

LOS TIPOS DE LA ARQUITECTURA

El arte constituye el único o por lo menos uno de los primerísimos elementos capaces de informarnos sobre las situaciones sociales de las más antiguas comunidades humanas. Los sistemas humanos de escritura derivan de las representaciones gráficas, con anterioridad a que determinadas culturas pusieran a punto medios de transcripción gráfica de los sonidos (representación fonética), la secuencia cronológica de dibujos era la única opción conocida.

"Con los alfabetos semíticos, aunque en un primer momento se basaron en principios de similitud, se consumó la separación entre la escritura y la representación que sólo vuelven a fundirse, a veces, en ciertas prácticas caligráficas que desarrollan algunas dimensiones estéticas de la representación arbitraria".
S.Zunzunegui¹.

Un hombre llamado Johannes Gensfleisch y conocido como Gutenberg, inventa la imprenta de tipos móviles 1455 y salta la chispa de una revolución la de la democratización de la información. Desde la invención del tipo móvil, las letras se venden como tales y la inversión previa a su fabricación, distribución y venta ha sido, por lo común, tan cuantiosa que ha condicionado enormemente al diseño a una actitud esencialmente conservadora, tratando ante todo de superar los productos existentes a base de pequeñas intervenciones que mejorasen únicamente detalles y matices. Todos los nombres que desde la segunda mitad del siglo XV han quedado reseñados en la historia de la tipografía (Jenson, Gutenberg, Manuzio) son susceptibles de formar parte de una historia paralela del diseño científico (entendiendo la ciencia como compromiso meramente conceptual), puesto que la lógica matemática y geométrica que inspiró todo el sistema tipográfico se traduce también en la organización de la página impresa y en el diseño de los primeros tipos; el esfuerzo por adecuar la armonía de los márgenes de una página a una más global armonía matemática, es hija de una época en que la ciencia se convirtió también en arte. En esta dinámica de la ciencia de la estética se integraron, sin solución de continuidad, las obras de diseñadores clásicos de tipos posteriores (Garamont, Baskerville, Didot, Bodoni) y hasta los de nuestro siglo (Renner, Gill, Frutiger, Miedinger).

Las Vanguardias del siglo XX, en concreto las aportaciones de los cubistas (Caligramas que aunque utilizados ya en la cultura clásica y en la medieval fueron reinventados por Apollinaire en 1913.) y principalmente con los manifiestos de los pintores futuristas (*Palabras en libertad*), encaminados a través de la fusión música, literatura y pintura, a la supresión entre las

TIPOGRAFÍA EXPERIMENTAL

JOSÉ LUIS MARCO ALEDO



Bauhaus bucher, num 14
(1929). Diseño de la
cubierta y tipografía por
MOHOLY-NAGY

distintas artes, rompieron con esta actitud conservadora. El 20 de febrero de 1909, el poeta Filippo Tomaso Marinetti lanza en el parisino *Le Figaro* el primer manifiesto Futurista. La reunión en un mismo soporte de dos medios expresivos distintos: el plástico y el literario. Las sílabas, las letras, las palabras, las frases pierden de este modo su significación idiomática para instrumentalizar un nuevo orden gráfico y visual, 'Lengua Transraccional' a mitad de camino entre la poesía fonética y la formalización abstracta.

En el otro extremo de Europa en 1917 los Formalistas rusos están creando la sintaxis de la nueva literatura, que recueta en ocasiones a las palabras en libertad. "En una obra, las palabras y aún los sonidos pueden ser considerados como objetos"², Slovsky. También fue fundamental la aportación del dadaísmo a través de los poemas merz de K. Schwitters basados en la libre disposición tipográfica de las letras, sílabas, fonemas y signos musicales que reivindican al mismo tiempo la expresividad plástica e idiomática.

Los prototipos de las tecnologías de la comunicación que aparecieron en los años veinte fueron aceptados y elaborados artísticamente. El artista de la Bauhaus Moholy-Nagy evocó el arte de la televisión, y Friedrich Kiesler, el tele museo, la transmisión a distancia de imágenes sobre paredes fotosensibles, ambas sucedieron en torno a 1929.

