

18

La Bauhaus y la nueva tipografía

En 1914, en vísperas de la Guerra Mundial Henri van de Velde, arquitecto belga del *Art Nouveau* quien dirigió la Escuela de Artes y Oficios de Weimar, renunció a su puesto para regresar a Bélgica. Walter Gropius (1883-1969) de 31 años, fue una de las tres personas que recomendó al Gran Duque de Saxe-Weimar como su posible sustituto. Durante los años de la guerra la escuela permaneció cerrada y no fue sino hasta después del final del conflicto armado, que Gropius, quien ya había ganado reputación internacional por sus diseños de fábrica utilizando de manera diferente el vidrio y el acero, fue confirmado como nuevo director. Se había decidido fusionar las artes aplicadas que orientaban la Escuela de Artes y Oficios de Weimar con

una escuela de bellas artes y formar la Academia de Arte de Weimar. Gropius llamó a la nueva escuela *Das Staatliches Bauhaus*, y se abrió el 12 de abril de 1919 en una época en que Alemania se encontraba en un estado de gran efervescencia. La catastrófica derrota en "la guerra para terminar con todas las guerras" condujo hacia una violenta lucha económica, política y cultural. El mundo prebélico del Káiser estaba muerto y la búsqueda para construir un orden social nuevo penetró todos los aspectos de la vida.

En el Manifiesto de la Bauhaus, publicado en los periódicos alemanes, se estableció la filosofía de la nueva escuela:

La construcción completa es el objetivo final de todas las artes

visuales. Antes, la función más noble de las bellas artes era embellecer los edificios; constituían componentes indispensables de la gran arquitectura. Hoy las artes existen aisladas... Los arquitectos, pintores y escultores deben estudiar de nuevo el carácter compositivo del edificio como una entidad... El artista es un artesano enaltecido. En los escasos momentos de inspiración, la gracia divina motivará que su trabajo florezca como arte trascendiendo su voluntad consciente. Pero el perfeccionamiento de su oficio es esencial para cualquier artista. En esto reside la fuente principal de la imaginación creativa.

Gropius buscó una nueva unidad entre el arte y la tecnología reconociendo las raíces comunes tanto de las bellas artes como de las artes aplicadas, ya que él se adhirió a

la generación de artistas con el fin de resolver los problemas de diseño visual creados por el industrialismo. Como Gropius pensaba que sólo las ideas más brillantes eran lo suficientemente buenas como para justificar su multiplicación por medio de la industria, se esperaba que un diseñador instruido artísticamente pudiera "hacer vivir un espíritu dentro del producto inerte de la máquina".

La Bauhaus era la consecuencia lógica de la inquietud alemana por mejorar el diseño dentro de una sociedad industrial que vio sus orígenes en el principio del siglo. En el año 1907 el arquitecto y escritor Hermann Muthesius (1861-1927) desempeñó un papel clave en la fundación del Deutsche Werkbund en Munich. Profundamente interesado por elevar el nivel del diseño y del gusto del público, el Werkbund contrató a arquitectos, artistas, funcionarios públicos y de la industria, educadores y críticos. Mientras el movimiento inglés de Artes y Oficios creía que la artesanía era superior a la producción mecánica, el Werkbund propugnaba que debían reconocerse las diferencias entre ambas. Muthesius argüía apasionadamente a favor de la estandarización y del valor de la máquina con fines de diseño. Veía que la simplicidad y la exactitud eran tanto una demanda funcional de la fabricación mecánica como un aspecto simbólico de la eficiencia y del poder industrial del siglo xx. La intención de la Werkbund era forjar una unidad entre los artistas y artesanos con la industria, para elevar las cualidades funcionales y estéticas de la producción en masa, particularmente para el consumidor de productos de bajo costo.

Peter Behrens fue una figura capital en el establecimiento del Werkbund. En el año 1907, Gropius comenzó como asistente en el despacho del arquitecto Peter Behrens y continuó así durante tres años. La defensa de una nueva objetividad por parte de Behrens y sus teorías acerca de la proporción, tuvieron un tremendo impacto en el



Figura 18.1. Cartel para la exposición Deutsche Werkbund (1914), de Peter Behrens. Behrens recurrió a la alegoría clásica para representar al diseñador como el portador de una antorcha, en armonía con el punto de vista de la Werkbund de que el diseño era una fuerza para instruir y humanizar a la sociedad. El subtítulo reza: "Arte en la artesanía, la industria y el comercio-arquitectura". Colección de carteles, Biblioteca del Congreso, Washington, D. C.

desarrollo del pensamiento del joven Gropius.

Henri van de Velde también ejerció una influencia importante. Durante la década del año 1890, él declaró que el ingeniero era el nuevo arquitecto e hizo un llamado al diseño lógico para emplear tecnologías nuevas y materiales científicos: hormigón armado, acero, aluminio y linóleoum.

LA BAUHAUS EN WEIMAR

Los años de la Bauhaus en Weimar (1919-1924) fueron intensamente visionarios. Caracterizados por un deseo utópico de crear una sociedad espiritualmente nueva, la primera Bauhaus buscaba una unidad innovadora entre artistas y artesanos para construir el futuro. Se impartieron cursos sobre vidrio de

color, madera y metal dirigidos por un artista y un artesano y estaban organizados conforme a las líneas *Bauhütte* de la época medieval maestro, oficial y aprendiz. La catedral gótica representaba la realización del anhelo del hombre de crear una belleza espiritual que fuera más allá de la utilidad y la necesidad, y simbolizó la integración de la arquitectura, la escultura, la pintura y las artes manuales. Gropius estaba profundamente interesado en el potencial simbólico de la arquitectura y en la posibilidad de un estilo de diseño universal como un aspecto integral de la sociedad.

Cuando en los años 1920 y 1922 los pintores Paul Klee (1879-1940) y Wassily Kandinski se unieron al personal, se integraron al vocabulario del diseño ideas avanzadas acerca de la forma, el color y el espacio. Klee comparó el arte visual moderno con la obra de las culturas primitivas y de los niños para crear dibujos y pinturas cargados de comunicación visual. La convicción de Kandinski en la autonomía y los valores espirituales del color y de la forma, habían llevado su pintura a una emancipación decidida de los motivos y los elementos representacionales. En la Bauhaus, no se hacía distinción entre las bellas artes y el arte aplicado.

Lo fundamental de la educación en la Bauhaus era el curso preliminar, establecido inicialmente por Johannes Itten (1888-1967). Sus objetivos eran liberar las aptitudes creativas de cada estudiante, desarrollar una comprensión de la naturaleza física de los materiales y enseñar los principios fundamentales del diseño, que son la base de todo arte visual. Itten puso énfasis en los contrastes visuales y en el análisis de las pinturas del antiguo maestro. La metodología de Itten de la experiencia directa, buscaba desarrollar la conciencia perceptiva, la capacidad intelectual y la experiencia emocional. En el año 1923, Itten abandonó la Bauhaus debido a un desacuerdo con el manejo de este curso. La Bauhaus estaba evolucionando de un interés



Figura 18.2. Primer sello de la Bauhaus (1919), atribuido a Johannes Auerbach. El estilo y el conjunto de imágenes de este sello expresan las afinidades medievales y artesanales de la primera Bauhaus. Este diseño proviene de un concurso de estudiantes de diseño.

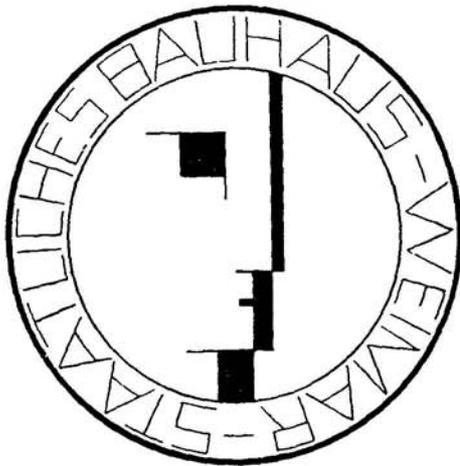
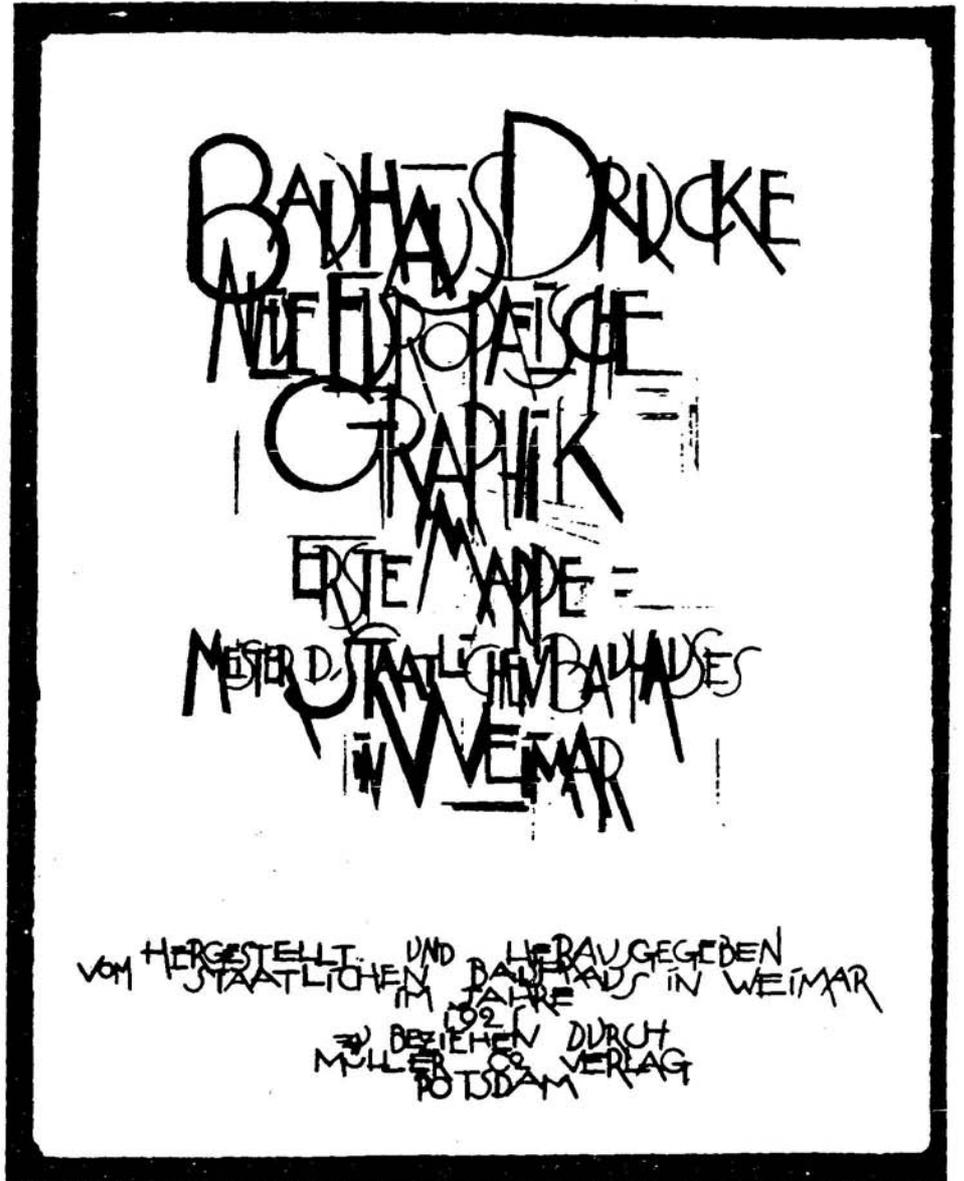


Figura 18.3. Último sello de la Bauhaus (1922), de Oscar Schelemmer. La comparación de los dos sellos demuestra cómo los diseños gráficos pueden expresar ideas, ya que el último sello se relaciona con el estilo geométrico y los conceptos de diseño para la producción en masa, que estaban surgiendo en la Bauhaus en esos momentos.

por el medievalismo, el expresionismo y la artesanía hacia un mayor énfasis en el racionalismo y el diseño de máquinas. Gropius comenzó a considerar el misticismo de Itten como de "otro mundo", incongruente con el interés naciente por un lenguaje objetivo en el diseño, capaz de vencer los peligros de estilos pasados y del gusto personal.



Ya en la primavera del año 1919, el profesor de la Bauhaus Lyonel Feininger (1871-1956) se percató de la corriente *De Stijl* y comenzó a dar a conocer este movimiento entre la comunidad de la Bauhaus. La Bauhaus y la corriente *De Stijl* tenían objetivos similares y, a fines del año 1920, Van Doesburg se trasladó a Weimar y estableció contacto con la Bauhaus. Él deseaba dar clases, pero Gropius sintió que Van Doesburg era demasiado dogmático al insistir en una geometría estricta y un estilo impersonal. Pensaba evitar enérgicamente la creación de un estilo Bauhaus o la imposición de

Figura 18.4. Portada con base en un grabado en madera para *Europäische Graphik*, año 1921, de Lyonel Feininger. El diseño gráfico durante los primeros años de la Bauhaus refleja su orientación hacia el expresionismo y las artesanías. Museo de Arte Moderno en Nueva York.

un estilo a los estudiantes. Incluso como extranjero, Van Doesburg causó un fuerte impacto en la Bauhaus por permitir que su casa se convirtiera en un lugar de reunión para estudiantes y profesores de la Bauhaus, así como por enseñar los principios *De Stijl*. Las áreas del diseño de mobiliario y la tipografía fueron especialmente influenciadas por la corriente *De Stijl*. Esta influencia entre los profesores y los



Figura 18.5. Cartel para la exposición de la Bauhaus (1923), de Joost Schmidt. En el diseño de este cartel, hecho por un estudiante, para la famosa exposición son evocados el constructivismo y un sentimiento de formas mecánicas. Museo de Arte Moderno en Nueva York.

estudiantes probablemente sirvió de apoyo a los esfuerzos hechos por Gropius para disminuir la influencia de Itten.

Los conflictos continuos entre la Bauhaus y el gobierno llevaron a las

autoridades a insistir en que aquella debía montar una exhibición de primera magnitud para demostrar sus logros. Para esta exposición en el año 1923, a la que asistieron 15 000 personas y dio reconocimiento mundial a la Bauhaus, el medievalismo romántico y el expresionismo estaban siendo reemplazados por un énfasis en el diseño aplicado, al grado de que Gropius cambió el lema "Por la unidad del arte y la artesanía" por el de "Arte y tecnología, una unidad nueva".

