

# ARTÍCULO

## APREHENDER TIPOGRAFÍA

**MET. Jesús Eladio Barrientos Mora** • [jesusedbm@gmail.com](mailto:jesusedbm@gmail.com)

Generación 2000 - 2004

### Resumen

Una de las materias más complejas de abordar en la enseñanza universitaria es quizá la de tipografía; esto puede deberse a distintos factores que van desde la consideración de la tipografía como una herramienta del diseño, hasta la forma en que esta actividad (propia de un taller, o una técnica) se ha tratado de acomodar a un modelo académico que incluso se debate entre la teoría, la historia y los aspectos formales de la letra.

La tipografía está íntimamente ligada al diseño editorial pero es protagonista de igual manera en otras aplicaciones gráficas como la señalética, la identidad corporativa, la imagen institucional, el empaque, el énfasis de contenidos en el cartel e incluso en determinados casos de ilustración.

Es por esto que es vital quitar cualquier tipo de obstáculo en su enseñanza, aún mejor en el aprendizaje del estudiante del diseño gráfico. Para que las materias y contenidos relacionados con tipografía logren su cometido, hará falta no solamente aprender, sino aprehender lo relacionado al tema.

### Palabras clave

Aprender, aprehender, tipografía, enseñanza del diseño.



**Insigne**  
visual

Revista digital de diseño gráfico • Julio - Octubre 2012 • Año 1 Número 5 • ISSN:2007-3151  
[revistainsignevisual@yahoo.com.mx](mailto:revistainsignevisual@yahoo.com.mx) • [www.insignevisual.buap.mx](http://www.insignevisual.buap.mx) • Tel. 01 (222) 229 55 00 ext. 7970 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla • Blvd. Valsequillo S/N Ciudad Universitaria Fracc. Jardines de San Manuel, Puebla, Pue.

## 1. Tipografía como materia de estudio en el diseño gráfico

**A**prender significa adquirir el conocimiento de algo por medio del estudio o de la experiencia; *aprehender es sinónimo de asir, coger o quedarse con algo o alguien;* (**Diccionario de la Real Academia, 2006**) también es sinónimo de “llegar a aprender”, como el momento en que la acción del aprendizaje se consolida. De esta forma la meta además de obtener el conocimiento, es que dicho conocer se vuelva parte de la vida cotidiana del educando. Que se adquiera y se pegue el conocimiento al ser, dejándolo ‘adherido’ al bagaje de conocimientos previos del mismo.

Aprender tipografía requerirá entonces de ejercitar mental y constantemente lo aprendido de la teoría tipográfica, como la selección, clasificación e historia. También se deberán comprender técnicas y dominarlas para desarrollar proyectos de diseño que tomen en cuenta desde su concepción los principios morfotipográficos y microtipográficos. Por último, se debe trabajar simultáneamente en captar la imagen de cada fuente, o por lo menos del estilo para reconocerla en obras y sugerir adecuaciones en su utilización (o intercambio en caso de que dicho material no esté disponible) y en capturar el mensaje que se pretende dar a través del arte negro; esto es que la relación del concepto de determinada familia o paquete de fuentes tipográficas, obedezcan al concepto mismo del proyecto de diseño que se este planteando

## 2. Ejercicio mental

*Se puede considerar que la tipografía es una herramienta concreta del lenguaje, ya que es la representación formal de la escritura.* (**Meléndez, 2009**) Esto le da un valor distinto al de otras herramientas del diseño: la tipografía es asequible y utilizable por todo tipo de público o persona que tenga la necesidad de leer. Es un ejercicio mental continuo que podemos practicar en la escuela, en la lectura científica o por

afición, asistiendo al cine o mirando programas de televisión; la encontramos en vallas publicitarias, en los diccionarios, para encontrar servicios en un directorio, la empleamos para leer la etiqueta de algún producto, las instrucciones de operación de un aparato electrónico e incluso para ganar puntos extra en un video juego.

