

tipografilia

Amelia Rivaud Morayta
Síntesis Creativa
Olga Vázquez
Universidad Intercontinental

“Todas las fuentes son buenas. Los malos son los diseñadores que no saben utilizarlas”, es una de las contundentes reflexiones hechas por Francisco Calles durante el I Congreso Nacional de Tipografía, *Tipografilía*, realizado en la Universidad Intercontinental a principios de marzo.

Cuando regresamos del receso, encontramos en nuestros asientos luchadorcitos, mientras que un enmascarado nos invitaba a escuchar la pelea a tres caídas entre tipográficos y tipográficos. Paco Calles hizo un recorrido por la tipografía, la legibilidad, los factores culturales, las dimensiones icónica y verbal de la escritura para llamar la atención sobre todos los factores que influyen en la elección de la letra. Finalmente concluyó: “El que sólo sabe de tipografía, ni de tipografía sabe”.

En el congreso, académicos de distintas instituciones trataron temas relativos a la historia de la tipografía, su enseñanza, sus significados, ortotipografía, y los diseñadores, dedicados a la práctica, expusieron sus experiencias en el diseño de tipos y sus usos.

El público estuvo integrado en su mayoría por estudiantes de la Intercontinental, pero también asistieron alumnos y profesores de otras instituciones, como la Metropolitana y de estados como Jalisco y Chihuahua.

La historia necesaria

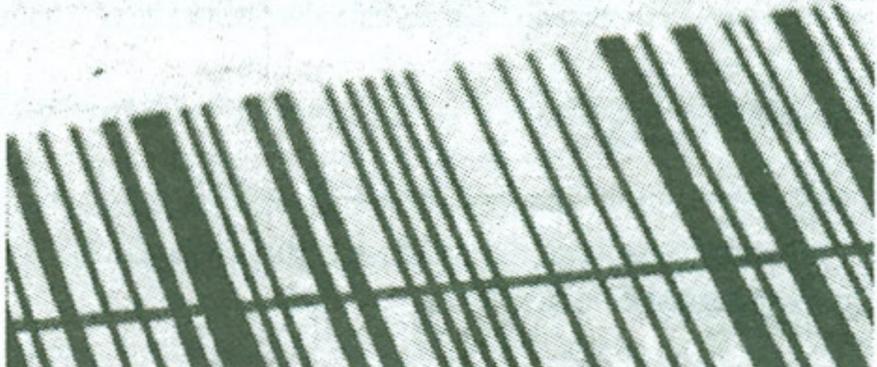
María Luisa Martínez Leal, de la UAM-I, habló sobre “Tipografía mexicana del siglo XVI”. Relató los avatares de la llegada de la

Cobros sin errores

Advierta los beneficios del código de barras

La posibilidad se redujo a uno por
cada trillón de caracteres

ARMANDO AGUILAR ♦ Especial de Profeco para **El Economista**



El Economista, Miércoles 3 de abril de 2002



imprensa a nuestro país: Juan Pablos llegó a México en condiciones muy precarias y con un contrato firmado por su patrón Juan Cronberger, en el cual se obligaba a trabajar 10 años como cajista

Los diseñadores

Gabriel Martínez, socio de Kimera, habla de sus experiencias en el diseño de tipografías tanto para productos, como para empre-



y a imprimir tres mil hojas diarias; no podía vender los tipos, sólo refundirlos. Por supuesto, los libros tenían que llevar el pie de imprenta de Cronberger. Se infiere que los cinco tipos enviados por Cronberger estaban incompletos y muy usados por los diseños y la impresión que realizó Juan Pablos. Un dato curioso al que hizo referencia Martínez Leal fue que Juan Pablos no sabía escribir ni firmar antes de 1532.

A Cronberger no le importaba mucho la calidad de lo impreso en México pues él seguía exportando libros de Sevilla a México para evangelizar a los indios. Hay datos sobre la compra de mil maravedíes en libros a Cronberger para las bibliotecas. Para la conferencista, la llegada de la imprenta a México fue un negocio entre fray Juan de Zumárraga y Cronberger, pues sus familias se conocían en España y el religioso detenía deudas con el impresor alemán, las cuales sufragó al facilitarle el permiso del rey.