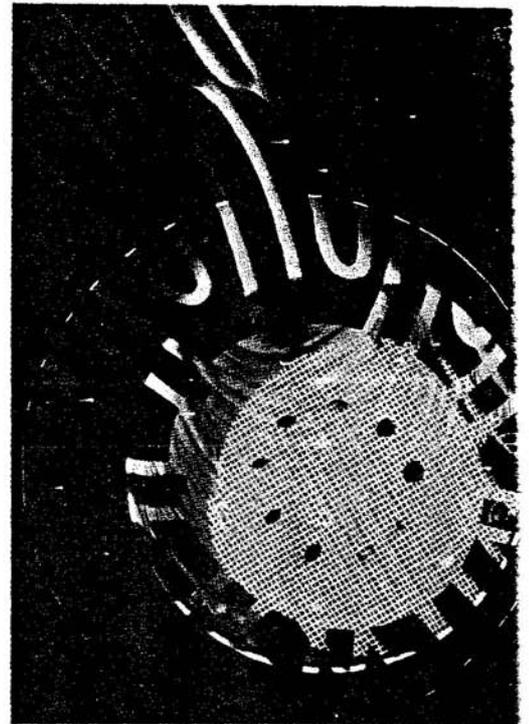


Figura 18.6. Fotograma, año 1922, de Laszlo Moholy-Nagy. La luz se volvió un medio maleable para generar diseños y formas. George Eastman House en Rochester, N.Y.

EL IMPACTO DE LASZLO MOHOLY-NAGY

En ese mismo año, quien reemplazó a Itten como director del curso preliminar fue el constructivista húngaro Laszlo Moholy-Nagy. Experimentador incansable, Moholy-Nagy exploró la pintura, la fotografía, la película cinematográfica, la escultura y el diseño gráfico.

El uso de materiales nuevos como el plexiglás, las técnicas innovadoras como el foto montaje y el fotograma, así como medios visuales, incluso el movimiento cinético, la luz y la transparencia fueron abarcados por este pensador extraordinario. Joven y claro al hablar, la presencia de Moholy-Nagy en la facultad tuvo una marcada influencia en la evolución de la enseñanza y la filosofía de la Bauhaus y se convirtió en el "Primer Ministro" de Gropius en la Bauhaus, ya que el director pugnaba por una unidad nueva entre el arte y la tecnología.

La pasión de Moholy-Nagy por la tipografía y la fotografía inspiraron el interés de la Bauhaus en la comunicación visual y la condujeron a realizar experimentos importantes en la unidad de la tipografía y la fotografía. Moholy-Nagy veía al diseño gráfico, especialmente al cartel, evolucionar hacia la *fototipografía*. A esta integración objetiva de la palabra y la imagen, para comunicar un mensaje con independencia absoluta, la llamó "nueva literatura visual". El cartel de un neumático del año 1923 es una fototipografía experimental.

En el año 1923, escribió que la presentación objetiva de los hechos por medio de la fotografía podía liberar al espectador de la dependencia de la interpretación de otra persona. Veía la influencia de la fotografía en el diseño del cartel —que necesita de la comunicación instantánea— por intermedio de las técnicas de ampliación, distorsión, disolvencias, la doble exposición y el montaje. En la tipografía, abogaba por los contrastes fuertes y el uso audaz del color. Hizo hincapié en la

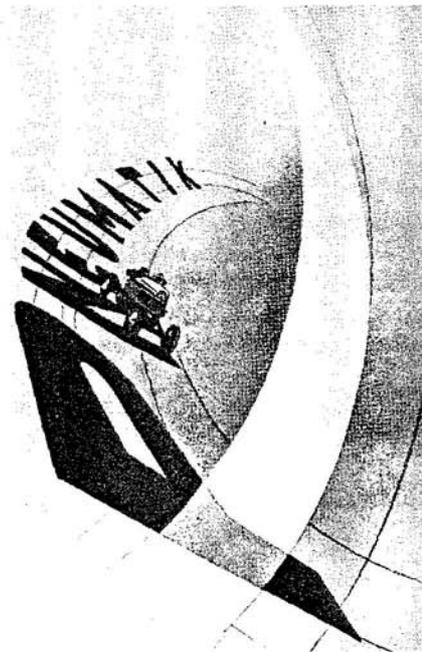


Figura 18.7. Cartel para llantas (1923), de Laszlo Moholy-Nagy. La integración de letras, fotografía y elementos de diseño logró una comunicación inmediata y unificada. Museo de Arte Moderno en Nueva York.



Figura 18.8. Autorretrato, año 1924, de Laszlo Moholy-Nagy. En este fotograma hecho con papel rasgado, el tono se convierte en un medio visual para formar una imagen. George Eastman House en Rochester, N.Y.

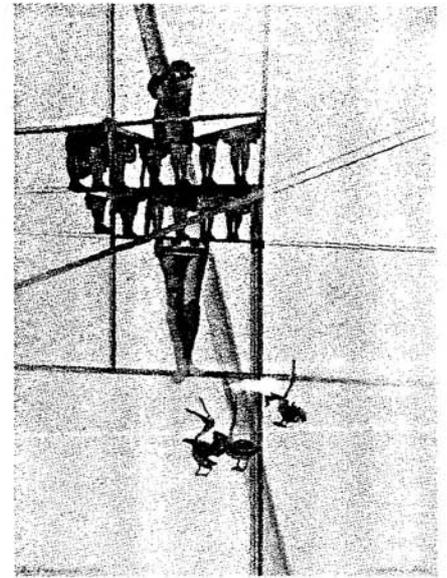


Figura 18.10. La fundación del mundo, año 1927, de Laszlo Moholy-Nagy. En esta fotoplástica satírica, Moholy-Nagy nos muestra unos "super-gansos (pelicanos) graznantes" observando "la simplicidad del mundo construido como un espectáculo de piernas". George Eastman House en Rochester, N.Y.



Figura 18.9. Propuesta para la portada de *Broom*, año 1923, de Laszlo Moholy-Nagy. Este diseño para la revista de vanguardia muestra cuán profundamente Moholy-Nagy comprendió el nuevo vocabulario visual del diseño cubista y de El Lissitzky.

claridad absoluta de la comunicación sin nociones estéticas preconcebidas.

Gropius y Moholy-Nagy colaboraron como editores en la *Staatliches Bauhaus en Weimar, 1919-1923*, la primera publicación de la imprenta Bauhaus. Este historial de los primeros años fue diseñado por Moholy-Nagy y la portada fue hecha por un estudiante, Herbert Bayer (nacido en 1900). En este volumen, Moholy-Nagy contribuyó con una declaración importante acerca de la tipografía. Afirmaba que

la tipografía es un instrumento de comunicación. Debe ser la comunicación en su forma más intensa. Se debe poner énfasis en la claridad absoluta... La legibilidad y la comunicación nunca deben ser deterioradas por una estética *a priori*. Las letras nunca deben estar forzadas dentro de una armazón preconcebida, por ejemplo, un cuadrado. En el diseño gráfico, abogaba por "el empleo legítimo sin inhibiciones de todas las direcciones lineales (no sólo en formación horizontal). Nosotros utilizamos todos los tipos de letra en



Figura 18.11. Diseño de cubierta del primer libro de la Bauhaus (1923), de Herbert Bayer. Las letras construidas geométricamente están contenidas en un cuadrado.

Museo de Arte Moderno en Nueva York.

todos sus tamaños, formas geométricas, colores, etc. Queremos crear un lenguaje nuevo de la tipografía cuya elasticidad, variabilidad y frescura en la composición tipográfica sean dictadas exclusivamente por las leyes internas de la expresión y del efecto óptico”.

En los años 1922-1923, Moholy-Nagy recibió un pedido de una compañía (de letreros) para realizar tres pinturas. Éstas fueron ejecutadas a partir de sus composiciones en papel cuadrulado con tonos seleccionados del catálogo de colores de esmalte para porcelana de la firma. Esto era congruente con su teoría de que la esencia del arte y del diseño era el concepto, no la ejecución, y de que ambos podían ser separados. A partir del año 1929 Moholy-Nagy se guió por esta convicción, cuando contrató a un asistente, Gyorgy Kepes (nacido en 1906), para completar sus encargos de diseño.

Como fotógrafo de fijax, Moholy-Nagy empleaba la cámara como un instrumento de diseño. Convencionales ideas de composición aparecían en un orden imprevisto, principalmente por medio del uso de la luz (y algunas veces, de las sombras) para diseñar el espacio. La perspectiva normal fue reemplazada por el ojo de un gusano, el ojo de un pájaro, acercamientos extremos y puntos de vista angulosos. La aplicación del nuevo lenguaje de la visión a las formas percibidas en el mundo caracteriza su obra fotográfica ordinaria. Como se aprecia en *Sillas en Margate* la textura, la interacción de la luz y la sombra, así como la repetición, son cualidades de sus



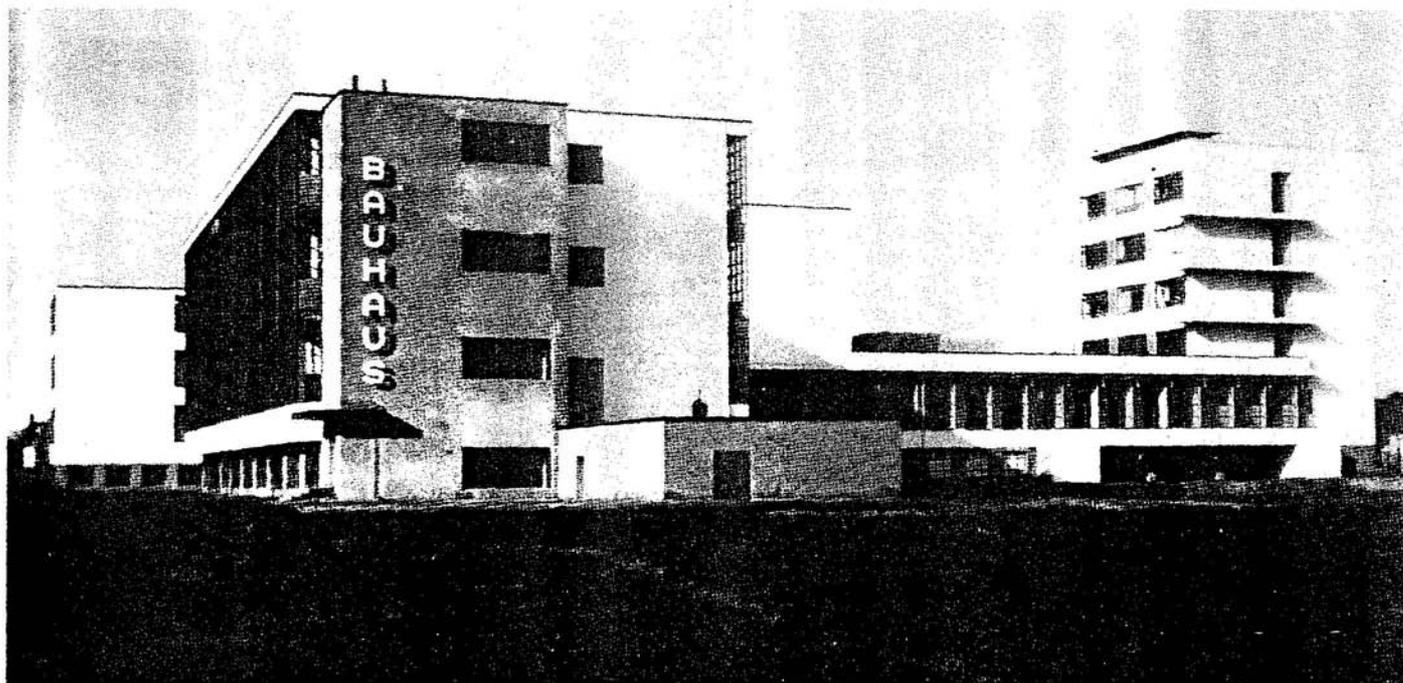
Figura 18.12. Portada para el primer libro de la Bauhaus (1923), de Laszlo Moholy-Nagy. La estructura de la página está basada en una serie rítmica de ángulos rectos. Para crear un segundo plano tipográfico las líneas son aplicadas a dos palabras.

Museo de Arte Moderno en Nueva York.



Figura 18.13. *Sillas en Margate*, año 1935, de Laszlo Moholy-Nagy. Moholy-Nagy exploró la yuxtaposición de dos imágenes para crear un contraste de modelo y textura, así como para introducir un proceso de tiempo y cambio en la imagen bidimensional.
George Eastman House, Rochester, N.Y.

Figura 18.14. Edificio de la Bauhaus en Dessau (1925-1926), de Walter Gropius. Considerado como un acontecimiento culminante en la historia de la arquitectura, el edificio de la Bauhaus estaba constituido por módulos –talleres, salones de clase, dormitorios y estructuras administrativas– unificados en un todo.
Museo de Arte Moderno en Nueva York.



fotografías. Moholy-Nagy antagónizaba con los pintores de la Bauhaus por proclamar la victoria final de la fotografía sobre la pintura.

En el año 1922 comenzó a experimentar con fotogramas; al año siguiente inició su *fotoplástica*. Moholy-Nagy veía al fotograma como una representación de la esencia de la fotografía. Sin cámara, el artista puede capturar la interacción copiada de luz y sombra sobre una hoja de papel fotosensible. Los objetos usados por Moholy-Nagy para crear fotogramas fueron escogidos por sus propiedades para modular la luz y cualquier referencia a los objetos que formaban los modelos en negro, blanco y gris o al mundo exterior se desvanecían en una expresión de un modelo abstracto.

Moholy-Nagy consideraba su fotoplástica no como una técnica del collage, sino como un proceso deformado para alcanzar una expresión novedosa, que podía ser más creativa y más funcional que la fotografía directamente imitativa. La fotoplástica podía ser humorística, visionaria, persuasiva o intelectual. Comúnmente, tiene añadiduras dibujadas, asociaciones complejas y yuxtaposiciones sorprendentes.

LA BAUHAUS EN DESSAU

La tensión que había existido desde un principio entre la Bauhaus y el gobierno turingiano se intensificó cuando uno nuevo, más conservador, llegó al poder y trató de imponer condiciones inaceptables para la Bauhaus. El 26 de diciembre de 1924, el director y todos los maestros firmaron una carta de renuncia efectiva para el primero de abril de 1925, fecha en que expiraban sus contratos. Dos semanas más tarde, los estudiantes enviaron una carta al gobierno, informándole que desertarían junto con los maestros. Gropius negoció la reubicación de la Bauhaus con el doctor Fritz Hesse, alcalde del pequeño pueblo provincial de Dessau. Fue construido un complejo

nuevo de edificios y se reorganizó el plan de estudios. En abril del año 1925, parte del equipo fue trasladado, junto con los profesores y los estudiantes, de Weimar a Dessau y el trabajo comenzó inmediatamente con medios provisionales.

Durante el periodo Dessau (1925-1932), la identidad y la filosofía de la Bauhaus se desarrollaron completamente. Las influencias de *De Stijl* y los constructivistas eran obvias, pero la Bauhaus no copió solamente estos movimientos. Más bien, entendió de manera clara los principios formales que ya habían sido desarrollados, para aplicarlos inteligentemente a problemas de diseño. Para manejar la venta de originales del taller para la industria se creó la organización de negocios Corporación Bauhaus. Las ideas que fluían en abundancia de la Bauhaus impactaban la vida y el diseño de productos, mobiliario de acero, arquitectura funcional y la tipografía del siglo xx. Los maestros cambiaron su nombre por el de profesores, y el sistema inspirado en el maestro medieval, oficial y aprendiz, fue abandonado. En el año 1926, la Bauhaus recibió el nombre de *Hochschule for Gestaltung* (Escuela Superior de la Forma) y se inició la publicación de la revista *Bauhaus*.