La creación de tipos fue una costumbre tan generalizada que los propios cajistas efectuaban ejercicios de "diseño" que consistían, en síntesis, en modificar los caracteres del mercado a base de lima y cuchillo, alterando los perfiles, rascando el negro de los palos, etc., 'creando' así nuevas formas que a duras penas se distinguían de los de fundición. Sin embargo, esta operación prosperó hasta tal punto que a finales de los años veinte los fabricantes, atendiendo a esta demanda, lanzaron al mercado las célebres figuras geométricas (piezas móviles combinables circulares, triangulares, cuadrados, rectángulos,

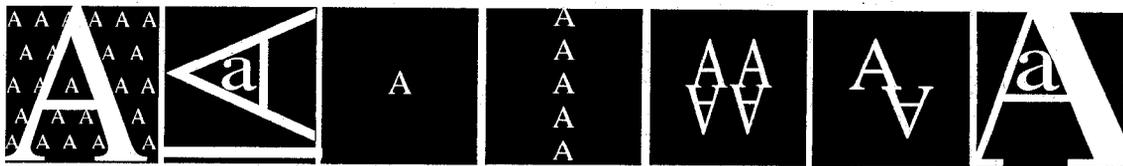
etc.) que permitían, de un lado, una más imaginativa gama de posibilidades en la ornamentación de impresos, de otro, la construcción más o menos torpe de letras inéditas.

Nuestro país rezagado en siglos por lo que al diseño de tipos verdaderamente competitivos se refiere, consiguió en 1942 un éxito de mercado en la Europa arruinada de la Segunda Guerra Mundial, con la creación del tipo Super Veloz por Joan Trochut (Barcelona), producto comercializado por la Fundación Tipográfica José Iranzo. Super Veloz constituye en el campo de la tipografía una novedad de considerable importancia; en realidad no se trata de tipos, sino de elementos de tipos combinables en una amplísima variedad de formas diversas, según las necesidades que determinan cada aplicación. Su utilización llega hasta nuestros días, Diego Lara hace uso para la cabecera de la revista *Buades*.

SISTEMA DE EDUCACION PICTO-TIPOGRAFICA.

La información, además de lo denotado, el dato en sí, del que a veces sólo conocemos un perfil, resulta un producto expuesto (onda, letra, imagen) al consumo. No hay por tanto una información suceso, sino más bien un dato que se elabora: el acto de la información, su "fabricación".

El sistema de educación picto-tipográfica "Isotipo" establecido por el sociólogo austriaco Otto Neurath desde la dirección del curioso Museo de la Sociedad y la Economía de Viena, maneja el diseño gráfico como medio para un fin más ambicioso, el de la elaboración de un lenguaje visual de signos codificados que, empleados para tablas y gráficos comparativos, fuesen comprensibles para cualquier ciudadano, por modesto que fuera su nivel educativo (las primeras aplicaciones de este lenguaje gráfico datan de recién acabada la Primera Guerra Mundial). La importancia y el relieve estratégico y social que toma una información en la que se ha tratado de establecer un lenguaje llano y



elemental para la lectura de unos cuadros comparativos con los cuales se puso a la población con toda crudeza al corriente de la situación (tanto de su país como del resto de Europa) respecto a temas vitales como la vivienda, la salud, la administración social y la educación se deben, fundamentalmente, a la imagen.

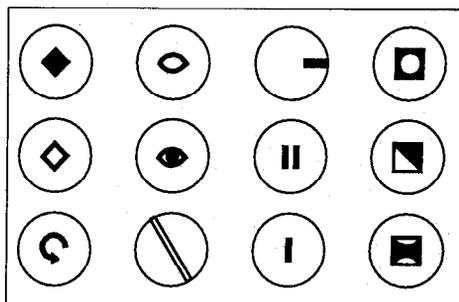
Michel Twyman considera acertadamente a los pioneros del movimiento Isotipo tan decisivos para el tratamiento global de la imagen de identidad en diseño gráfico como lo fueron los de la Nueva Tipografía con respecto a la letra. Ambos en efecto, no sólo coincidieron en el tiempo, la década de los años veinte, sino que también lo hicieron en el espacio en el que desarrollaron sus respectivas actividades. (Neurath frecuentó la Bauhaus, Paul Renner, de quien adoptó la futura para rotular todas sus láminas). El elogio del descubrimiento que gustosamente suscribirían todos los diseñadores actuales quedaba implícito en su lema, según el cual "bastaban tres vistazos para comprender el contenido. El primero percibía las propiedades más importantes del objeto representado; el segundo los menos importantes; el tercero los detalles adicionales"³.