La investigadora María Esther Pérez Salas, del Instituto José María Luis Mora, expuso su trabajo "El establecimiento tipográfico de Ignacio Cumplido (1832-1896)", quien fue uno de los impresores más importantes. Publicó *El siglo diez y nueve* hasta su muerte, y después fue editado por sus hijos hasta 1896. En su empresa se hacían todo tipo de impresos, desde hojas volantes, almanaques que eran iluminados con acuarela por mujeres, hasta libros como las dos ediciones que hizo del Quijote, con un tiraje total de cinco mil ejemplares.

Por su parte, Mónica Puigferrat expuso la biografía de Bodoni y su trabajo editorial.

Aprendo solamente lo que deseo

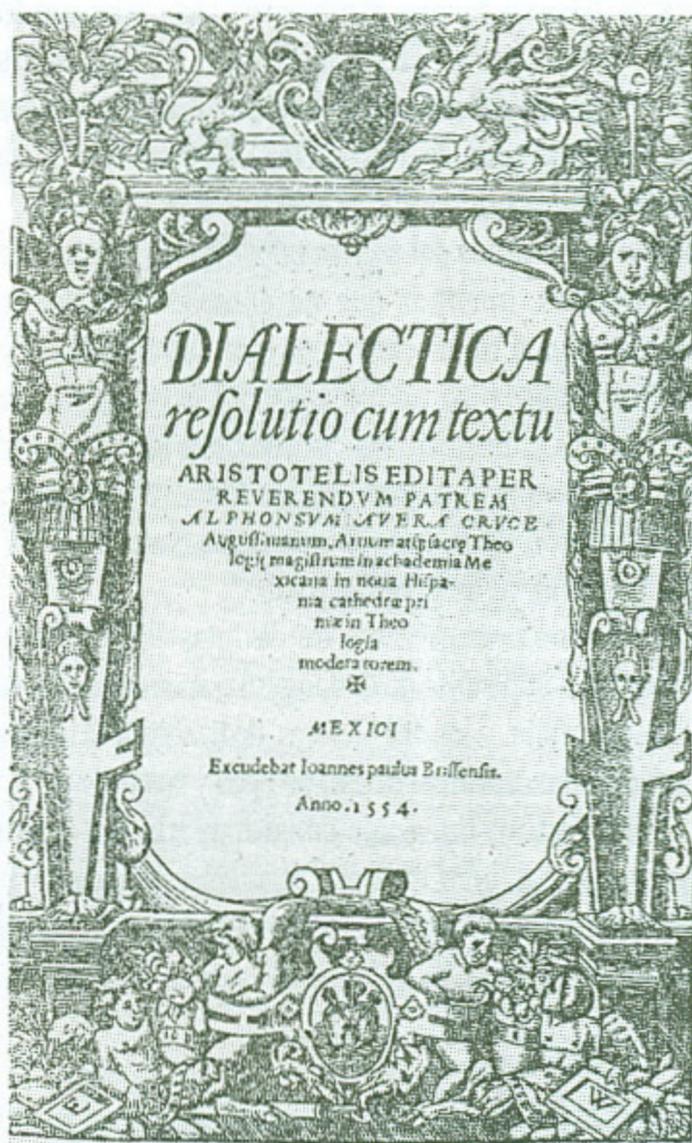
Tullia Bassani, una de las pioneras en la enseñanza de la tipografía en México, lo largo de su carrera ha enseñado tipografía con distintos métodos, con diferentes resultados. En la actualidad concluye que "el saber es una responsabilidad del individuo, no está en el maestro ni en la escuela".

Antonio Rivera, docente de la UIC, expuso los hallazgos preliminares de su investigación acerca de cómo se enseña la tipografía. Puntualizó que falta integrar las distintas materias y conocimientos que se enseñan en la carrera para lograr que los alumnos las apliquen en la resolución de problemas de diseño.

sas Bacardí, Televisa, TV Azteca, que sólo necesitan de algunos caracteres. También se refirió al caso del periódico *El economista*, donde se requieren fuentes completas, así como tomar en cuenta aspectos de rendimiento y legibilidad. Apasionado de la caligrafía, también ha diseñado tipos a partir de ella, como el arcano y el lagarto.