Esta revista y las series de 13 libros de la Bauhaus —todos excepto dos que fueron diseñados por Moholy-Nagy— se convirtieron en vehículos importantes para difundir las ideas avanzadas acerca de la teoría del arte y sus aplicaciones a la arquitectura y al diseño.

Klee, Van Doesburg, Mondrian, Gropius y Moholy-Nagy fueron editores o autores de algunos volúmenes de estas series de libros de la Bauhaus.

Josef Albers (1888-1976), fue uno de los cinco primeros estudiantes que fueron designados maestros, impartió un curso preliminar sistemático investigando las cualidades para la construcción de los materiales; Marcel Breuer (1902-1981), director del taller de mobiliario, fue el inventor de los muebles tubulares de

acero, mientras que Herbert Bayer, se convirtió en profesor del flamante taller de tipografía y diseño gráfico. En Weimar, Gropius había notado el interés de Bayer por los dibujos lineales y fue Gropius quien lo alentó con algún encargo ocasional, así que la inquietud tipográfica de Bayer precedió el traslado a Dessau.

Para ayudar a balancear el presupuesto de la Bauhaus, además de solicitar trabajos de impresión de los negocios en Dessau, junto con métodos funcionales y constructivistas Bayer introdujo al taller notables innovaciones en el diseño tipográfico.

Se utilizaban casi exclusivamente fundiciones *sans-serif* y Bayer diseñó un tipo universal que redujo el alfabeto a formas claras, simples y construidas racionalmente.

Bayer eliminó las letras mayúsculas en el año 1925, arguyendo que imprimimos y escribimos con dos alfabetos (mayúsculas y minúsculas) que son incompatibles dentro del diseño, y que empleamos dos signos totalmente diferentes (*A* mayúscula y *a* minúscula) para expresar el mismo sonido hablado. Experimentó con una composición de letras niveladas a la izquierda y desiguales a la derecha, sin justificación del espaciado de las letras.

Para establecer una jerarquía de énfasis, determinada por una apreciación objetiva de la importancia relativa de las palabras, usaba contrastes extremos en el tamaño y la negrura de los tipos.

Empleaba barras, líneas, puntos y cuadrados para subdividir el espacio, unificar elementos diversos y llamar la atención hacia los elementos importantes.

Prefería las formas elementales y la utilización del negro con un matiz de brillo puro. La composición abierta en una red implícita y un sistema de tamaños para tipos, reglas e imágenes gráficas daban unidad a los diseños. El periodo de Bayer en la Bauhaus se caracterizó por la composición dinámica con horizontales y verticales pronunciadas.

Figura 18.15. Propuesta para una estación de tranvías y un puesto de periódicos (1924), de Herbert Bayer. Diseñada para la producción en masa económica, esta estructura combina un área de espera abierta, un puesto de periódicos y paneles de publicidad en la azotea con una breve unidad modular.

Museo de Arte Moderno en Nueva York.

LOS AÑOS FINALES DE LA BAUHAUS

En el año 1928, Walter Gropius renunció a su cargo para reanudar la práctica privada de la arquitectura. Al mismo tiempo, Bayer y Moholy-Nagy se fueron a Berlín, donde el diseño gráfico y la tipografía fueron muy importantes en sus actividades. Joost Schmidt (1893-1948), uno de los primeros estudiantes, sucedió a Bayer como

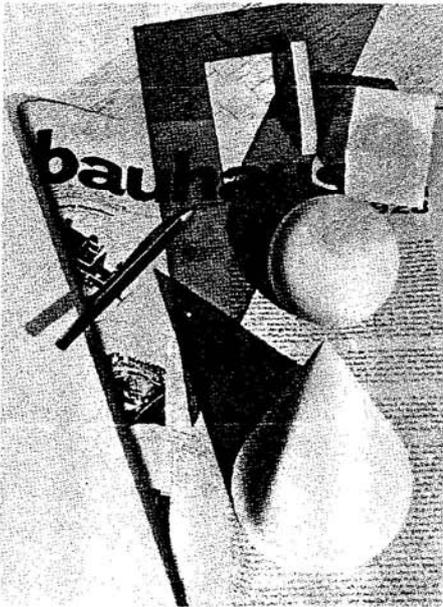
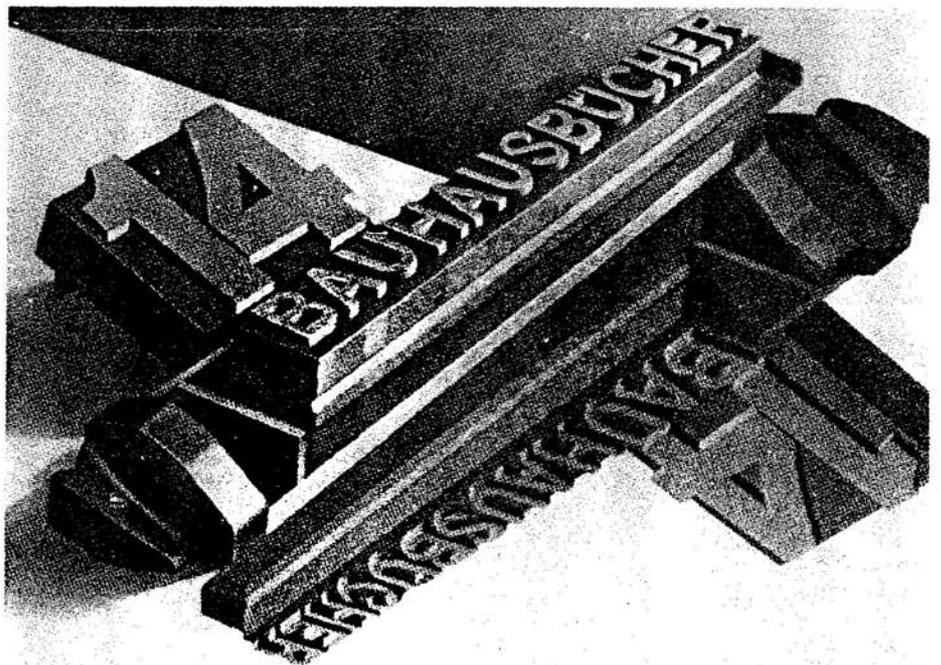
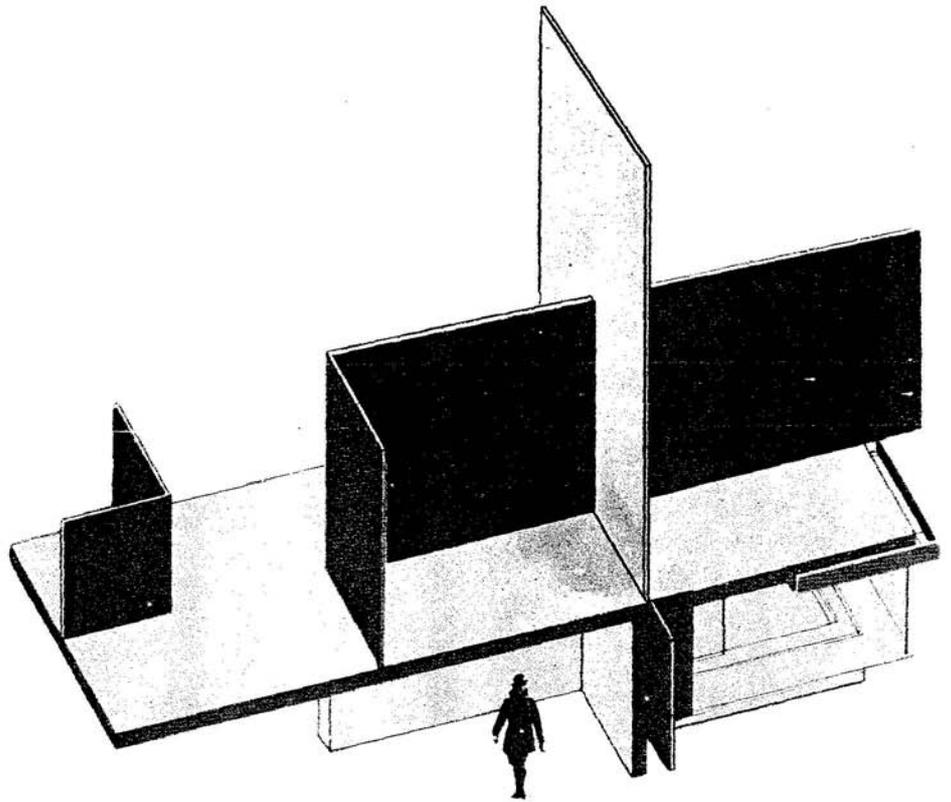


Figura 18.16. Portada para la revista *Bauhaus*, año 1928, de Herbert Bayer. Una página de tipografía se une a los instrumentos del diseñador y las formas geométricas básicas para formar una naturaleza muerta fotográfica. Este diseño, compuesto frente a la cámara en lugar de una mesa de dibujo, logra una integración de la tipografía y la fotografía raramente vista.

Archivo Bauhaus en Berlín.

Figura 18.17. Portada del folleto *Libro Bauhaus 14*, año 1929, de Laszlo Moholy-Nagy. Dos fotografados de tipo de metal colado crean juntos una configuración espacial insólita. La tinta de color azul está impresa encima del numeral superior 14.

Archivo Bauhaus en Berlín



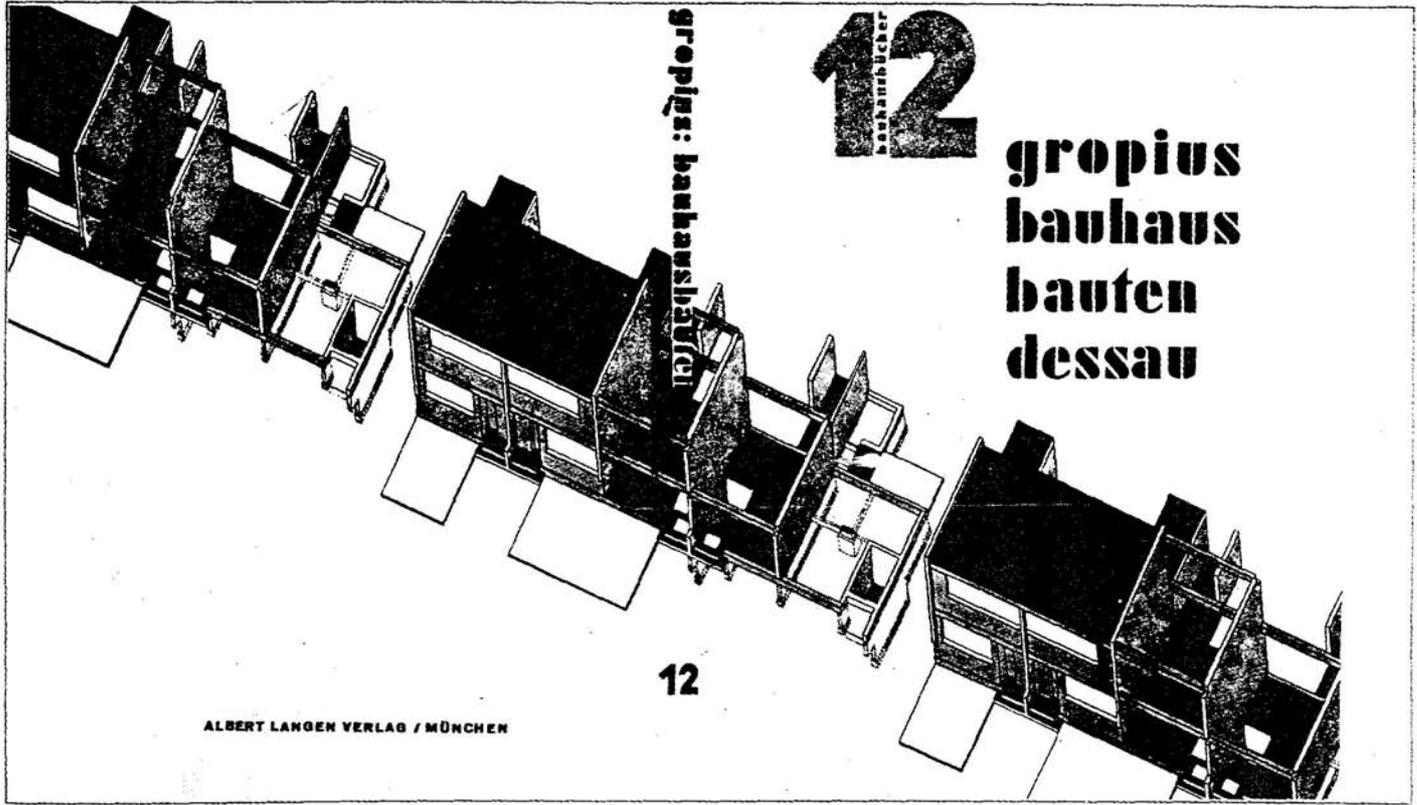
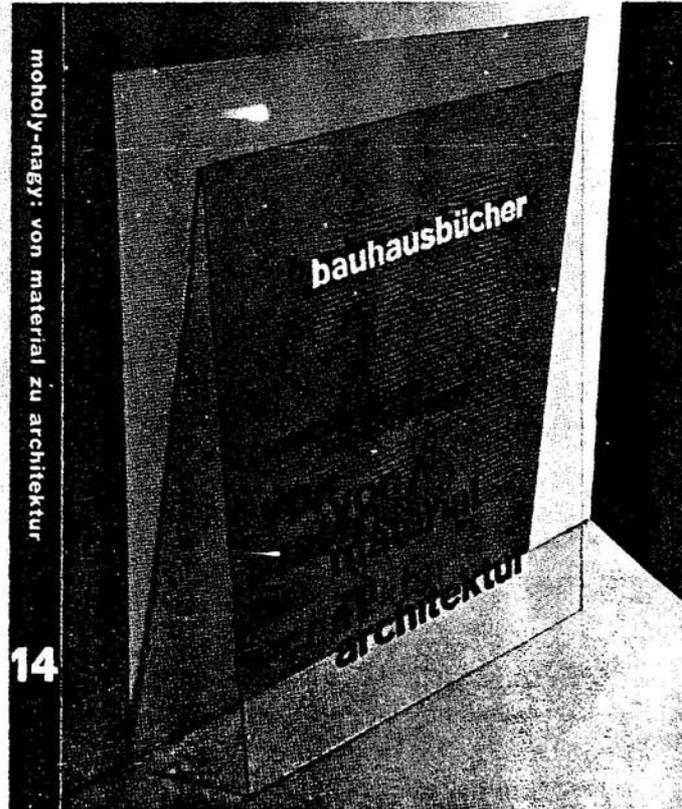
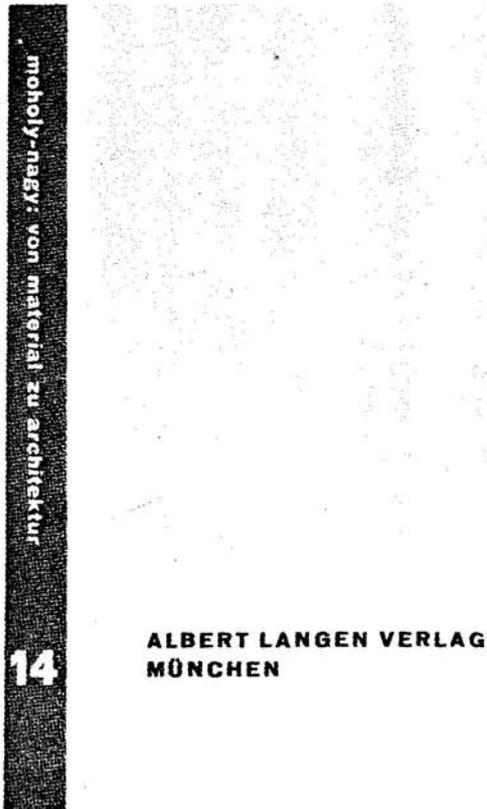


