

Escribir sobre tipografía como pretexto para celebrar el establecimiento de la primer imprenta en México implica un panorama que ha sido ya explotado por varios autores en diferentes momentos y de manera muy loable. En esta ocasión, sin embargo, más allá de hacer un recuento cabal de hechos históricos o un análisis de la aportación de Juan Pablos o los impresores novohispanos, me gustaría hacer una introspección a lo que, en mi opinión, es tipografía.

Letras, letras y más letras. En anuncios, en la calle, en pantallas, en portadas de revistas, en carteles, total, en casi todo mensaje visual encontramos tipografía; pero, a todo esto ¿qué es tipografía?

Roberto Gamonal y Karen Cheng hablan de la tipografía como la manifestación o representación visual del lenguaje a través de la cultura formalizada y estandarizada. Parto de esta definición para construir una propia que englobe lo que en mi experiencia es tipografía: reproducción y disposición de caracteres a partir de un molde (digital o físico, que no se dibuja ni se traza a mano), que busca una escritura idealizada (potencialmente capaz de ser interpretada por el mayor número de personas, según Walter Ong), cuyo principal objetivo es lingüístico, es decir, ser leída. Como disciplina se encarga del diseño de esos caracteres, de la composición y clasificación de variantes y familias tipográficas, así como de su aplicación en la impresión y confección de libros, revistas y otros materiales de comunicación escrita.

Si la tipografía transporta el lenguaje a través de mensajes escritos, no sólo está presente en el acto de escribir, sino también en el acto de leer e interpretar textos. En un principio, la función original de la escritura era de registro, de apoyo a la memoria al ser recreado por un lector, casi siempre en voz alta. La transición del lenguaje oral al escrito es, en esencia, un cambio del sonido temporal al espacio visual, en el que los efectos de la impresión hacen resaltar la

Re

Armando Pineda Cruz  
Síntesis Creativa

tipografía

# Diferencia tipográfica

relación entre lo impreso y lo escrito, así como la relación entre lo impreso y la oralidad. Al respecto Walter Ong menciona lo siguiente: “La escritura reconstituyó la palabra hablada, originalmente oral, en el espacio visual y la impresión la incrustó más categóricamente en el espacio”.

A mediados del siglo xv el orfebre Johannes Gutenberg inventó la imprenta alfabética de tipos móviles. Dicha imprenta vino a revolucionar el lenguaje; la difusión masiva de la escritura reestructuró los cánones amanuenses caligráficos y quirográficos de la época, además de replantear el orden entre escritura y oralidad.

La impresión tipográfica alfabética le dio cuerpo a la palabra. Hasta ese momento las letras no se podían tocar, mover, vender, guardar, distribuir, romper o sustituir. Además de cuerpo, la tipografía le otorga plasticidad a la palabra. Dicha plasticidad de la palabra ha sido interpretada de diferentes maneras a lo largo de la historia: la tipografía nació gótica, para convertirse en grotesca; claro, después de ser romana y egipcia.

Tipógrafos y diseñadores se han dado a la tarea de interpretar gráficamente la palabra; el trabajo y la propuesta editorial de cada una es reflejo de cosmovisiones particulares a lo largo de la historia. Jan Tschichold decía que la tipografía es el vestido del lenguaje y que el lenguaje tiene muchas formas de presentarse: tenía ropa de gala, así como de trabajo, todo depende del lugar donde se presentará. Adrian Frutiger, por su parte, otorga a la tipografía la capacidad de ente vivo: “Afortunadamente entendí que la tipografía es algo que crece como una planta. Prefiero

que los lectores sientan que viajan a través de un bosque y no a través de un desierto de formas concretas y estructuradas”.

El extenso acervo tipográfico con el que contamos hoy es el resultado de un largo camino desde la invención de la imprenta hasta nuestros días. Editores, impresores, punzonistas, talladores y tipógrafos diseñaron muchas fuentes tipográficas. Fuentes que se pueden, incluso, clasificar en divisiones y subdivisiones: góticas (de textura, rotundas, fracturas y *schwabacher*), romanas (de transición, románticas, barrocas, neoclásicas, venecianas, modernas y antiguas), grotescas (lineales, geométricas y humanistas), egipcias (de patín cuadrado), incisas, *scripts* y decorativas o de fantasía. No sólo eso, aún podemos hacer más específica la clasificación si dividimos por región geográfica, periodo histórico o uso, y veremos que cada una responde a necesidades y objetivos diferentes.

Las personas que se dedican al diseño tipográfico se enfrentan a la interpretación plástica de la palabra a partir de su propio contexto y objetivos específicos. Por citar sólo algunos ejemplos: Addison Dwiggin, Eric Gill o Rudolph Koch partieron de su propia experiencia, aun en otras áreas, para explicar el uso y comportamiento de la tipografía; Dwiggin, artista y tipógrafo estadounidense, dedicó su vida, además de la tipografía, al diseño de marionetas: se encargaba de planearlas, esculpir las y vestir las. Gill, tipógrafo, escultor, escritor, ilustrador, fabricaba su propio papel, así como su propia tinta. Koch, otro personaje único, de origen alemán, desarrollaba de manera impecable y asombrosa el papel de impresor, calígrafo, tipógrafo e ilustrador.

Estos sólo son algunos ejemplos, que nos demuestran cómo la tipografía no es un tema aislado y que constantemente retoma características de áreas paralelas. Acercarse al diseño tipográfico desde diferentes puntos de vista enriquece nuestra disciplina, además de fortalecer el entendimiento e interpretación de una herramienta medular en nuestro quehacer profesional y académico. Enric Satué asegura que la tipografía es la materia prima del diseñador gráfico; es casi imposible prescindir de caracteres que fortalezcan un mensaje visual: es muy común que las letras hagan el papel de ilustración y, además, con sólo tipografía podemos dar cuerpo a toda clase de soporte visual, lo que la convierte en una poderosa herramienta para la construcción de discursos gráficos y lingüísticos.

Si bien mucho se ha escrito sobre el tema, aún parece que no es suficiente. La invitación siempre es la misma: entre más leemos, más sabemos, y si sabemos más, más y mejores referencias tendremos a la hora de diseñar. Leer, pero no sólo sobre tipografía; si no vivimos el contacto con la letra como lectores, difícilmente entenderemos el comportamiento de la letra como diseñadores. •