

Sexto Congreso Nacional de Tipografía

Tipografilia 06

Armando Angulo Maldonado / Neri Ugalde Guzmán
Diseño de la Comunicación Gráfica

La selección tipográfica en un mensaje gráfico va más allá de simples gustos y preferencias. Su importancia es tal, que los diferentes rasgos y personalidades de una letra pueden cambiar todo el sentido del mensaje. Con las nuevas tecnologías, hoy tenemos al alcance una gran cantidad de variantes y estilos en familias y fuentes que pueden facilitar la elección de una tipografía, o estorbarla si no se presta atención al análisis de sus características y funciones.

La Facultad del Hábitat de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí abrió sus puertas a los amantes de las letras. Los días 3 y 4 de marzo de 2011 se llevó a cabo el Sexto Congreso Nacional de Tipografía: Tipografilia 06. En el ciclo de 10 conferencias se presentaron: Rubén Pineda, Alejandro Cabrera, Manuel Guerrero, Jesús Barrientos, Gabriel Martínez Meave, Elí Castellanos, Iván Moreno, Isaías Loaiza, Javier Echevarría y Héctor Montes de Oca.

En “Tipografía de ‘etiqueta’: packaging”, Rubén Pineda presentó puntos a considerar en la selección tipográfica para empaques. Señaló que hay diferentes categorías: las discretas y limpias, y las súper saturadas. Cada tipografía tiene una personalidad marcada; el tamaño y la lectura de la letra depende del objetivo que tenga, por lo que se deben establecer jerarquías. Hay tipografías que se han diseñado para pasar inadvertidas como son las

leyendas legales en un empaque, otras para apreciarse con una estética aumentada como la marca del producto, a la que llamó “el rey del empaque”. Comentó que para seleccionar la tipografía a veces basta con nuestra librería tipográfica, pero en ocasiones es mejor dibujarla buscando referentes en imágenes para que la forma de la letra esté a favor del concepto. Otro punto importante que no hay que olvidar es que los diferentes sistemas de impresión acortan la selección tipográfica.

Alejandro Cabrera expuso “Letras callejeras” y presentó su trabajo basado en tipografía urbana. Mostró varias fotografías de todo tipo de



Conferencistas reunidos al final del congreso.

grafilia

anuncios, tanto de rotulistas profesionales como de aficionados. Señaló que estos anuncios reflejan a la sociedad en que vivimos. Su trabajo comienza cuando sale a la calle con su cámara fotográfica para que no se le escapen esas joyas de la imaginación y del ingenio mexicano, mencionando incluso que ya se siente raro cuando por alguna razón no la trae consigo. Después de tomar las fotografías saca los rasgos característicos de las letras de dichos anuncios y con eso diseña las tipografías que aplica en carteles para tocadas de rock, para actos culturales y sociales.

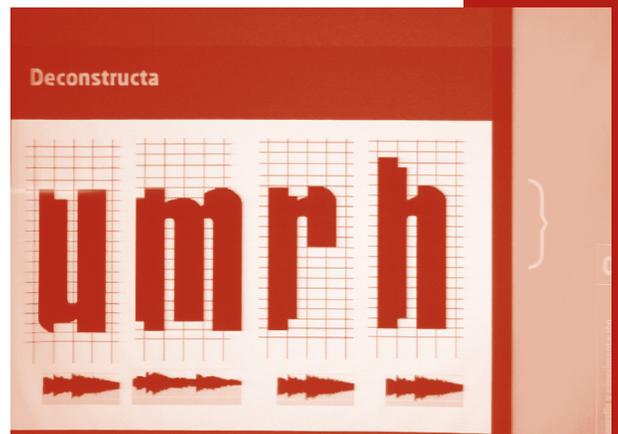
La conferencia de Manuel Guerrero se tituló “Experimentación y tipografía”. Primero explicó la relación semántica de “tipografía experimental”, comentó que muchos la relacionan con innovaciones o cosas que no se han visto, pero experimentar es poner a prueba, examinar, experimentar la virtud de un objeto. Así que “tipografía experimental” no se refiere al resultado sino al proceso para llegar al diseño de la letra. Presentó su trabajo y los diferentes procesos que tienen sus tipografías. Conceptos matemáticos aplicables a la tipografía experimental: adición, sustracción, multiplicación o división de sus partes; conceptos descriptivos con la alteración de su forma y estructura, deconstrucción a través del sonido, experimentación con materiales. Explicó de esta manera el proceso experimental de fuentes como Lucecita, Toyota IQ Font, Miniblock, Sticky, y la que se convirtió en la *rockstar* del congreso debido a su presencia en playeras, en carteles y en el muestrario de la exposición Tipos Latinos 2010: la Óptica, que le mereció premios y menciones internacionales. Me llamó la atención la fuente Deconstructa, cuyo proceso experimental es la deconstrucción a través del sonido mediante la variación de decibeles al pronunciar las letras, y para la cual presentó un aplicación que asigna un sonido a cada letra por lo que al escribir un nombre o frase la aplicación muestra cómo “suena”.