Figura 18.18. Sobrecubierta para el Libro *Bauhaus 12*, año 1925, de Laszlo Moholy-Nagy. Impreso en papel traslúcido para calcas de arquitectura en tintas de colores rojo y negro, este diseño presenta el concepto de vivienda modular de Gropius en una diago-

nal cortante. Esta utilización de métodos de fabricación industrial para la vivienda doméstica combinaba los propósitos económicos y sociales con el funcionalismo y la estética estructural. *Archivo Bauhaus en Berlín.*

Figura 18.19. Sobrecubierta para el Libro *Bauhaus 14*, año 1929, de Laszlo Moholy-Nagy. Para comunicar las propiedades de la arquitectura moderna, Moholy-Nagy fotografió tipografía sobre material transparente, proyectando una sombra sobre un plano de color rojo. *Archivo Bauhaus en Berlín.*



band 8
der
bauhausbücher
moholy-nagy
malerei
fotografie
film
zweite auflage
drittes bis fünftes
tausend
druckjahr 1929
in leinen
gebunden 200 S.



Figura 18.20. Cartel para una exposición (1926), de Herbert Bayer. A partir del análisis cuidadoso del contenido se desarrolla una jerarquía de comunicación. La tipografía está organizada en una progresión funcional de tamaños y negruras desde la información más importante hasta los detalles de apoyo. Museo de Arte Moderno en Nueva York.

maestro de tipografía y diseño gráfico. Él se alejó de las ideas estrictamente constructivistas e introdujo gran variedad de fundiciones de tipos. Bajo la tutela de Schmidt, el diseño de exhibición era sobresaliente, quien dio unidad a esta forma por medio de paneles estandarizados y de la organización con sistemas reticulares.

En el año 1927, la dirección de la Bauhaus fue asumida por Hannes Meyer (1889-1954), un arquitecto suizo con sólidas convicciones socialistas, que había sido contratado

para organizar el programa arquitectónico. Para el año 1930, los conflictos con las autoridades municipales forzaron a Meyer a renunciar. Mies van der Rohe (1886-1969), un prominente arquitecto berlinés —cuya afirmación acerca del diseño de que “menos es más” se constituyó en la actitud principal en la arquitectura del siglo xx— se convirtió en director.

En el año 1931, el partido nazi dominaba el Concejo de la Ciudad de Dessau y canceló los compromisos con los profesores de la Bauhaus en el año 1932. Mies trató de dirigir la Bauhaus en una fábrica de teléfonos vacía en Berlín-Steglitz, pero el acoso nazi hizo insostenible su continuación. La Gestapo exigía que “los bolcheviques culturales” fueran destituidos y reemplazados por simpatizantes nazis. Los profesores

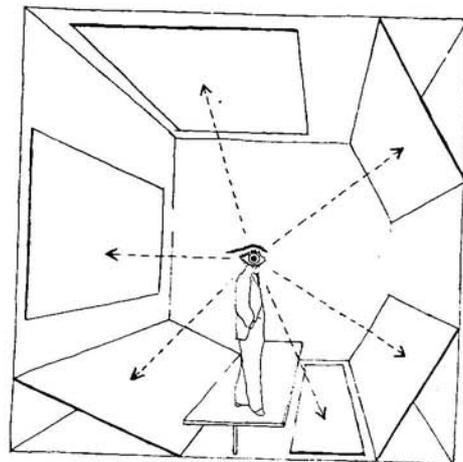


Figura 18.21. Concepto de campo extendido de la visión (1938), de Herbert Bayer. Bayer disolvió los muros estáticos de los cuartos para exposición al usar paneles de exhibición planeados para abarcar el campo total de visión del observador.

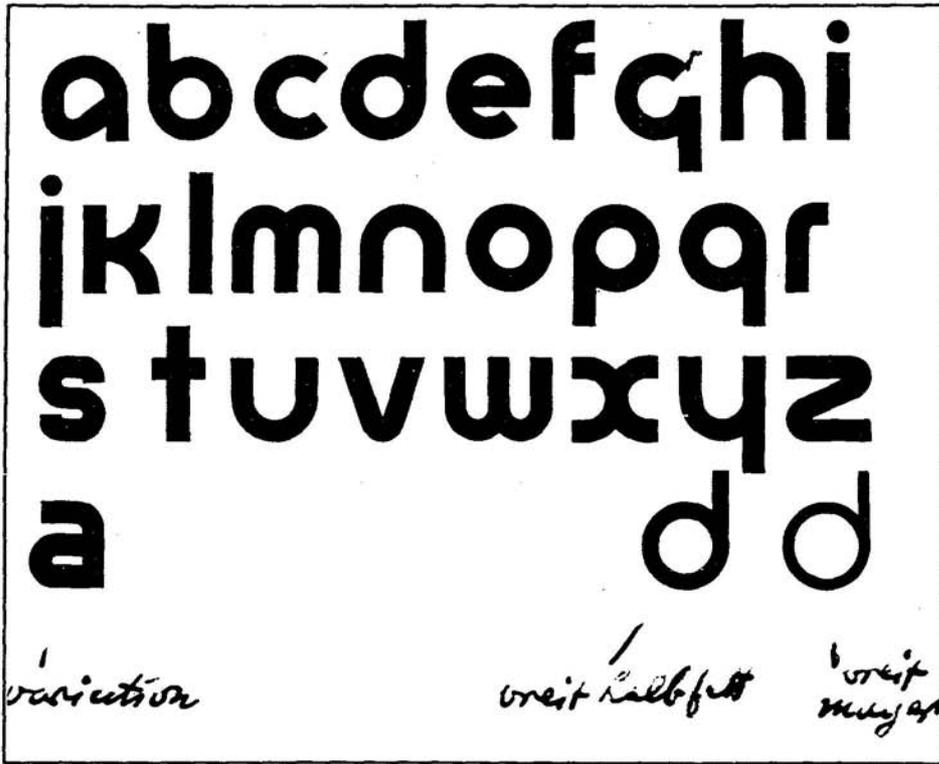


Figura 18.22. Alfabeto universal (1925), de Herbert Bayer. Este experimento de reducir el alfabeto a un juego de caracteres construidos geométricamente tiene diferencias entre las letras para una mayor legibilidad. Las formas más bajas muestran

diferentes negruras. Más tarde, Bayer desarrolló variaciones como los estilos de negritas condensadas, de tipo de máquina y manuscrito que aquí se muestran. Museo de Arte Moderno en N.Y.

abc def ghi
 jklmno pqr
 stuvwxyz
 aa dd

wir beabsichtigen eine serie
 verschiedener seifen in weis
 sen kartons....

aa bb ccd eeffggy
 hijkk lmnnoopy
 qrrsstu vwxyz
 wir beabsichtigen eine
 serie verschiedener seifen
 in weissen kartons auf
 dem markt zu bringen.

FORME EE
 DARKA AA
 TENSIN IN
 CONDITIN
 WRITIN IN
 HAN IN
 TRANSITIN

AN ALFABET KO-ORDINÄTIN FONETIKS
 AND VISIN WIL BE Æ MOR EFEKTIV
 TUL OF KOMUNIKÄTIN

Figura 18.23. Símbolos fonéticos para sílabas (1959), de Herbert Bayer. Las posibilidades lingüísticas de la evolución futura del alfabeto fueron exploradas mediante la invención de ligados que podían representar sonidos, creados por combinaciones de letras. Herbert Bayer © 1967, en Reinhold.

Figura 18.24. Símbolo para el taller de vidrio de color de Kraus (1923), de Herbert Bayer. Una línea horizontal divide un cuadrado en dos rectángulos. El rectángulo superior tiene un radio de 3 a 5 de la sección áurea. Cada rectángulo está dividido también por una vertical para formar un cuadrado y un rectángulo más pequeños. Se logra una armonía de la proporción y el balance con un mínimo de medios. Herbert Bayer © 1967, en Reinhold.

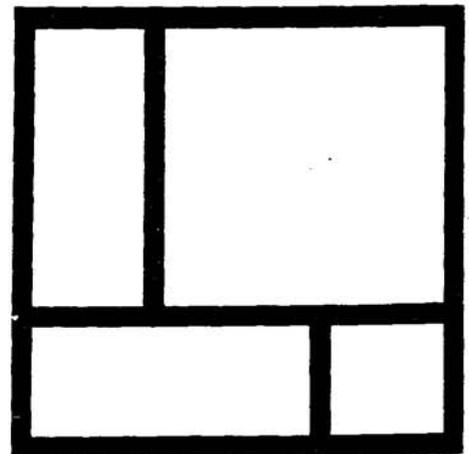




Figura 18.25. Bilete para el Banco Estatal de Turingia (1923), de Herbert Bayer. En Alemania la inflación explosiva de la posguerra exigía billetes de banco de gran denominación. Para minimizar la posibilidad de la duplicación fotomecánica el nuevo diseño de Bayer —aquí se muestra con el diseño al que reemplazó— sobreprió el color rojo con el color negro.
Museo de Arte Moderno en Nueva York.

Figura 18.26. Portada para la revista *Bauhaus*, año 1929, de Joost Schmidt. El formato diseñado por Schmidt para la revista permitió el uso efectivo de diferentes tamaños y formas de las imágenes en los dos tercios inferiores de la portada.
Archivo Bauhaus en Berlín.

votaron por disolver la Bauhaus y fue cerrada el 10 de agosto de 1933, con un aviso para los estudiantes de que los profesores estarían disponibles para consulta si era necesario. Así terminó la escuela de diseño más importante de este siglo. La nube creciente de la persecución nazi llevó a muchos profesores de la Bauhaus a unirse a los artistas e intelectuales que huyeron hacia los Estados Unidos. En el año 1937, Gropius y Marcel Breuer estaban dando clases de arquitectura en la Universidad de Harvard y Moholy-Nagy estableció la Nueva Bauhaus (ahora el Instituto de Diseño) en Chicago. Un año más tarde, Herbert Bayer inició la fase norteamericana de su carrera como diseñador. Este éxodo por el Atlántico iba a tener un impacto significativo en el diseño estadounidense después de la Segunda Guerra Mundial.

Los logros y las influencias de la Bauhaus trascendieron sus 14 años de vida, sus 33 profesores y sus cerca de 1 250 estudiantes. Creó un estilo de diseño viable, moderno, que ha influido en la arquitectura, el diseño de productos y la comunicación visual. Desarrolló un enfoque nuevo de la educación visual, así como la preparación de la clase y los métodos de enseñanza por los profesores constituyeron su



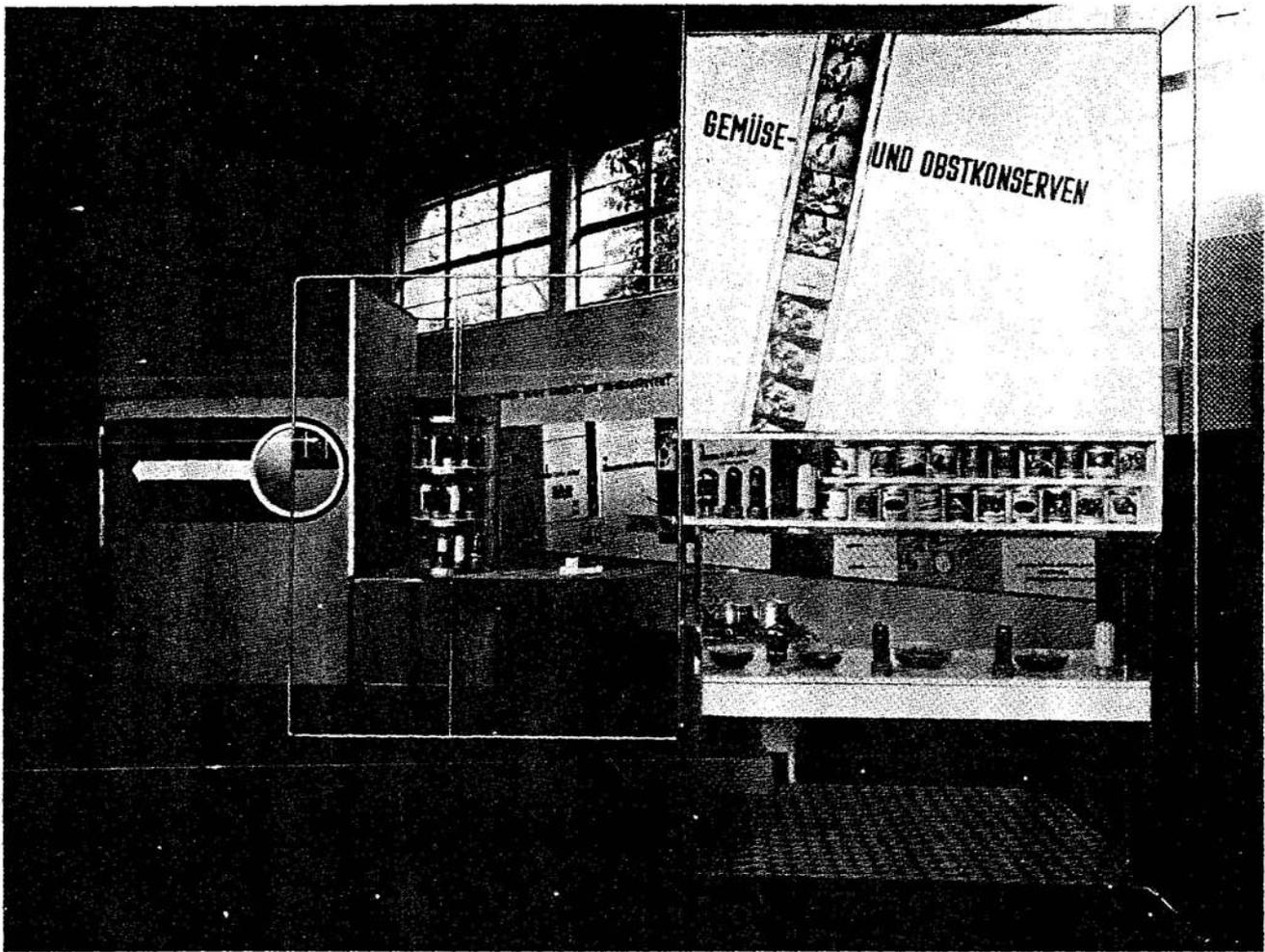


Figura 18.27. Exposición para la Asociación Industrial de Fabricantes de Productos Enlatados (1930), de Joost Schmidt. Auxiliado por los talleres de estructuras metálicas, de escultura y de ebanistería, Schmidt llevó a los estudiantes de diseño, de impresión y de exhibiciones a crear exposiciones funcionales y limitadas, organizadas sobre un sistema reticular imaginario.
Archivo Bauhaus en Berlín.

contribución principal a la teoría visual. Al disolver los límites entre las bellas artes y las artes aplicadas, la Bauhaus trató de establecer una estrecha relación entre el arte y la vida por medio del diseño, el cual era visto como un vehículo para el cambio social y la revitalización cultural.