Eduardo Danilo Ruiz, por su parte, compartió sus experiencias en el diseño de periódicos, como el *Reforma*, y de algunas revistas, *Expansión*, *Letras libres* y *Cambio*.

Nacho Peón mostró su trabajo de diseño de variadas tipografías de fantasía y su desempeño en revistas como *Matiz* y *DX* (México).



Alonso de la Veracruz, Mexici: Juan Pablos, 1554
Memoria de México y el Mundo, Universidad Nacional Autónoma de México

Quique y Cha. En la diversidad está el gusto. Ellos plantearon, con fluidez y a manera de evocación, la tipografía y la música desde una rápida visita al pasado que nos permitió, más que saber del proceso tipográfico, conocer el devenir del diseño en las cubiertas de los discos. "Hula+hula" hizo recordar a algunos los viejos formatos de discos con sus revoluciones de 33, 45 y 78, y aquellos materiales que al caer brincaban en muchos pedazos. A otros les permitió el primer acercamiento a la historia de la música misma, por la que ahora se paga tanto por la funda que la contiene.

En un mano a mano, que en ocasiones lució como arrebatos de palabra, Quique y Cha expusieron el pasado histórico bien ilustrado con fundas de clásicos en las que no pudieron faltar Andy Warhol o los Beatles, así como La ley o Fobia. Esta una exposición fue bastante ilustrativa y evocadora, además de que permitió a los asistentes conocer este amplio almacén de imágenes, que encantó a algunos y desencantó a otros.

El análisis

Alejandro Tapia, investigador de la UAM y docente de la UIC, reflexionó sobre la tipografía desde varios puntos de vista. A continuación se cita su conclusión preliminar: "cuando el diseño gráfico organiza un texto en la página, sus rasgos formales no están desfasados de los problemas sintácticos, semánticos o pragmáticos (y por tanto cognitivos) de las ideas, sino que precisamente se hace cargo de organizarlos y ponerlos de manifiesto.

Nuestra cultura gráfica, nuestras propias invenciones visuales, a lo largo de la historia, han servido para ello, para elaborar la conciencia del lenguaje y posibilitar el pensamiento elaborado. La gramática se debe en muchos sentidos al diseño, a la configuración visual del pensamiento, pues sólo pensamos en ella cuando las palabras fueron vistas.

La puntuación y la sintaxis, esos fenómenos tan caros en nuestra cultura académica, no habrían sido posibles sin la invención del diseño, y en gran medida se deben a su intervención. Para reelaborar una cultura de investigación más próspera acerca de la lectura, ello podría tomarse en cuenta, es decir, no hay solamente que acercar a los diseñadores a la Lingüística, sino es la Lingüística la que tiene que revisar también sus planteamientos, advirtiendo las funciones pragmáticas que determinan la comunicación, que han sido los principios que han guiado el trabajo del diseño sobre los tipos y los procesos editoriales.



Portada del disco *Chilanga banda*,
Café Tacvba

FORO

económico

IDEAS AL VUELO

FIDEL, EL GRAN MENTIROSO

RICARDO MEDINA MACÍAS

«Son estúpidos o son tan mentirosos como su ídolo. De otra forma no se entiende cómo algunos políticos mexicanos, como Martí Batres o como Manuel Bartlett Díaz, insisten en hacerle el caldo gordo al gran embustero que es Fidel Castro.»

El Economista, Miércoles 3 de abril de 2002



La "x" bodoniana

Las formas otorgan un carácter a lo escrito. El tamaño, el color, los trazos, los interlineados, las retículas, forman parte de esas dimensiones pragmáticas de la comunicación, y el proceso de componer un texto es proponerse cubrir esas dimensiones gráficamente. Si los diseñadores asumen el trabajo sobre los fenómenos tipográficos como un proceso cognitivo y no sólo como un hecho formal, es posible que podamos generar, en consecuencia, nuevas soluciones gráficas que en efecto enriquezcan nuestro pensamiento".

