/2012/05/works4everwild-xl.jpg?547b7b>

6. Lettering 2. Recuperado de <http://blog.visual.ly/wp-content/uploads/2012/05/worksinvisible-xl.jpg?547b7b>

7. Anuncios sonideros de la ciudad de Puebla. (2012). Fotografía de autor

8. Ibidem

9. Ibidem

10. Ibidem

11. Ibidem

12. Ibidem

13. Ibidem

14. Cartel de francisca-valenzuela. recuperado de <http://www.lifeboxset.com/conciertos/>

15. Cartel de Seher-Metallica. Ibidem

16. Cartel de noches-de-gira-imperial. Ibidem

17. Cartel de Alesana. Ibidem

18. Cartel de molotov. Ibidem

19. Cartel de mgmt. Ibidem

20. Cartel de bill graham. Ibidem

21. Cartel de presentación en México. Ibidem

22. Carteles de carnaval centenario y cartel de santa. Ibidem

23. Cartel de austin-tv-alicia-2012-post. Ibidem
24. Carteles de pasaguero-8-post y esquiz-post. Ibidem
25. henriquez lara 2012 – AlDente. Recuperado de <http://henriquezlara.com/blog/>
26. henriquez lara 2012 – Ticolli. Ibidem
27. Manuel y crhistian cañibe 2012 – morphos. Recuperado de. Ibidem http://www.eramostantos.com.mx/principal/?page_id=954
28. Manuel y crhistian cañibe 2012 – nathalie jean baptiste. Ibidem
29. Manuel y crhistian cañibe 2012 – mansión del cupatitzio. Ibidem
30. Manuel y crhistian cañibe 2012 – estación editorial. Ibidem
31. Manuel y crhistian cañibe 2012 – acitrón. Ibidem
32. Manuel y crhistian cañibe 2012 – pimienta. Ibidem
33. Manuel y crhistian cañibe 2012 – la gran royal. Ibidem
34. Revista a! Diseño (2009) no. 93 Colección de Bruno Newman. Fotos por tomó Santiago Tassier
35. Ibidem
36. Ibidem
37. Ibidem
38. GLITS. (2010). Fotos por Maru Fernández. Recuperado de <http://www.glits.mx/blog/pics/abre-sus-puertas-el-museo-modo-fundado-por-bruno-newman/foto/dd904ea-38a4f7ae180d726eba53df70281a80fca>
39. Ibidem
40. Robles/Collins, División Packaging. Recuperado de <http://www.roblespack.com/marcas.php?nombre=Tequilas>
41. Robles/Collins, División Packaging. Recuperado de <http://www.roblespack.com/marcas.php?nombre=Marcas-Propias>
42. Ibidem
43. Rodríguez Madrigal, Alan. Mezcal Buen Viaje. Recuperado de <http://cargocollective.com/r3do/Mezcal-Buen-Viaje>
44. Robles/Collins, División Packaging. Recuperado de <http://www.roblespack.com/marcas.php?nombre=Tequilas>
45. Sgto.mandril. Portada de Revista Insoponable magazine. Recuperado de <http://www.flickrriver.com/photos/cromo76/>
46. Portada de Revista Top Life. Recuperado de http://kiodigital.com/KIODIGITAL/tomos_revista.php?59
47. Portada de Revista Matiz. Recuperado de <http://www.underconsideration.com/speakup/matiz/>
48. Portada de Revista picnic. Recuperado de <http://eliudnava.net/post/29831439939/hecho-en-mexico-100-proyectos-no-47-edicion>
49. Portada del libro Comer, rezar y amar. Recuperado de <http://desafio-literario.blogspot.mx/2012/11/comerrezar-y-amar-libro32.html>
50. Portada de revista etapes. Recuperado de <http://www.nfgraphics.com/etapes-en-espanol/>
51. Mercado, Jorge. (2012). Tipos y Monogramas. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Types-Monograms/4167153>
52. Lara, Claudia. (2012). Marca personal. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Personal-branding/6395179>
53. Shiffa. (2012). Culero. Recuperado de <http://www.behance.net/gallery/Culero/5594817>
54. Ibidem
55. Ibidem
56. Ejemplos de lettering. Recuperado de <http://>

www.behance.net/gallery/VRMS/6843403

57. Ibidem

58. Ibidem

59. Sitio web. (2004). Recuperado de www.era-mostantos.com.mx

60. Sitio web. (2012). Recuperado de www.la-granroyal.com.mx

Capítulo IV

1. Libro académico. Recuperado de http://img1.mlstatic.com/libro-respiracion-normal-y-patologica-rm-cherniack-_MLA-O-107239082_8803.jpg

2. Libro de lujo. (2009). Recuperado de http://3.bp.blogspot.com/_TJs3-ADm4hE/SwxllG-04TqI/AAAAAAAAAJc/-IJVxsTTeBM/s400/prada.jpg

3. Libro objeto. Recuperado de <http://pat-binder.de/img/art2/mission.jpg>

4. Libro experimental. Recuperado de <http://willezapiola.com.ar/?cat=48>

5-132 Fotografías del proceso de diseño para propuesta gráfica tomadas por el autor.

EL *LETTERING* COMO RECURSO EXPRESIVO DEL DISEÑADOR GRÁFICO MEXICANO SE TERMINÓ DE IMPRIMIR EN EL MES DE MAYO DE 2014. EN SU COMPOSICIÓN SE UTILIZARON TIPOS DE 11 PUNTOS. LA EDICIÓN CONSTA DE CUATRO EJEMPLARES, SOBRE PAPEL CURIOUS MET ICE GOLD 120GR PARA EXÁMEN PROFESIONAL.