Años más tarde, Herbert Bayer escribió:

para el futuro
la bauhaus nos dio seguridad
para afrontar las dificultades del
trabajo;

nos proporcionó una manera de aprender a trabajar.
un fundamento en las artesanías,
una herencia invaluable de principios eternos aplicados al proceso creativo.
expresó una vez más que nosotros no tratamos de imponer una estética en las cosas que usamos, en las estructuras que vivimos, sino que la utilidad y la forma deben ser vistas como una sola cosa.
que la dirección surge cuando uno considera demandas concretas, condiciones especiales, el carácter inherente de un problema determinado.
pero sin perder nunca la perspectiva de que uno es, después de todo, un artista...
la bauhaus existió por un lapso corto de tiempo pero los potenciales, inherentes a sus principios apenas han comenzado a realizarse.

sus fuentes de diseño permanecen por siempre plenas de posibilidades cambiantes...

JAN TSCHICHOLD Y LA NUEVA TIPOGRAFÍA (DIE NEUE TYPOGRAPHIE)

Aunque gran parte de la innovación creadora en el diseño gráfico durante las primeras décadas del siglo xx tuvo lugar como parte de los movimientos de arte moderno, varios diseñadores, trabajando independientemente de estos movimientos o de la Bauhaus, hicieron aportaciones significativas al desarrollar lo que se ha denominado "la nueva tipografía". Cada uno de estos diseñadores estaba consciente de las diferentes innovaciones en la forma y la teoría visual, y aplicaron estos conocimientos al diseño gráfico.

Jan Tschichold (1902-1974) fue el principal responsable del desarrollo de las teorías sobre de la aplicación de las ideas constructivistas a la tipografía, y de introducirla más ampliamente. Hijo de un diseñador y pintor de rótulos en Leipzig, Alemania, Tschichold mostró un interés precoz por la caligrafía, estudió en la Academia de Leipzig y se unió al personal de diseño de la *Insel Verlag*. En agosto del año 1923, Tschichold, de 21 años, asistió a la primera exhibición de la Bauhaus en Weimar y quedó profundamente impresionado. Rápidamente asimiló los nuevos conceptos de diseño de la Bauhaus y de los constructivistas rusos en su obra y se convirtió en un excelente tipógrafo.

Por medio de artículos y libros escritos durante la década de los años veinte, explicó y dio a conocer la tipografía asimétrica a un público amplio de impresores, cajistas y diseñadores.

En su libro del año 1928 *Die Neue Typographie* defendió



Figura 18.28. Anuncio para la Feria Comercial de Leipzig (1922), de Jan Tschichold. La simetría y las letras antiguas caracterizaron el trabajo juvenil de Tschichold, como lo demuestra este anuncio rotulado a mano.

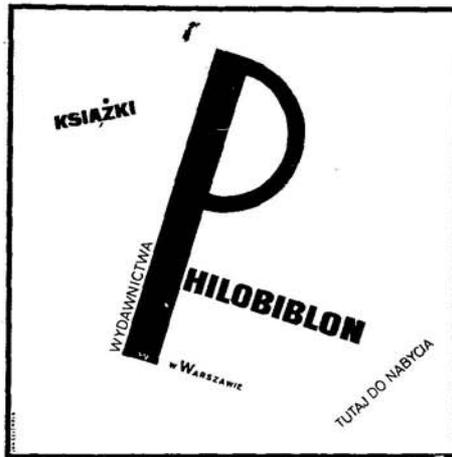


Figura 18.29. Cartel de exhibición para un editor (1924), de Jan Tschichold. Este cartel es uno de los primeros intentos de Tschichold para aplicar los principios del diseño del movimiento moderno que estaba aprendiendo. Impreso en colores negro y dorado, anuncia que "Los libros Philobiblon están disponibles aquí".

vigorosamente las ideas nuevas. Molesto con los "tipos de letras y composiciones degeneradas", buscaba empezar y encontrar una tipografía nueva que expresara el espíritu, la vitalidad y la sensibilidad visual de su época. Uno de sus objetivos era el diseño lúcido por los medios más directos.

La nueva tipografía radical rechazaba la decoración en favor de un diseño racional, planeado únicamente para efectos de comunicación. Sin embargo, funcionalismo no es un sinónimo exacto de la nueva tipografía. Tschichold observó que, aunque el utilitarismo evidente y el diseño moderno tienen mucho en común, el movimiento moderno buscaba un contenido espiritual y una belleza más estrechamente ligada a los materiales empleados, "pero cuyos horizontes están situados mucho más lejos". Sentía que la organización simétrica era artificial porque la forma pura existió antes del significado de las palabras. Por el contrario el diseño asimétrico dinámico de elementos contrastantes expresaba la nueva era de las máquinas. Los tipos *sans-serif*, en una gama de pesos (luminoso, medio, negrita, negrita extra, cursiva) y tamaños (condensada, normal,

seminegra, negra, extendida), fueron declaradas como el tipo moderno. Su amplia gama de colores en la escala blanco y negro dio lugar a la imagen abstracta, expresiva, buscada por el diseño moderno. Despojado de los elementos no esenciales, el tipo *sans-serif* reduce el alfabeto a sus formas elementales básicas. Los diseños eran elaborados a partir de una red geométrica subyacente. Reglas, barras y cajas se usaron a menudo para dar estructura, balance y énfasis. Para la ilustración prefería la precisión y la objetividad de la fotografía. Tschichold demostró cómo los movimientos de arte moderno podían relacionarse con el diseño gráfico al sintetizar con experimentos nuevos su concepción práctica de la tipografía y sus tradiciones.

En marzo del año 1933, nazis armados entraron al departamento de Tschichold en Munich y lo arrestaron junto con su esposa. Acusado de ser un "bolchevique cultural" y de crear una tipografía "no alemana", fue destituido de su

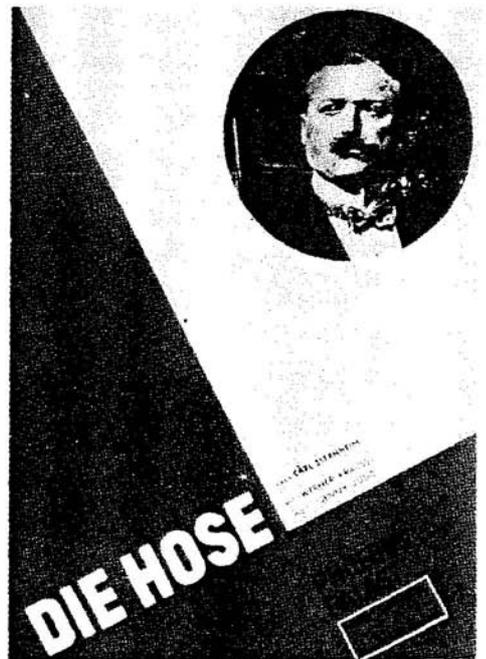


Figura 18.30. Cartel para la película *Die Hose*, año 1927, de Jan Tschichold. Un ángulo cortante divide el espacio en un área de color rojo y otra de color blanco. El título y la fotografía están balanceados asimétricamente y la tipografía está diseñada para alinearse con el ángulo.

VORZUGS-ANGEBOT

Im VERLAG DES BILDUNGSVERBANDES der Deutschen Buchdrucker, Berlin SW 81, Dreibundstr. 8, erscheint demnächst:

JAN TSCHICHOLD

Lehrer an der Meisterschule für Deutschlands Buchdrucker in München

DIE NEUE TYPOGRAPHIE

Handbuch für die gesamte Fachwelt und die drucksachenverbrauchenden Kreise

Das Problem der neuen gestaltenden Typographie hat eine lebhaft diskutierte Diskussion bei allen Beteiligten hervorgerufen. Wir glauben dem Bedürfnis, die aufgeworfenen Fragen ausführlich behandelt zu sehen, zu entsprechen, wenn wir jetzt ein Handbuch der **NEUEN TYPOGRAPHIE** herausbringen.

Es kam dem Verfasser, einem ihrer bekanntesten Vertreter, in diesem Buche zunächst darauf an, den engen Zusammenhang der neuen Typographie mit dem **Gesamtkomplex heutigen Lebens** aufzuzeigen und zu beweisen, daß die neue Typographie ein ebenso notwendiger Ausdruck einer neuen Gestaltung ist wie die neue Baukunst und alles Neue, das mit unserer Zeit anbricht. Diese geschichtliche Notwendigkeit der neuen Typographie belegt weiterhin eine kritische Darstellung der **alten Typographie**. Die Entwicklung der **neuen Malerei**, die für alles Neue unserer Zeit geistig bahnbrechend gewesen ist, wird in einem reich illustrierten Aufsatz des Buches leicht faßlich dargestellt. Ein kurzer Abriss: **Zur Geschichte der neuen Typographie** leitet zu dem wichtigsten Teile des Buches, den **Grundbegriffen der neuen Typographie** über. Diese werden klar herausgeschält, richtige und falsche Beispiele einander gegenübergestellt. Zwei weitere Artikel behandeln **„Photographie und Typographie“** und **„Neue Typographie und Normung“**.

Der Hauptwert des Buches für den Praktiker besteht in dem zweiten Teil **„Typographische Hauptformen“** (siehe das nebenstehende Inhaltsverzeichnis). Es folgt hier an einem Werke, das wie dieses Buch die schon bei einfachen Satzaufgaben auftauchenden gestalterischen Fragen in gebührender Ausführlichkeit behandelt. Jeder Teilausschnitt enthält neben **allgemeinen typographischen Regeln** vor allem die Abbildungen aller in Betracht kommenden **Normblätter des Deutschen Normenausschusses**, alle ändern (z. B. postalischen) **Vorschriften** und zahlreiche Beispiele, Gegenbeispiele und Schemen.

Für jeden Buchdrucker, insbesondere jeden Akzidenzsetzer, wird „Die neue Typographie“ ein **unentbehrliches Handbuch** sein. Von nicht geringerer Bedeutung ist es für **Bildungsleute, Gebrauchsgestalter, Kaufleute, Photographen, Architekten, Ingenieure und Schriftsteller**, also für alle, die mit dem Buchdruck in Berührung kommen.

INHALT DES BUCHES

- Wort und Wesen der neuen Typographie
- Das neue Wesen
- Die alte Typographie (Stetlich und Kutsa)
- Die neue Kunst
- Zur Geschichte der neuen Typographie
- Die Grundgriffe der neuen Typographie
- Photographie und Typographie
- Neue Typographie und Normung
- Typographische Hauptformen
- Das Typenset
- Der Geschmacksfehler
- Der Halbtief
- Buchstaben ohne Fenster
- Fensterbuchstaben
- Die Postkarte
- Die Postkarte auf Klappzettel
- Die Geschäftsform
- Die Geschäftsform
- Werbesachen (Karten, Blätter, Prospekte, Kataloge)
- Das Typenset
- Das Bildfeld
- Schlußformeln, Tafeln und Zeichen
- Normen
- Die Zeilensatz
- Die Zeilensatz
- Die Buchstaben-Zählung
- Tabellen
- Das neue Buch
- Blattverteilung
- Versuchsbeispiele der Abbildungen
- Register

Das Buch enthält über **125 Abbildungen**, von denen etwa ein Viertel zweifarbig gedruckt ist, und umfaßt gegen **200 Seiten** auf gutem Kunst-**druckpapier**. Es erscheint im Format **DIN A 6 (148 x 210 mm)** und ist biegsam in Ganzsteinen gebunden.

Preis bei Vorbestellung bis 1. Juni 1928: **5.00 RM**
durch den Buchhandel nur zum Preise von **6.50 RM**

Bestellschein umstehend →

Dr. Tschichold

Figura 18.31. Folleto para el libro *Die Neue Typographie*, año 1928, de Jan Tschichold. Impreso en colores negro y amarillo, este folleto funcionó como un ejemplo didáctico de los principios por los que abogaba Tschichold.

für den NEUEN MENSCHEN EXISTIERT NUR das GLEICHGEWICHT ZWISCHEN NATUR UND GEIST ZU JEDEM ZEITPUNKT DER VERGANGENHEIT WAREN alle VARIATIONEN des ALTEN »NEU« aber es war NICHT »das« NEU« WIR für den NEUEN MENSCHEN EXISTIERT NUR das GLEICHGEWICHT ZWISCHEN NATUR UND GEIST ZU JEDEM ZEITPUNKT DER VERGANGENHEIT WAREN alle VARIATIONEN des ALTEN »NEU« aber es war NICHT »das« NEU« WIR

Figura 18.32. Alfabeto universal construido geoméricamente (1926-1929), de Jan Tschichold. El experimento de Tschichold con formas alfabéticas puras, representando la variación fonética, posee un ritmo interesante creado por las e comprimidas, en contraste con el color abierto de los otros caracteres.

graphisches kabinett münchen

Buchdruckerei Franz Eggert, Ind. 80

briennerstrasse 10 leitung guenther franke

ausstellung der sammlung jan tschichold

plakate der avantgarde

- | | |
|-------------|------------|
| arp | molzahn |
| baumeister | schawinsky |
| bayer | schlemmer |
| burchartz | schuitema |
| cassandra | sutnar |
| cyllax | trump |
| dexel | tschichold |
| lissitzky | zwart |
| moholy-nagy | und andere |

tsch

24. januar bis 10. februar 1930 geöffnet 9-6, sonntags 10-1

Figura 18.33. Cartel para una exposición (1930), de Jan Tschichold. La tipografía se convirtió por sí

misma en un material visual de profunda capacidad comunicativa, cualidad que es posible advertir en

este anuncio para una exposición de carteles de la vanguardia europea.