De ese entorno se deducen dos datos importantes: el primero es la frecuencia de uso de ciertos estilos tipográficos en determinados productos, para emplear similares o contrarios dependiendo de la propiedad (o apropiación) que el tipógrafo quiera ejercer en su diseño; esto es ideal para que el diseñador gráfico resuelva la eterna duda existencial “¿qué tipografía uso?” y deje de darle vueltas a sus fuentes instaladas. (**Barrientos, 2010**)

El segundo hallazgo es para los diseñadores de fuente, pues esta práctica da invaluable información acerca de lo que el mercado demanda y hace evidentes las oportunidades de trabajo. El mejor estudio del mercado tipográfico es el entorno mismo, y la agudeza visual para identificar estas costumbres y tendencias es una habilidad rara, pero totalmente practicable

## 3. Comprensión de la técnica

El diseño no obedece sólo conceptos y formas, existe también una aguda responsabilidad hacia la reproducción. Un gráfico imposible de ser reproducido (o producido) es un gráfico inútil. Es como si no existiera, pues su importancia reside en el momento en que se enfrenta a un público que le emplea y esto es lo que lo hace funcional. En muchas ocasiones el diseñador que carece de conocimiento sobre las técnicas de reproducción entorpece y complica innecesariamente el proceso terminal del diseño. Esto no es nuevo para el terreno de la tipografía, ya que desde el tiempo del propio Gutenberg el diseño, la composición y la reproducción de una obra estaban íntimamente

ligados, para empezar, porque los realizaba la misma persona. Esta necesidad de la existencia física del producto de diseño continúa en nuestros días.

Mucho tiempo invertido, energía desperdiciada, malos entendidos, enemistades con los impresores y sobretodo la impresionante cantidad de dinero derrochado son pérdidas usuales que podrían evitarse si se tomaran en cuenta desde el planteamiento de un proyecto los formatos y la disposición del diseño, el sustrato a emplear, el tipo de vida que tendrá dicho objeto de diseño, la distribución y por supuesto si la reproducción será para proyectarse, en un medio electrónico portátil o si será impresa individualmente, en gran formato o masivamente. Esto además de facilitar procesos hará del trabajo algo más concreto y no tan vago como suele suceder en ciertos casos.

#### 4. Captar la Imagen

Trabajar con fuentes (sean estas para títulos o texto) siempre conlleva emplear formas. Es inherente al diseño de una tipografía y la programación de sus funciones que se esté trabajando con dibujos de letras. Cada rasgo, cada línea y trazo están acomodados de forma tal que las fuentes tipográficas a pesar de ser similares entre sí, logren distinción. Sólo del neófito sería confundir una sans serif geométrica con una humanista veneciana o una pesada letra gótica con una ágil cancillerisca

No tienen algo en común, salvo que son letras. Este es el punto de inflexión entre un usuario regular de la tipografía y el experto, que idealmente será quien se encargue de diseñar y hacer las composiciones a nivel profesional. El experto en tipografía sabrá reconocer cada estilo y detalle tipográfico, pero tendrá la responsabilidad de compartir tal conocimiento con los legos y menos involucrados. Reconocer las funciones de determinados tipos de letra y ubicarles por su uso es la meta primaria: saber cuando usar una fuente para texto y distinguir cuando emplear una de título, junto a las características que tienen, cómo

y cuando usar una tipografía de fantasía y en qué medida. La paranoica reacción ante ciertas fuentes como el odio automático a Comic sans o el amor desenfrenado por Helvetica son muestra inequívoca de que la persona que lo manifiesta, ignora la función como herramienta de dichas fuentes. Toda tipografía es capaz de funcionar en determinadas circunstancias y necesidades. No existe tipografía que sirva para todo así como no existe tipografía que sirva para nada.

En muchos casos y justo como lo dicta el sentido común, en gustos se rompen géneros. O estilos tipográficos.

#### 5. Capturar el mensaje

Hilado automáticamente al tema anterior tenemos el caso del mensaje. Mucho se ha hablado y escrito sobre la función primordial de la tipografía y la manera correcta de ejecutarla; que si es medible o si se puede acceder a ello científicamente, o que si se trata de algún tipo de habilidad divina que viene en cada tipógrafo y tipografista destacado que ha existido en la historia.