Lo difícil

Al hablar sobre "Los extraños habitantes de la fuente", Gerardo Kloss explicó detalladamente de cada letra del alfabeto y del teclado. ¿Saben por qué México se escribe con x? Pues porque a ese signo se le adjudicaban distintos sonidos, suaves como en Xochimilco o fuertes como en Ximena. Y cuando la Real Academia de la Lengua decide, en 1815, que la equis sólo tiene valor de ks, ya no de j ni de sh, en México, como un acto de soberanía, después de la Independencia en 1821, se conserva la escritura del nombre del país tal como se conocía y ha llegado hasta nuestros días.

Jorge de Buen, por su parte, insistió en la importancia de la ortografía, en general poco interesante para los diseñadores, como se puede observar en muchas revistas de esa especialidad en las cuales ni siquiera hay créditos de corrección y el cuidado editorial es desconocido.

A pesar de la aridez de ambos temas, los expositores mantuvieron la atención del público.

A su vez, Abelardo Rodríguez, profesor de la Universidad Iberoamericana, se refirió a cada uno de los puntos necesarios para diseñar un logotipo, en cuya creación se debe lograr separar, en el proceso cognitivo y metafórico, el interés propio del propósito real del texto, independientemente de una propuesta de investigación que lo determine. Presentó la metodología de su investigación (como el Logo ¿qué?), apoyándose en el trabajo realizado por sus alumnos e hizo un recorrido reforzado con medios audiovisuales.

Fue puntual al observar cada paso del razonamiento, en el cual se distingue que el