Estos núcleos de interés hacia fórmulas de codificación que sugerían el estudio de la obra de Otto Neurath y sus isotipos se ha ido extendiendo hasta alcanzar hoy a la práctica totalidad de los ámbitos del comercio, la industria y las relaciones humanas en una sociedad organizada: Agricultura, Arquitectura,

Astronomía, Biología, Comercio, Comunicaciones, Deportes, Física, Folclore, Fotografía, Hostelería, Ingeniería, Geología, Matemáticas, Medicina, Meteorología, Música, Ocio, Química, Religión, Tráfico, Transporte, etc.,. Todas estas materias poseen verdaderos códigos de imágenes, a través de las cuales transmiten habitualmente su información técnica. "La sistemática puede ser todavía válida. La forma, en cambio, ha precisado, precisa y precisará de reformas, a medida que las modas cambien", "como denotan algunos signos de circulación por carretera, claramente desfasados con respecto al hombre de hoy y a su entorno urbano" Rudolf Modley .

Con los primeros satélites, a comienzos de los años sesenta, los cineastas y artistas desarrollaron las posibilidades de una comunicación artística. La idea de una intercomunicación cultural llevó al estadounidense Stan van der Beek a unos centros de producción y distribución artística comunicados mundialmente mediante satélites. El caso es que la revolución científica-técnica ha invadido también grandes áreas del diseño gráfico en especial en su fase de proyecto, a partir del prestigio creciente que ha supuesto para la técnica desempeñar un papel fundamental, al lado de la ciencia, en la historia de la humanidad como filosofía positivista de la fé en el progreso de la industria (antes mecánico y ahora también electrónico). Lo que ocurre es que antes de la intervención de los ordenadores en determinados procesos de diseño, la

Sistema de símbolos para
programador, 1964.
TOMAS MALDONADO.



participación de la ciencia era una simple cuestión de fondo. Hoy, sin dejar de cumplir esta importante misión básica, se ha convertido también en una cuestión de forma; y por así decir de estilo.

Otl Aicher, por ejemplo, lo ha hecho hasta la saciedad en su papel de "organizador visual", con su sistema de señalización de los Juegos Olímpicos de Munich 1972, cuyo diseño pictográfico se convirtió en paradigma del género y le valió el sobrenombre de 'padre del hombre geométrico'. Esto compaginado con aportaciones tipográficas: así el tipo Traffic, utilizado con éxito de crítica en los transportes públicos y en el aeropuerto de Munich y el tipo Rotis, un encargo de la empresa de fotocomposición Druckhans, de Ulm.

Tomás Maldonado, en colaboración con Gui Bonsieppe, con su sistema de creación de símbolos para programadores realizado por la empresa Olivetti. Bob Noorda con su diseño de un alfabeto para programador para la European Computer Manufactures, sin duda el mejor de cuantos se han ensayado aunque no llegue al extraordinario nivel de los órdenes alcanzados siglos atrás por los diseños de alfabetos tipográficos; en un orden más pseudo-científico.

TIPO DIGITAL

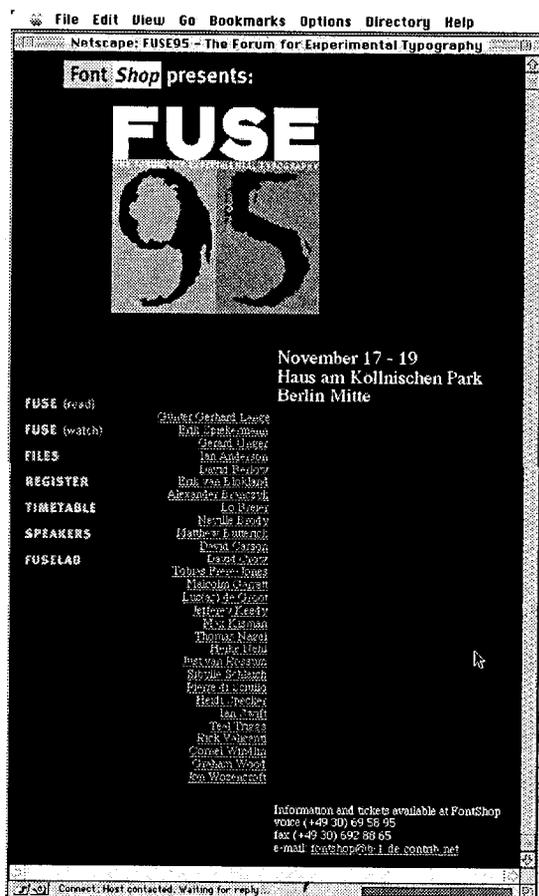
Hoy, la fotocomposición por ordenador se ha erigido en una potente industria de fabricación de letras para la impresión que ha barrido literalmente del mapa a la industria tipográfica tradicional. La economía del nuevo producto, en cuanto a materia prima y utillaje; la facilidad de la producción; la rapidez en la composición de textos extensos, etc...son algunas de las virtudes de este nuevo método. Otra característica del nuevo sistema es la creación indiscriminada de nuevos diseños, dado el moderado coste de la inversión comparada con el anterior procedimiento, potenciando lo efímero de cualquier nuevo valor tipográfico.