Figura 18.34. Anuncio (1932), de Jan Tschichold. Algunos aspectos de este diseño son el balance asimétrico, un sistema reticular y una progresión secuencial de tamaño y negrura de los tipos, determinados por la importancia de las palabras para la comunicación.

puesto de maestro en Munich. Después de seis semanas de "custodia de protección", Tschichold fue liberado y emigró, junto con su esposa y su hijo de cuatro años, a Basilea, Suiza, donde trabajó como diseñador de libros, en los primeros años de su estancia en ese país.

Durante los años treinta, Tschichold comenzó a alejarse de la nueva tipografía y en sus diseños empezó a utilizar los estilos romanos, egipcio y manuscrito. La nueva tipografía había sido una reacción contra el caos y la anarquía en la tipografía alemana (y suiza) del año 1923; sin embargo, para él esta reacción había llegado al punto donde no era posible un mayor desarrollo.

En el año 1946, escribió que

la actitud impaciente de la nueva tipografía, concuerda con la propensión alemana a lo absoluto, así como su voluntad militarista para regular y su afirmación del poder totalitario, reflejan aquellos componentes temibles del carácter alemán que desataron el poder de Hitler y la Segunda Guerra Mundial.

Tschichold comenzó a sentir que el diseñador gráfico debería trabajar dentro de una tradición humanista que trascendiera los tiempos y que proviniera del conocimiento y los logros de los maestros de la tipografía del pasado. También sentía que la nueva tipografía era adecuada para publicitar productos industriales y para la comunicación acerca de la pintura y la arquitectura contemporáneas. Sin embargo, era una locura emplearlo para un libro de poesía barroca, por ejemplo, y decía que leer textos largos en *sans-serif* era "una auténtica tortura".

Figura 18.35. Cartel para una exposición (1937), de Jan Tschichold. Impreso en tipos negros y un círculo de color arena, este cartel tiene una economía de medios y una perfección del balance apropiados a su tema.

Paul Graupe Berlin W 9 Bellevuestrasse 7

Am 17. und 18. Oktober 1932: **Auktion 105**

Bücher des 15. bis 20. Jahrhunderts	Die grafische Sammlung Rudolf Tewes	Sammlung Paul Ephraim, Berlin
Inkunabeln	Französische Meister	Geräte
Holzschnittbücher	des 19. und 20. Jahrhunderts:	Handzeichnungen
Erstausgaben	Daumier, Degas, Manet,	neuerer deutscher Meister
Luxus- und Pressendrucke	Picasso, Renoir	
Kunstliteratur	Eine umfassende Toulouse-Lautrec-Sammlung	

Illustrierter Katalog auf Wunsch

● vom 16. januar bis 14. februar 1937

kunsthalle basel

konstruktivisten

van Doesburg
domela
leggeing
gebo
kandinsky
lissitzky
moholy-nagy
mondrian
pevsner
taeuber
vantongerloo
vordemberge
u. a.

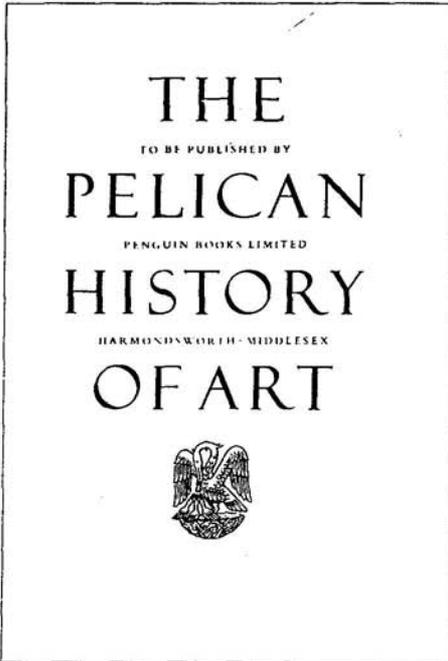


Figura 18.36. Portada de folleto (1947), de Jan Tschichold. La simetría clásica de este diseño tiene un poder y una sutileza que rivaliza con las inscripciones en romanas y con los mejores trabajos en tipos Baskerville y Bodoni.

Durante los años cuarenta particularmente en su trabajo como tipógrafo para la Penguin Books en Londres de los años 1947 a 1949, Tschichold condujo la tipografía tradicional al renacimiento internacional. En tanto gran parte de su obra posterior usaba la organización simétrica y estilos de

tipo *serif* clásicos, él abogaba por la libertad de pensamiento y de expresión artística.

Incluso a veces apoyaba la utilización de la tipografía decorativa por "tener un efecto refrescante, como una flor en un terreno pedregoso". Observó que, tal vez, una persona debería perder primero su libertad (como él) antes de descubrir su valor verdadero.

Tschichold continuó diseñando y escribiendo en Suiza hasta su muerte en el año 1972. Debido a que

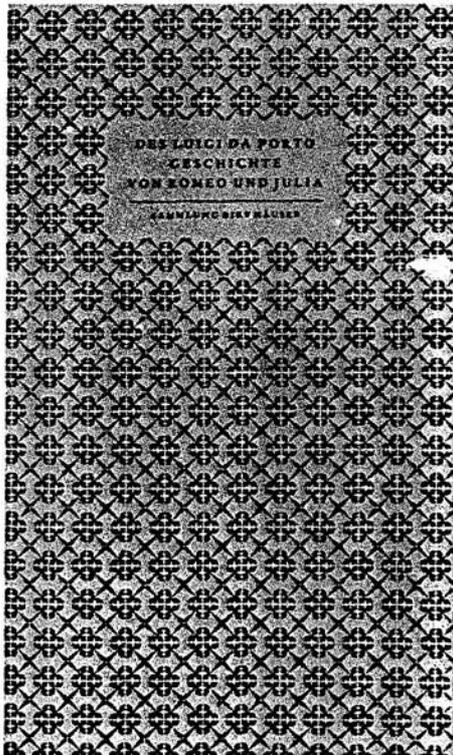


Figura 18.37. Diseño tipográfico de portada para un libro en rústica (1944), de Jan Tschichold. Impreso sobre papel blanquecino en un patrón alterno de colores negro y rojo ladrillo, este diseño compuesto de adornos tipográficos evidencia que el maestro de la nueva tipografía se ha convertido en un maestro de la tradición clásica.

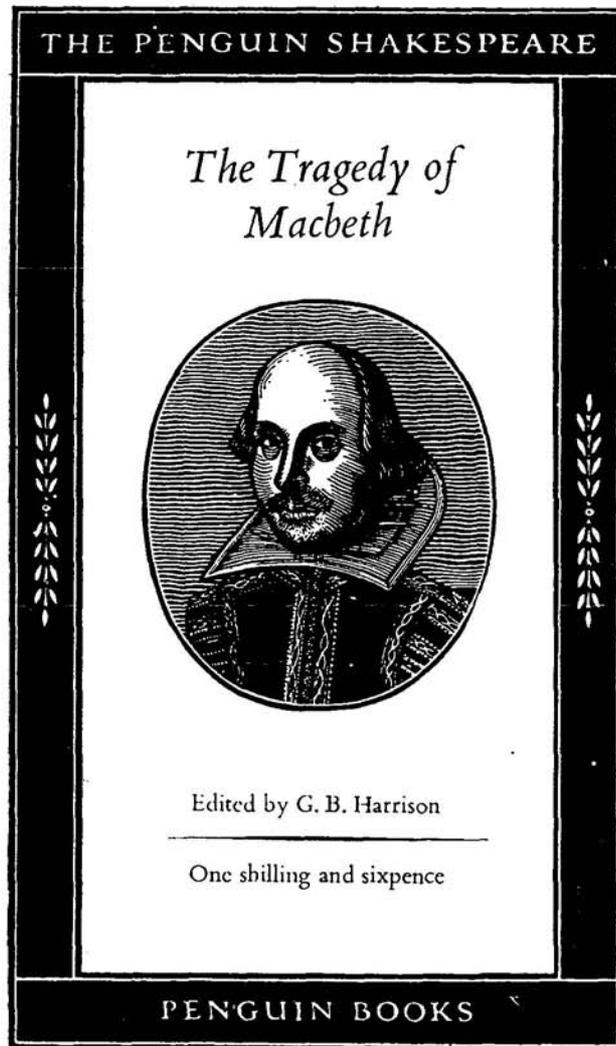


Figura 18.38. Portada de un libro en rústica (1950), de Jan Tschichold. El formato para la serie de Shakespeare de la Penguin posterior a la Segunda Guerra Mundial ilustra la filosofía de Tschichold, de que el diseñador gráfico debería recurrir a la historia del diseño en general para crear soluciones que expresen el contenido. Cortesía de la Sra. de Jan Tschichold.

valoraba a la nueva tipografía como un esfuerzo de purificación, claridad y sencillez de medios, fue capaz de reavivar la expresión tipográfica del siglo xx con buenos resultados. El renacimiento de la tipografía clásica devolvió la tradición humanista al diseño de libros y dejó una huella indeleble en el diseño gráfico.

DISEÑO DE TIPOS DE LETRA PARA EL SIGLO XX

La pasión por la nueva tipografía creó un torrente de estilos *sans-serif* durante los años veinte. Un tipo *sans-serif* inglés de principios del siglo xx, el tipo Johnston's Railway, fue encargado al calígrafo y diseñador Edward Johnston en el año 1916 para uso exclusivo del Tren Subterráneo de Londres. Basando sus trazos en las formas clásicas de la antigüedad, Johnston buscó el diseño más simple posible de la forma básica de cada caracter del alfabeto. Este tipo de letra aún se emplea para la señalización y los gráficos del tren subterráneo de Londres e inspiró la serie Gill Sans, diseñada por Eric Gill (1882-1940), amigo y exalumno de Johnston y puesta en circulación del año 1928 al año 1930. Esta familia de tipos, que incluyó 14 estilos, no tiene una apariencia extremadamente mecánica debidos a que sus rasgos provienen de la tradición romana.

Eric Gill es una figura compleja y pintoresca que desafía la categorización en la historia del diseño gráfico. Sus actividades abarcaban la albañilería, las inscripciones talladas en monumentos, la escultura, el grabado en madera, el diseño de tipos de letra, la rotulación, el diseño gráfico y la caligrafía extensiva. En el año

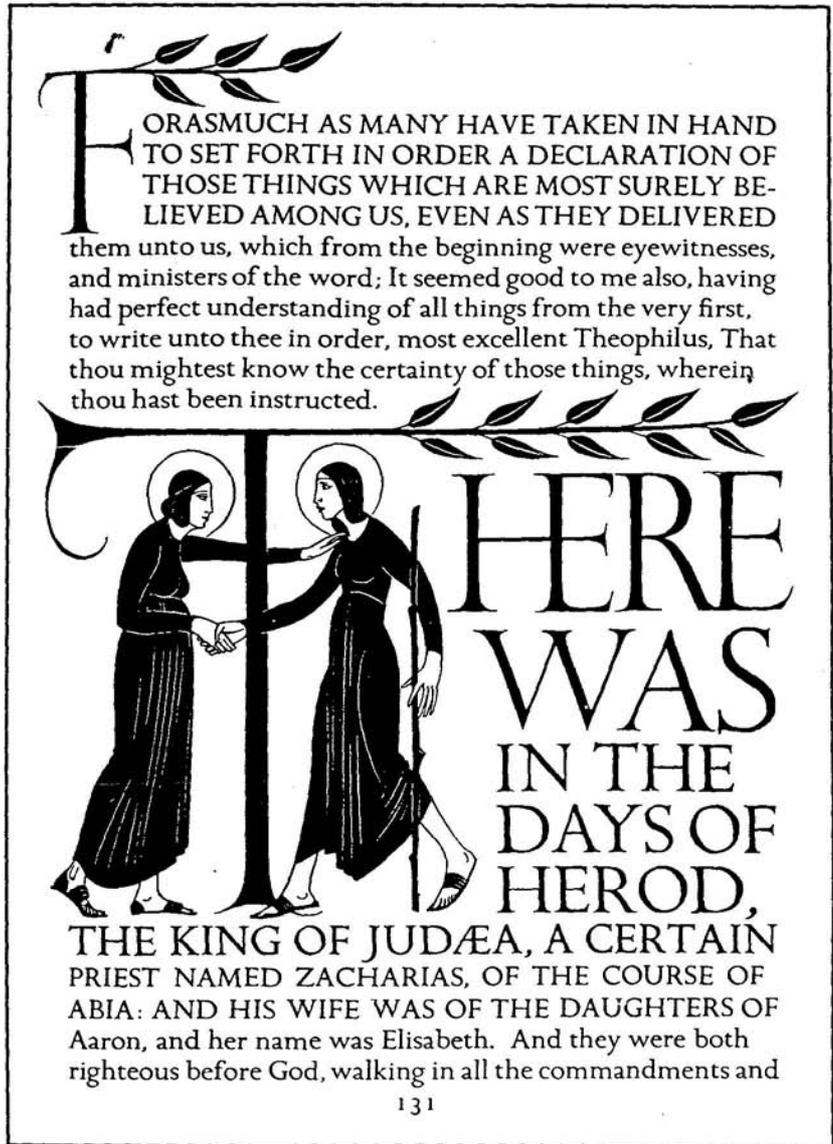


Figura 18.39. Página de *Los cuatro evangelios*, año 1931, de Eric Gill. Los tamaños descendentes de los tipos, sólo mayúsculas en los renglones iniciales, márgenes derechos injustificados, balas semejantes a estrellas como separadores de los párrafos (no mostrados aquí) e iniciales mayúsculas integradas con las ilustraciones están forjados en un todo unificado en uno de los diseños bibliográficos más originales de Gill.

Figura 18.40. Tipo Johnston's Railway (1916), de Edward Johnston. Para expresar la esencia del alfabeto, Johnston hizo de la O un círculo perfecto. La M mayúscula es un cuadrado cuyos trazos centrales se encuentran exactamente a la mitad del cuadrado. Todas las letras tienen un diseño elemental similar.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 &£1234567890.,;:-!?'""'/()

1903 se convirtió en cortador de letras independiente y en albañil de monumentos. Cuatro años más tarde, después de unirse a una comunidad de artesanos en Ditehling, Sussex, tuvo su primera experiencia con la imprenta en la St. Dominic's Press de Hilary Pepler. Su conversión al catolicismo en el año 1913 intensificó su convicción de que el trabajo tenía un valor espiritual y de que el artista y el artesano satisfacían una necesidad humana para la belleza y la dignidad.

Alrededor del año 1925, a pesar de sus primeras polémicas contra la fabricación a máquina, fue persuadido por Stanley Morison (1889-1967), de la Monotype Corporation, para aceptar el reto del diseño de tipos. Su primer estilo, Perpetua, es un tipo de letra romana antigua inspirado en la inscripción de la columna trajana, pero sutilmente rediseñado para adaptarlo a las necesidades del vaciado de letras y la impresión.