Se tiene por un lado a *Beatrice Warde (1956)* diciendo que el oficio tipográfico debe ser transparente y que el mensaje debe aparecer ante el lector sin que este repare a ver que fuente usa o que papel o formato fue usado para ello, de una manera ideal y casi mágica en donde el objeto de diseño adquiere una forma 'natural'. El diseño por si mismo es un artificio, lo que podemos tomar de su famosa analogía de la copa de cristal<sup>5</sup> es la intención de que el diseño no estorbe o distraiga, si acaso no pudiera clarificar los contenidos.

Por otro lado tenemos a *Zuzana Licko (1990)* haciendo énfasis sobre la calidad de la lectura en cuanto a la práctica de realizarla, leemos mejor lo que leemos más, absolviendo casi eclesiásticamente del crimen de la baja lectura al diseñador o componedor de textos. En efecto el usuario marcará la pauta de la

manera en que será empleado el material escrito, pero tampoco debe estar solo, abandonado a su suerte.

El conocimiento 'experto' debe servirle al tipógrafo para comunicar con claridad a los lectores eso que un autor intenta divulgar. Saber de memoria datos personales de la vida de Bodoni, reconocer de inmediato todas y cada una de las versiones de Baskerville que existen o coleccionar especímenes tipográficos como si fueran alguna versión adulta de las estampitas y los álbumes, de nada servirá si dicho diseñador no es capaz de lograr que un anuncio de comida parezca anuncio de comida, o que un manual se vea consultable y sea accesible, y no una pieza tipográfica indescifrable.

literatura alrededor de la tipografía de distinto nivel de especialidad; puede ser desde conocer catálogos de fuentes, seguir la obra de autores experimentales, ahondar en la tipografía y caligrafía expresiva hasta revisar facsímiles de libro antiguo, teorías del diseño y estilo tipográfico, etc., tomando en cuenta autores y ejemplos de distinta nacionalidad, para comparar el entorno en el que el diseño gráfico se desarrolla con respecto a la teoría y práctica de las habilidades tipográficas que se han aprehendido en la universidad y el trabajo cotidiano.

## Conclusiones

Los niveles de experiencia en la tipografía están desgarradoramente relacionados con la práctica y por más investigaciones teóricas que se hagan o por más puras que sean las intenciones del diseñador, éstas palabras se enfrentarán en algún punto a la cruda realidad. Desde el principio del oficio tipográfico la práctica, la teoría, la utilidad y la estética formaron parte del mismo producto.

La aprehensión tipográfica requiere dosis altas de teoría y práctica; la ejecución perfeccionada sólo se puede lograr al ejecutar el oficio tipográfico, pues el estudioso del diseño suele encontrarse con verdaderos callejones sin salida en el mundo de lo laboral, al enfrentar una infinidad de conceptos ajenos a la cálida teoría de los libros con el complejo, sucio, oloroso y arduo trabajo manchado de tinta de los impresores.

Una oportunidad de lograr esto es tener talleres (por lo menos básicos) de aplicación tipográfica de acuerdo a cada necesidad y proyecto que se vaya desarrollando con el programa académico, para que estos conocimientos se utilicen en productos de diseño, haciendo labor complementaria con

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- **Barrientos, Mora, Jesús.** Memorias del Tercer Coloquio sobre tipografía y educación superior. ENCUADRE, Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico. Abril 2010.
- **Chaves, N. (2001).** Enseñar a diseñar o aprender a comunicar. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- **Licko, Zuzana.** Interview by Rudy vander Lans, Emigre 15, California. 1990.
- **Meléndez, García, Carolina.** Escritos en la Facultad año V, vol. 52. Universidad de Palermo, Buenos Aires Argentina. Mayo 2009.
- **Real Academia Española.** Diccionario esencial de la lengua española, Madrid, Espasa Calpe, 2006.
- **Warde, Beatrice. (1956)** The crystal goblet: Sixteen essays on typography. Word Pub. Co, England.