En la imagen electrónica, construida digitalmente, se halla el código para una nueva serie de imágenes que el usuario, antes se le llamaba observador, hoy sería mejor llamarle participante, abre desarrolla y modifica.

Segun MacLuhan "en la nueva cultura visual que nos rodea la letra pierde importancia comunicativa ante la imagen", la civilización del libro deja paso a la civilización de los medios de masas, de la televisión, de los medios icónicos y sincrónicos, que transmiten información a través de imagen en directo, la letra deja de ser unidad legible para transformarse en imagen sugerente. A pesar de todo las revistas de los ochenta han podido crear lenguajes gráficos propios, obtenidos a través de las posibilidades que ofrece la fotocomposición como las que recrean el protagonismo de la imagen y el gran formato, como Manipulator y Egöiste, en la línea creada por Andy Warhol con su Interview, o por ejemplo la británica The Face, con Neville Brody en la dirección artística.

Neville Brody nacido en Londres 1957, dotado de una habilidad casi divina en el diseño de logotipos tipográficos, logra convertirlos en grafismos verdaderamente totémicos apenas llegan al usuario. En 1981, recién salido de la escuela, Brody fué nombrado director artístico de Fetish Records, una empresa discográfica identificada plenamente con la hoy vieja estética punk. Algunas de sus opiniones se corresponden con las de un verdadero oráculo contemporáneo (y no otra es, por ejemplo el Club de Roma, con quien Brody coincide en la dimensión revolucionaria de la comunicación electrónica), con un más que remarcable tino en sus juicios técnicos, especialmente sobre tipografía y funcionalidad potencial de la imagen. Paradójicamente, el mismo Brody que despotricaba de la enseñanza de la tipografía y del mal uso que las multinacionales de la fotocomposición hacían del ordenador, fue el que puso de moda en el mundo entero las distorsiones al límite de los tipos de letras, posibilidades facilitadas por la composición electrónica, presentando en cada nueva revista letras exageradamente condensadas o ensanchadas.

Él mismo comenta de su trabajo: "La fotografía proporcionaba una línea básica, tan importante como otros elementos de anclaje: el propio texto o incluso el tamaño y la forma de la página. Todo ello era la base sobre la que desarrollar la experimentación que quería introducir en otras áreas. Mi concepción del grafismo de Face se



asemeja mucho a la planificación urbanística de una ciudad, pues con él intentaba guiar al lector en torno a un tema determinado. Había que incluir señales indicativas de las direcciones y también espacios abiertos en determinados puntos, como por ejemplo, al comienzo de todos los artículos, donde utilizaba un espacio en blanco a modo de apertura, la entrada principal de un edificio de grandes dimensiones no debe colocarse en un callejón angosto”.⁴

El coeficiente “científico” de todos estos sólidos valores de las revistas ilustradas se reduce, en la mayoría de los casos, a la previa elaboración de la estructura reticular con la que se predetermina y subdivide el espacio: el tamaño tipo de las columnas de texto y de las fotografías, y la relación de blancos o corondeles entre unas y otras. La originalidad en The Face la encontramos en la apropiación del lenguaje manipulador de la publicidad, las señales de tráfico y otros lenguajes informativos, utilizados en un contexto donde la normalidad no neutraliza nuestra capacidad de percibirlos, aislando los elementos que nos dicen qué hacer y cómo pensar para, de ese modo, ponerlos al descubierto.

La oportunidad de convertirse en autor, editor y distribuidor de información a un coste mínimo utilizando la red, supone la posibilidad de una participación generalizada del público en la problemática del diseño gráfico. Si bien aún están limitadas por convenciones para superar las deficiencias de la red, cada día se presentan nuevas tecnologías de mayor capacidad desde las que los profesionales del diseño gráfico experimentan para encontrar una tipografía útil para la nueva comunicación multimedia.