Su apego a las influencias históricas —incluyendo las mayúsculas trajanas, las manuscritas medievales, las incunables, las series Baskerville y las Caslon— amenazaban con volverlo un historiador; su visión y sus opiniones sumamente originales le permitieron ser un innovador que trascendería la fuerte influencia histórica de la mayor parte de su trabajo. Su labor para *Los cuatro evangelios* demuestra esta síntesis de lo viejo y lo nuevo. El tipo Golden cockerel que Gill creó para este libro es un romano revitalizado que incorpora tanto las cualidades del viejo estilo como las del transicional. Sus ilustraciones xilográficas tenían una calidad arcaica, casi medieval. Sin embargo, su integración total al diseño de ilustraciones, mayúsculas, encabezados y textos en una totalidad dinámica es sorprendentemente moderno.

En su libro *Ensayo sobre la tipografía*, Gill fue el primero en anticipar el concepto de las longitudes de líneas desiguales en el diseño tipográfico. Argüía que el espaciado desigual de las palabras de líneas justificadas representaba una

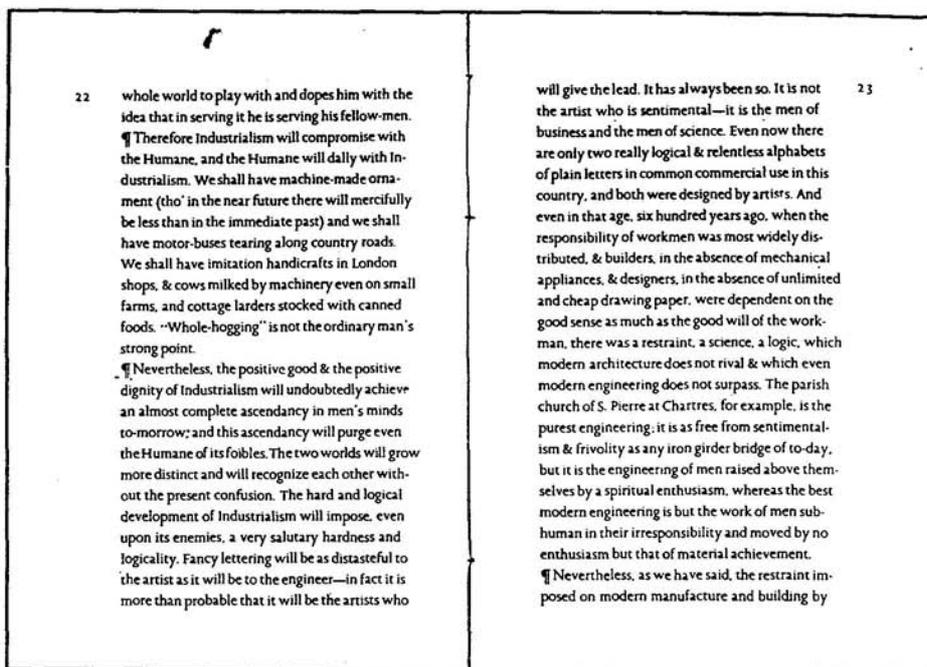


Figura 18.41. Páginas de *Ensayo sobre tipografía*, año 1931, de Eric Gill. En este pequeño volumen sumamente personal y poético, Gill habló del industrialismo, del humanismo, de las letras y de la legibilidad. Demostraba su convicción en el mérito de la composición tipográfica con líneas injustificadas.

futura



Figura 18.42. Carpeta para Futura (1927), de Paul Renner. La versión inicial de Futura realizada por la fundación Bauer de Alemania era más abstracta que la versión que llegó a Estados Unidos. Las relaciones estructurales en esta composición son típicas de la nueva tipografía.

FUTURA Light
 FUTURA Light italic
 FUTURA Book
 FUTURA Medium
 FUTURA Medium Italic
 FUTURA Demibold
 FUTURA Demibold italic
 FUTURA Bold
 FUTURA Bold italic
 FUTURA Bold condensed
 Futura Display
 Futura Black
 FUTURA INLINE



Figura 18.44. Anuncio para el tipo kabel alrededor del año 1928, de Rudolf Koch. La entrada de Koch en el estilo *sans-serif* geométrico de los años 20 y los años 30 está animado por sutilezas de diseño inesperadas. El diseño ornamental —compuesto por líneas rectas— es típico de este periodo. Biblioteca Houghton de la Harvard University, en Cambridge, Mass.

Figura 18.43. Tipos de letra Futura (1927-1930), de Paul Renner. La extensa escala de tamaños y negruras proporcionó el material gráfico necesario para los impresores y diseñadores que adoptaron la nueva tipografía.

mayor legibilidad y dificultad de diseño que la utilización de un espaciado igual de palabras y un margen irregular del lado derecho. Desde fines del año 1928 hasta su muerte, estuvo comprometido con la firma Hague y Gill Impresores, que empleaban una prensa manual, tipografía hecha y papel hechos a mano y tipos diseñados exclusivamente por Gill para la prensa. Sin embargo, ésta no era una imprenta privada a la manera de la tradición del Movimiento de las Artes y los Oficios. Según Gill, una imprenta privada "edita únicamente aquello que elige para imprimir, mientras que una imprenta pública imprime lo que le demandan sus clientes".

Durante los años veinte en Alemania fueron diseñados varios tipos de letra *sans-serif* contruidos geoméricamente. Los más exitosos fueron los de la serie Futura de 15 alfabetos (incluyendo cuatro cursivas y dos estilos de exhibición poco comunes), diseñados por Paul Renner (1878-1956). Como profesor y como diseñador, Renner luchó incansablemente por la idea de que los diseñadores no sólo debían preservar y entregar intacta, a la próxima generación, la herencia que les habían dado a ellos; cada generación debía tratar de resolver los problemas que le fueron heredados e intentar crear una forma contemporánea fiel a su propia época.

Su gran admiración por Rudolf Koch y Edward Johnston mostró ser el catalizador que lanzó la carrera del calígrafo y diseñador de tipos más importante del siglo xx, Hermann Zapf (nacido en 1918). Nativo de

Nuremberg, Alemania, Zapf se inició en las artes gráficas a la edad de 16 años como aprendiz para retocar fotografías. Un año más tarde comenzó sus estudios de caligrafía, después de adquirir una copia de *Das Schreiben als Kuntsfertigkeit*, un manual de caligrafía de Koch. Siguieron cuatro años de autoeducación disciplinada y, a la edad de 21 años, ingresó en la firma impresora de Koch. Más tarde, ese mismo año, Zapf se convirtió en diseñador independiente de tipos y libros y, a la edad de 22 años, fue diseñado y cortado por la fundición Stempel, el primero de sus más de 50 tipos de letra. En sus actividades como calígrafo, diseñador de tipos de letra, tipógrafo y diseñador gráfico Zapf desarrolló una sensibilidad extraordinaria para la forma de las letras. Hermann Zapf vio al diseño de tipos de letra como "una de las expresiones visuales más evidentes de una época".

El triunvirato de los tipos de letra diseñados por Zapf durante el final de los años cuarenta y de los cincuenta son considerados como uno de los diseños de tipos más importantes del siglo. El Palatino (1950) es un estilo romano con letras anchas, *serifs* fuertes y proporciones elegantes que recuerdan los tipos de letra venecianos. El Melior es un estilo moderno que se aparta de los primeros modelos por su fuerza vertical y sus formas cuadradas. El Optima (1958), un *sans-serif* de gruesos y delgados con rasgos de forma aguzada, es uno de sus diseños de tipos más originales de la segunda mitad del siglo xx. Aunque sus diseños de tipos de letras están basados en una profunda comprensión del pasado, en ellos se encuentra la originalidad que proporciona una clara comprensión de las nuevas tecnologías de este siglo. A la artesanía compleja y técnicamente depurada del diseño de tipos, Zapf agrega la conciencia espiritual del poeta que es capaz de inventar nuevas formas para representar el siglo actual y preservarlo para la posteridad.

En el área del diseño de libros, las dos ediciones de Zapf del *Manuale Typographicum*, publicadas en el año 1954 y en el año 1968, constituyen contribuciones sobresalientes al arte del libro. Abarcando 18 idiomas y más de 100 tipos de letra, estos dos volúmenes consisten en citas acerca del arte de la tipografía. Para cada cita seleccionada Zapf creó una expresión tipográfica a toda página.

En el año 1931, Stanley Morison, consejero tipográfico de la British Monotype Corporation y de la Cambridge University Press, realizó la supervisión del diseño de un tipo de letra que sería usada en uno de los periódicos más importantes del siglo xx y en los tipos de letra de una revista encargada por *The Times* de Londres. Bautizado como Times New Roman, este tipo de letras con ascendentes y descendentes cortas, así como *serifs* puntiagudos pequeños fue introducido el 3 de octubre de 1932 en la edición del periódico de archivo de Londres. La apariencia

Palatino

Palatino Italic

Palatino Semibold

Palatino Bold

Melior

Melior Italic

Melior Semibold

Melior Bold Condensed

Optima

Optima Italic

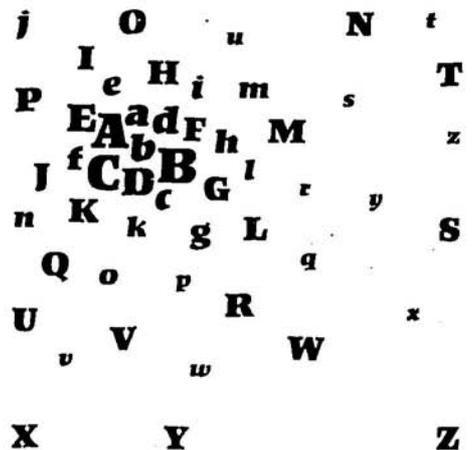
Optima Semi Bold

Figura 18.45. Tipo de letras Palatino (1950), Melior (1952), y Optima (1958), de Hermann Zapf. Estos alfabetos tienen una armonía y elegancia rara vez alcanzadas en el diseño gráfico.

tipográfica de uno de los periódicos más importantes del mundo fue cambiada de la noche a la mañana y los lectores tradicionalmente conservadores aplaudieron la legibilidad y la claridad del nuevo tipo de letra. El Times New Roman perduró para convertirse en uno de los tipos de letra más usado del siglo xx. Su popularidad ha sido atribuida a su extraordinaria legibilidad, sus hermosas cualidades visuales y la economía lograda por sus letras moderadamente condensadas. Al hacer los trazos, denominados Aostas, y las curvas un poco más gruesas que en la mayoría

Figura 18.46. Página de *Manuale Typographicum*, año 1968, de Hermann Zapf. La energía de la cita de Parandowski acerca del poder de la palabra impresa para "gobernar el tiempo y el espacio" inspiró este campo tipográfico de tensión radiado a partir del conjunto central.

Das Wort ist eine Macht. Utrwalone w piśmie, zdobywa nie dająca się obliczyć ani przewidzieć władzę nad myślą i wyobraźnią ludzi, panuje nad czasem i przestrzenią. Tylko myśl pochwycona w sieć liter żyje, działa, tworzy. Wszystko inne roznosi wiatr. Każdy postęp w rozwoju umysłu ludzkiego, wszystkie jego zdobycze narodziły się kiedyś wśród tych wątych badyków, wschodzących na karcie papieru.
Jan Parandowski



Das Wort ist eine Macht. Dauerhaft gemacht durch die Schrift, gewinnt es eine unberechenbare und ungeahnte Gewalt über Gedanken und Einbildungskraft der Menschen: es beherrscht die Zeit und den Raum. Nur der ins Netz der Buchstaben eingefangene Gedanke lebt, wirkt, schafft. Alles andere wird vom Winde verweht. Jeder Fortschritt in der Entwicklung des menschlichen Verstandes, alle seine Erfindungen waren irgend wann inmitten dieser kleinen und feinen: Streifen, die auf dem Blatt Papier keimen, geboren.



Figura 18.47. Página de *Manuale Typographicum*, año 1968, de Hermann Zapf. Con su tipo Miguel Ángel, Zapf organizó esta página con simetría clásica e intervalos exquisitos entre las letras. El sutil relieve en sombra de las líneas rectas sugiere una cualidad inscripcional.

de las letras de estilo romano, los diseñadores dieron al Times New Roman un toque de color vigoroso que se asocia con tipos como los Caslon.

EL MOVIMIENTO ISOTIPO

Este importante movimiento se inició en los años veinte, continuó

en los años cuarenta para desarrollar "un lenguaje mundial sin palabras" y aún hoy ejerce una influencia importante. El concepto de *isotipo* involucra el empleo de pictogramas elementales para comunicar la información. El fundador de este esfuerzo fue el sociólogo vienés Otto Neurath (1882-1945). Cuando era niño, Neurath se maravillaba por la forma en que las ideas y la información objetiva podían ser comunicadas por los medios visuales. Los frescos de los muros egipcios en el Museo de Viena, así como los diagramas y las ilustraciones en los libros de su padre despertaron su imaginación.

Neurath sintió que los cambios sociales y económicos posteriores a la Primera Guerra Mundial, demandaban una comunicación clara para ayudar al público a comprender los importantes temas sociales en discusión relacionados con la vivienda, la salud y la economía. Para presentar datos complejos, particularmente datos estadísticos desarrolló un sistema de pictogramas elementales. Sus planos eran completamente funcionales y desprovistos de cualidades decorativas. Dado que Tschichold asistió un corto tiempo al grupo a fines de los años veinte, Neurath estaba ligado al movimiento de la nueva tipografía. En cuanto estuvo disponible se adoptó el nuevo tipo de letra, Futura, de Paul Renner, para los diseños isotipo.

Originalmente llamado el *método vienés*, después de que Neurath se trasladó a Holanda en el año 1934 fue seleccionado el nombre isotipo (de las siglas en inglés de Sistema Internacional de Educación por medio de la Imagen Tipográfica).

Marie Reidemeister (1898-1959) encabezó el Grupo Transformación, especializado en las ciencias y las matemáticas, el que llegó a ser un grupo muy importante. El grupo realizó maquetas a partir de los datos verbales y numéricos compilados por estadísticos e investigadores. Las maquetas eran a su vez entregadas a las artistas gráficas quienes realizaban el formato final.