Pokamá

Imágenes mostradas en la exposición “Tipografía de ‘etiqueta’: packaging”.

Parte del proceso de la tipografía Deconstructa, mostrada en la exposición “Tipografía experimental”.





Francisco Calles en la inauguración del congreso.



Gabriel Martínez Meave durante su exposición "El laberinto del significado".

Gabriel Martínez Meave fue una de las personalidades dentro del congreso. Casi todos y cada uno de los ponentes mencionaron su trabajo, su influencia o simplemente hicieron referencia a su presencia en el auditorio. En "El laberinto del significado", como tituló a su conferencia, nos mencionó que estamos acostumbrados a ver las cosas más por lo que significan que por lo que son. Asociamos significados ya estandarizados a símbolos prefabricados que inundan las propuestas gráficas. Esta asociación es un sistema de acuerdos dentro de cada cultura, de manera que cada signo representa la realidad, como el lenguaje propio de esa misma sociedad. Como sorpresa presentó por primera vez en público su nueva tipografía diseñada para una empresa de telefonía celular, la Telcel sans, una tipografía muy completa y versátil.

"Tipos prêt-à-porter y de alta costura" presentada por Isaías Loaiza sobre tipografía corporativa. Conceptualizó de manera análoga a la tipografía y la alta costura para diferenciación de marcas; una tipografía hecha a la medida del cliente. Por ejemplo, hay marcas que repiten la misma tipografía y para Isaías esto ha llevado a una pérdida de identidad e individualidad, pero sobre todo, de creatividad e identidad propia. El logotipo es el intermediario entre el consumidor y la empresa, por lo que es de suma importancia cuidar que el mensaje que transmita sea el correcto. La tipografía corporativa debe responder a un análisis de necesidades reales, requerimientos específicos: dónde y con qué tecnología se va a usar, aplicaciones e idiomas. Debe tener durabilidad: franqueza frente a la moda e inmunidad frente al cambio.

Javier Echevarría, DJ del sonido *Perla Antillana*, en "Tipografía sonidera" presentó su trabajo en publicidad para los sonideros. Explicó como surge este fenómeno cultural representando a los sectores sociales marginados.

Las letras sonideras se han convertido en parte del paisaje urbano dentro de la cultura musical y con el tiempo se han internacionalizado. La letra sonidera es la consecuencia de la huella de un grupo social. Mencionó que su estética sí aporta al diseño gráfico, ya que es el reflejo de una identidad en la que ha permanecido el dominio de lo artesanal en la producción de sus mensajes visuales, combinándose con las nuevas tecnologías. La tipografía que Javier escoge para la publicidad sonidera busca que refleje la personalidad del sonidero y las hace “bailar” con deformaciones. Nos recalcó que como diseñadores hay que tener una relación directa con el medio de nuestros clientes para un mejor resultado. Al inicio y al final de su ponencia sorprendió con un saludo y despedida al estilo sonidero para los asistentes a Tipografía 06.

La última conferencia fue “Pimp my mag”, de Héctor Montes de Oca, título que se refiere a la forma en que se arma, se forma, se diagrama y se diseña una revista (mag = magazine) tal y como se “pimpea” un coche. Una de las conferencias más dinámicas del congreso: explicó de una manera muy clara, acompañada con pintorescos ejemplos y música, cómo es que el tratamiento, la forma, el color y la composición varían con respecto a la intención y al público al que la revista está dirigida. Con ejemplos de su propio trabajo nos explicó cómo puedes mejorar el diseño de una revista cambiando la diagramación o el aire que se le da al cuerpo del texto o a las imágenes, por ejemplo. Nos habló de la jerarquización, de las familias tipográficas que puede llegar a tener la revista o un número de ella en específico. También de la manera en que la gente “entra” a la revista, hojeándola de atrás hacia delante y que eso influye en el acomodo de los artículos, de ahí sale el ritmo de la revista.

Además de las conferencias se inauguraron las exposiciones “Tipos Latinos 2010, Cuarta Bienal de Tipografía Latinoamericana” y “Edward Johnston, Caligrafía y tipografía”.

La organización de Tipografía 06 estuvo a cargo del presidente de la Bienal de Tipos Latinos en México, Francisco Calles Trejo y de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad del Hábitat de la UASLP. Los profesores, personal administrativo y estudiantes voluntarios realizaron una titánica labor de organización y logística, logrando que el congreso fuera una muy buena y enriquecedora experiencia. Los asistentes por parte de la UAM Xochimilco agradecen su trato y su esfuerzo, esperando el siguiente congreso, todavía sin sede. •



Logotipo de Tipografía 06 diseñado por Raúl Plancarte.