FUSE.

LA VANGUARDIA ININTERRUMPIDA

En 1991 se publicó el primer número de FUSE a cargo del editor Jon Wozencroft, en el marco del estudio de Neville Brody para la editora Font Works. Fuse es un nuevo producto de diseño tipográfico, consiste en cuatro fuentes experimentales para Macintosh. La revista no respeta el formato habitual, se presenta en un

embalaje de cartón cerrado sobre sí mismo que contiene el disquete de ordenador Mac embutido en una de sus solapas y en el corazón del envase cuatro carteles doblados y una hoja de editorial, todo tamaño Din A2. Ya no hay portada, no hay grapa, no hay páginas centrales, la revista no se puede leer sin la infraestructura informática. Leer Fuse es trabajar la pantalla de un ordenador para intervenir sobre unos tipos que se nos proponen, que podemos manipular y utilizar y volver a enviar a la revista para que los publique como ejemplos de uso.

Fontshop fué fundada por Erik Spiekerman y Joan Spiekerman en 1989, en la actualidad están respaldados por diseñadores internacionales como; David Berlow, Erik van Blokland, Lo Breier, Neville Brody, Gerard Unger, Just van Rossun. Cada tres meses la editorial Fuse (Neville Brody, John Gritchley, Jon Wozencroft) invitan a cuatro diseñadores de reconocimiento internacional a crear un tipo experimental de acuerdo a un tema (Exuberance, Códigos, (des)Información, Virtual, Crash, Religión, C.D., etc).

En una entrevista concedida a la revista “Eye” Neville Brody dice: “el propósito esencial de

Fuse es tratar de desmitificar la tecnología digital. La gente está utilizando los ordenadores de una forma rígida pseudo-religiosa, y nosotros estamos intentando decir que la tecnología es un instrumento de la comunicación. El teclado mismo es como la paleta del pintor o como un instrumento musical, y creemos que en el futuro los ordenadores serán tratados más allá que como medio artístico, como una forma de retornar hacia la expresión y la emoción. Estamos intentando usar el ordenador para romper prejuicios sobre lo que la tipografía debería ser. Otro aspecto es que las tipografías tardan alrededor de dos años en ser editadas por las grandes compañías suministradoras. Buscábamos una publicación en soporte digital que pudiera cambiar en cada edición. El "tema" es la tipografía y en cada número se pueden conseguir cuatro nuevos alfabetos".

Publicada en edición limitada desde 1991, Fuse es asequible desde Fontshop en todo el mundo por Internet. El www está interesado en Fuse para que continúe convocando un simposio anual que desde Londres 94, Fontshop ha esponsorizado bajo el nombre de 'La Conferencia Internacional de Tipografía y Diseño'.

Este año expertos en tipografía se concentrarán el 17-18 de Noviembre en Haus am Köllnischen Park Berlin Mitte, ahora el corazón de la ciudad unificada, cientos de diseñadores presentarán sus estilos de trabajo y darán lectura de la palabra escrita en la era digital, en el centro de la gran ciudad donde pasado y futuro esta fundiéndose.⁵



Logotipo del M.B.C. diseñado por **J. ALBERS** en 1935.

"...hemos escogido como símbolo de unión un simple anillo. Lo hemos destacado para subrayar nuestra reunión, nuestra unión, nuestra cooperación. Se trata de un anillo dentro de otro: el color con el blanco, la luz con la sombra, equilibrados. Y para que nadie se extrañe ante crípticos monogramas, hemos añadido nuestra dirección completa."

*Simplicidad equivale a reducción de complejidad. Hoy en día, ser simple constituye una obligación social**

J. Albers

BIBLIOGRAFIA

- 1 **Zunzunegui, Santos.** *Pensar la imagen.* Cátedra. Universidad del País Vasco, 1989
- 2 **Slovsky, Victor.** *El arte como procedimiento.* Moscú, 1929.
- 3 **Otl Aitcher, Martin Kramper,** *Zeichensysteme der visuellen Kommunikation.* 1977. (Versión castellana: *Manual para diseñadores, arquitectos, planificadores y analistas de sistemas,* G. Gili, Barcelona, 1979.
- 4 **Rick Poyner y Simon Esteren,** *Brody on sign languages.* Blue print, Londres, abri de 1988.
- 5 Fuse 95 *.The Forum for the Expeimental Typography.* <http://www.15rcom/pages/fuse95.html>.