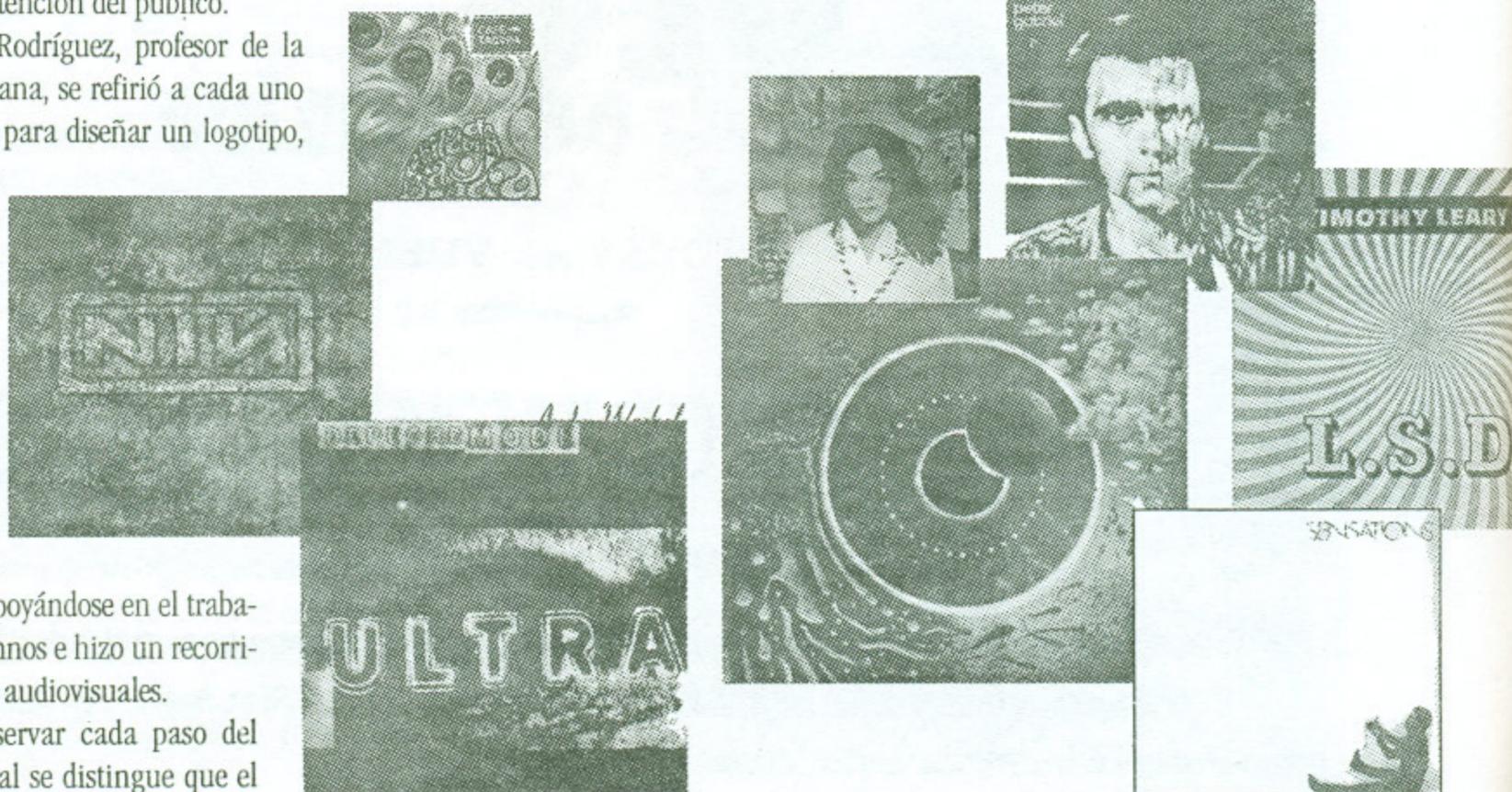
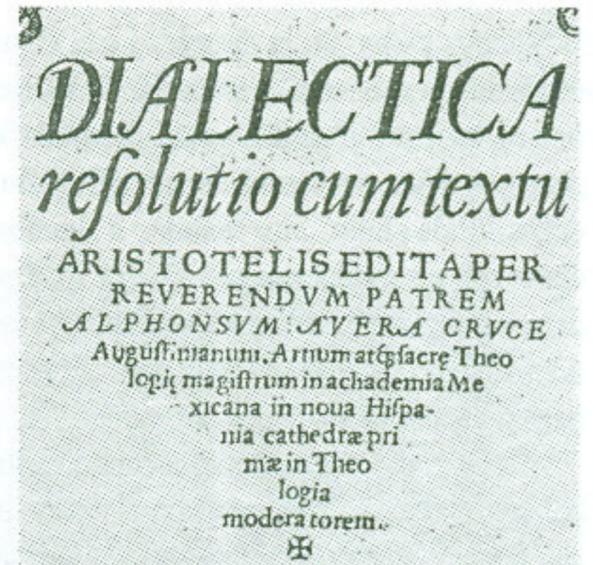
proceso creativo es un aspecto de esta imaginación cognitiva, de la que el diseñador gráfico debe hacer uso para lograr con el público la comunicación gracias a la innovación de la imagen.

Paralela a su participación, demostró que la caricatura puede también tener su propio espacio: aparecieron de vez en cuando algunos invitados, que él mismo creó para el momento, quienes tomando el lugar del auditorio se cuestionaban de manera chusca, mientras hacían ligero el momento y facilitaban la expresión de las dudas generadas.

Abelardo Rodríguez estableció metodologías, resolvió dudas, y contundente precisó, no en la forma purista y ni siquiera con el afán de rendir culto al diseño, la importancia del uso del lenguaje técnico del diseño gráfico, haciendo énfasis en términos como siglado, emblema, ideograma, marca, topoi, etc. con lo cual dejó en los presentes el deseo de una nueva cita en un futuro cercano.

La conciencia crítica

Leonel Sagahón, director de la Escuela de Diseño del INBA, ubicó el diseño gráfico en el contexto social y económico de México. Expuso que leer no es fácil, en nuestro país un tercio de la población no sabe hacerlo. Para él, lo más importante es el sentido de las palabras, no el diseño de las letras.



Portadas de discos compo