Uno de sus problemas era la necesidad de producir grandes cantidades de símbolos para las gráficas. Inicialmente, los pictogramas eran dibujados individualmente o cortados en papel. Después de que Gerd Arntz el artista xilográfico —cuyas impresiones inspiradas en el constructivismo incluían figuras geométricas arquetípicas— se unió al grupo en el año 1928, fue él quien diseñó la mayor parte de los pictogramas. A menudo reducidos hasta quedar de medio centímetro de altura, estos pictogramas fueron diseñados para expresar distinciones sutiles tales como un hombre borracho, un

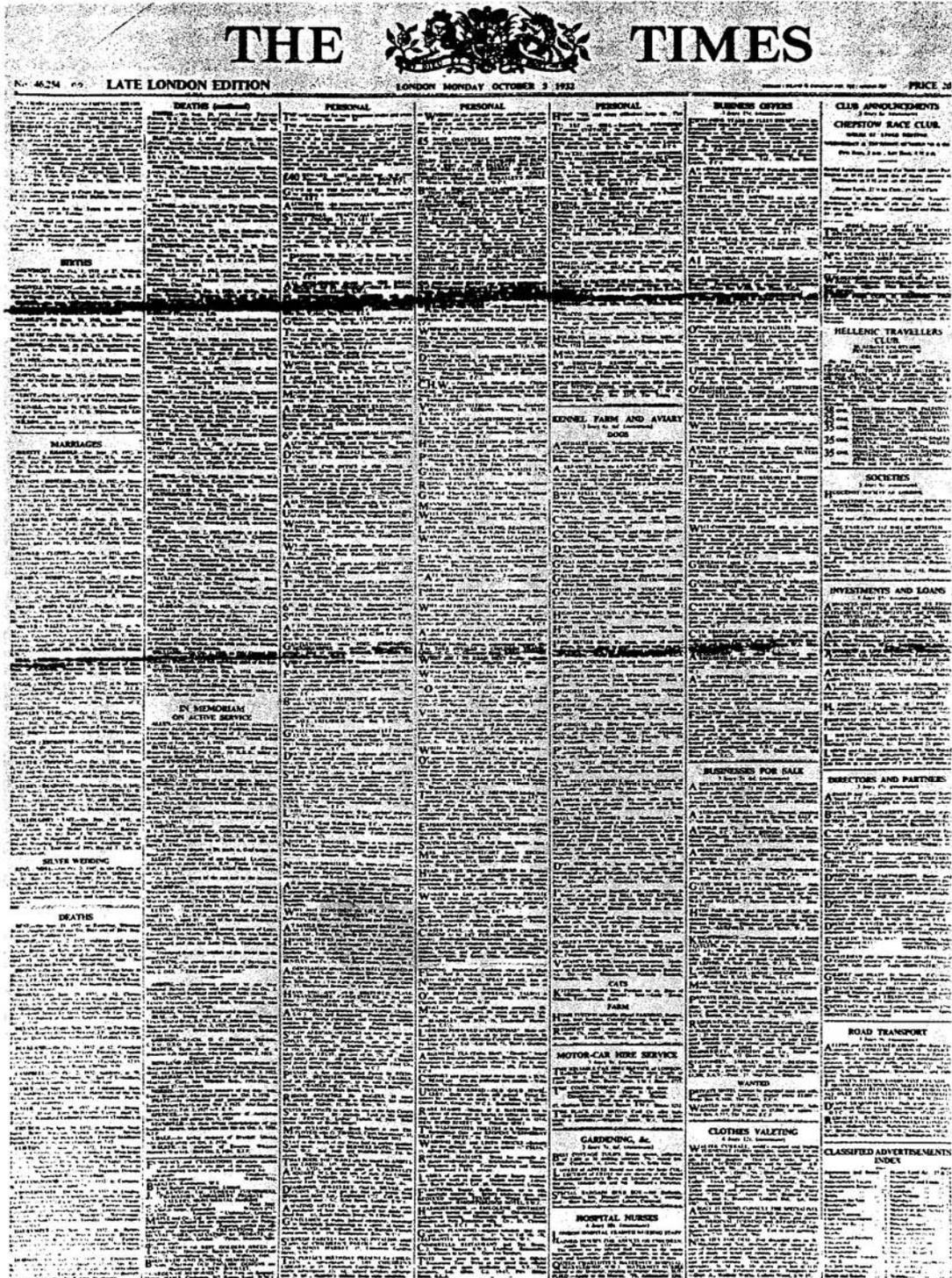


Figura 18.48. The Times, 3 de octubre de 1932, de Stanley Morison (revisor tipográfico). Incluso el encabezado gótico del editorial que había sido empleado por 120 años cayó, víctima del rediseño que introdujo el Times New Roman. Cortesía de The Times de Londres.

desempleado o un emigrante. Los pictogramas eran cortados por Arntz sobre planchas de linóleo impresas en prensa plana y luego se pegaban con engrudo en los originales de impresión terminados. Después del año 1940, cuando el grupo isotipo huyó hacia Inglaterra, los pictogramas fueron duplicados por medio de planchas de líneas para impresión tipográfica de la altura de tipos. Debido a sus antecedentes teutones, Neurath y Reidemeister fueron recluidos brevemente y luego se les permitió volver a su trabajo en Inglaterra. En el año 1942, Neurath y Reidemeister se casaron.

Entre los numerosos asistentes de Neurath, destacó Rudolph Modley, quien fue a Estados Unidos durante los años treinta y estableció la Pictorial Statistics, Inc., que más tarde se convertiría en la Pictographic Corporation. Esta organización se transformó en la sucursal norteamericana del movimiento isotipo.

La contribución del grupo isotipo a la comunicación visual es la serie de convenios que desarrollaron para formalizar el uso del lenguaje gráfico. Esto incluye una sintaxis gráfica (un sistema de imágenes conectadas para crear una estructura y un significado ordenados) y el diseño de pictogramas simplificados. El impacto de su trabajo sobre el diseño gráfico

GEBURTEN UND STERBEFÄLLE IN WIEN

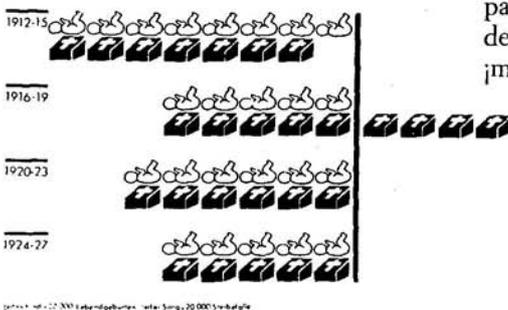


Figura 18.49. Gráfica de "Nacimientos y muertes en Viena", alrededor del año 1928, de Otto Neurath y el método vienés. Neurath llamaba isotipo a una "imagen lenguaje" que permitiría al lector hacer asociaciones. En esta gráfica, por ejemplo, el impacto de la Primera Guerra Mundial sobre la mortalidad y la natalidad se vuelve dramáticamente evidente.

posterior a la Segunda Guerra Mundial incluye la búsqueda del desarrollo de sistemas para un lenguaje visual universal y el amplio empleo de pictogramas en sistemas de señalización e información.

EL PROTOTIPO DEL PLANO MODERNO

En el año 1933 el tren subterráneo de Londres patrocinó una de las innovaciones más importantes en el diseño gráfico, cuando hizo una impresión de prueba de un nuevo plano para el sistema del metro. El dibujante Henry C. Beck (nacido en 1903) propuso un diseño, sin que nadie se lo solicitara, que sustituiría la fidelidad geográfica por una interpretación diagramática. La porción central del plano, con intercambios complejos entre las rutas, fue alargada en proporción con las áreas exteriores. Las líneas geográficas circundantes fueron codificadas en horizontales, verticales y diagonales de 45 grados. Una codificación de colores brillantes identificaba y separaba las rutas. Aunque receloso acerca del valor de la propuesta de Beck, el departamento de publicidad imprimió la prueba y estimuló la respuesta del público. Cuando el público lo encontró extremadamente funcional, se extendió por todo el sistema. Al preparar los negativos para la primera impresión de prueba de su plano, Beck rotuló a mano más de 2 400 caracteres en góticas

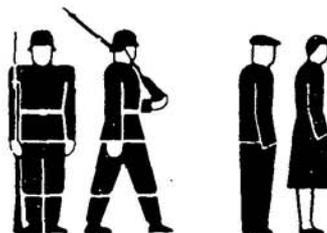


Figura 18.50. Pictogramas para isotipos, principios de los años 30, de Gerd Arntz. Estas imágenes muestran cómo las formas simplificadas y los matices de la forma traen una proximidad comunicativa a las imágenes isotipo.

del Johnson's Railway! La evolución y las revisiones de los planos del Tren Subterráneo de Londres hechos por Beck durante 27 años constituyó una contribución significativa a la presentación visual de diagramas y redes de comunicación.

VOCES INDEPENDIENTES DE LA NUEVA TIPOGRAFÍA

El diseñador holandés Piet Zwart (1885-1977) creó una síntesis a partir de dos influencias aparentemente contradictorias: la vitalidad juguetona del movimiento dadaísta y el funcionalismo y la claridad formal de la corriente *De Stijl*. Por la época en que Zwart inició sus proyectos de diseño gráfico a la edad de 36 años, ya había realizado diseño de mobiliario y de interiores, había trabajado como asistente del arquitecto Jan Wils y tuvo la experiencia del contacto con el movimiento *De Stijl*. Zwart nunca se unió a este movimiento porque, aunque estaba de acuerdo con su forma de pensar, creía que *De Stijl* era demasiado dogmático y restrictivo en sus puntos de vista. Sin embargo, sus proyectos de diseño de interiores evolucionaron hacia un funcionalismo y una claridad de la forma después que en el año 1919 iniciara su comunicación con los artistas *De Stijl*.

Cuando por una circunstancia fortuita, Zwart recibió sus primeros encargos tipográficos, rechazó tanto la composición simétrica tradicional como la insistencia de la corriente *De Stijl* en las horizontales y las verticales rigurosas. Después de hacer un boceto aproximado, Zwart ordenaba palabras, las líneas y los símbolos obtenidos de una máquina para componer y los manejaba juguetonamente sobre la superficie hasta desarrollar el diseño. La naturaleza fluida de la técnica del collage se unió con una preocupación consciente por la comunicación funcional. Zwart diseñó el espacio como un "campo de tensión" que cobra vida por medio de la composición rítmica, los

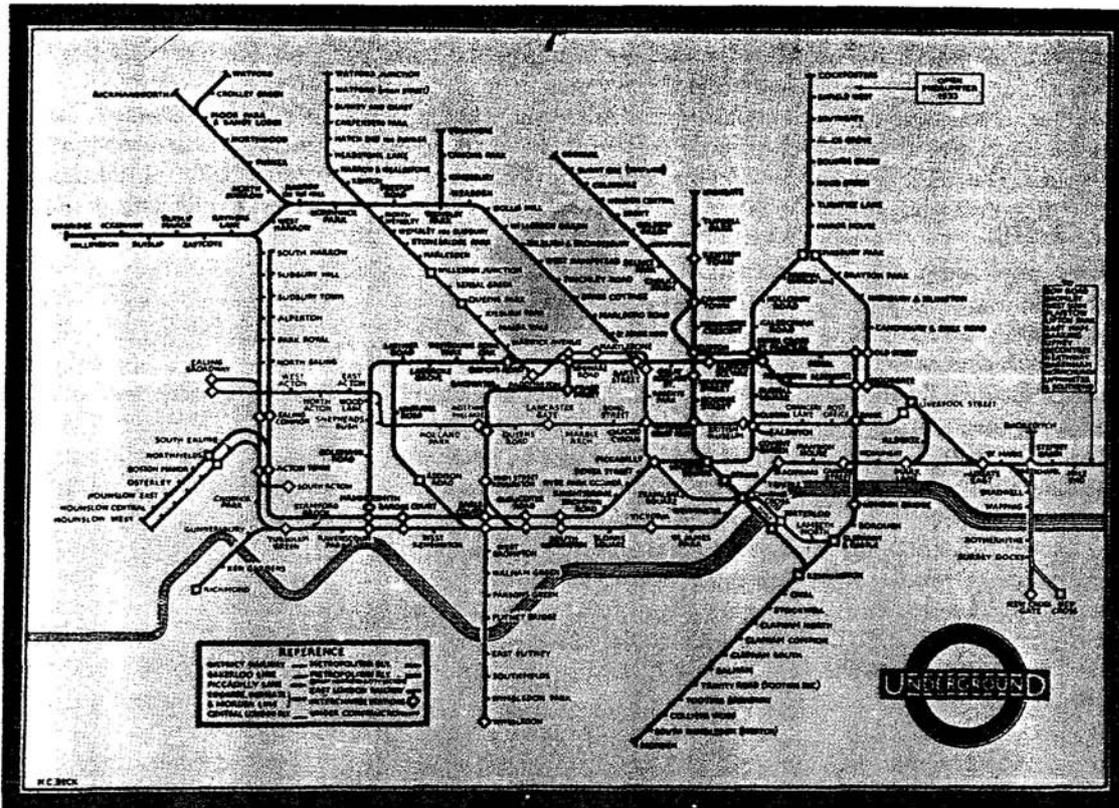


Figura 18.51. Plano para el Tren Subterráneo de Londres (1933), de Henry C. Beck. Al representar un concepto esquemático de las líneas del metro, más que un plano convencional, Beck simplificó la manera de comunicar información al usuario del ferrocarril subterráneo.

contrastes vigorosos de tamaño y peso, así como una interacción dinámica entre la forma negra y la página blanca.

Al rechazar el gris apagado del diseño tipográfico convencional, el trabajo de Zwart se volvió dinámico y atractivo. Rompió con la tradición al dar un aspecto nuevo al material del que están hechos los diseños gráficos, de la misma manera que pintores como Picasso y Matisse habían dado una apariencia nueva al material del que está hecha una pintura. Tal vez fue una ventaja su condición de "aficionado", sin contar con instrucción formal en tipografía o diseño gráfico, ya que ignoraba las prohibiciones de las reglas y los métodos de la práctica profesional tradicional. Para Zwart eran inquietudes importantes la necesidad de una tipografía en armonía con su

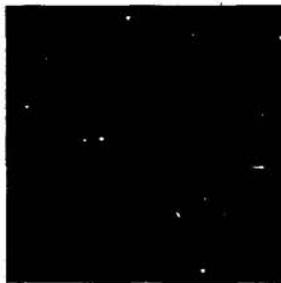


Figura 18.52. Logotipo personal de Piet Zwart (1927).

época y con los métodos de producción disponibles.

Al darse cuenta de que la impresión masiva del siglo xx hacía del diseño tipográfico una fuerza cultural importante e influyente, Zwart tuvo un firme sentido de responsabilidad social y se interesó en el lector. La función del tiempo se tomaba en cuenta como un aspecto de la experiencia del lector mientras Zwart planeaba el diseño de sus páginas. Reconoció que el hombre del siglo xx era bombardeado por la comunicación y no podía

darse el lujo de leer con dificultad a través de masas de material de lectura. Utilizaba lemas breves con letras grandes en negritas y líneas diagonales para atraer la atención del lector, quien rápidamente podía comprender la idea o el contenido principal y entonces decidir si leía más adelante. El material explicativo era organizado para aislar la información esencial del material secundario.

Las actividades de Zwart, durante una carrera larga e ilustre, incluyeron la fotografía, el diseño de productos y de interiores, así como la docencia. En cierta ocasión, Zwart se llamó a sí mismo un *tipotecto*. Este divertido juego de palabras para expresar el hecho de que él era un arquitecto convertido en diseñador tipográfico tiene un significado mucho más profundo, ya que representa el sistema de trabajo de la nueva tipografía. La forma en que Zwart (al igual que Lissitzky, Bayer y Tschichold) elabora un diseño a partir del material de una caja de tipos es análogo a la manera en que

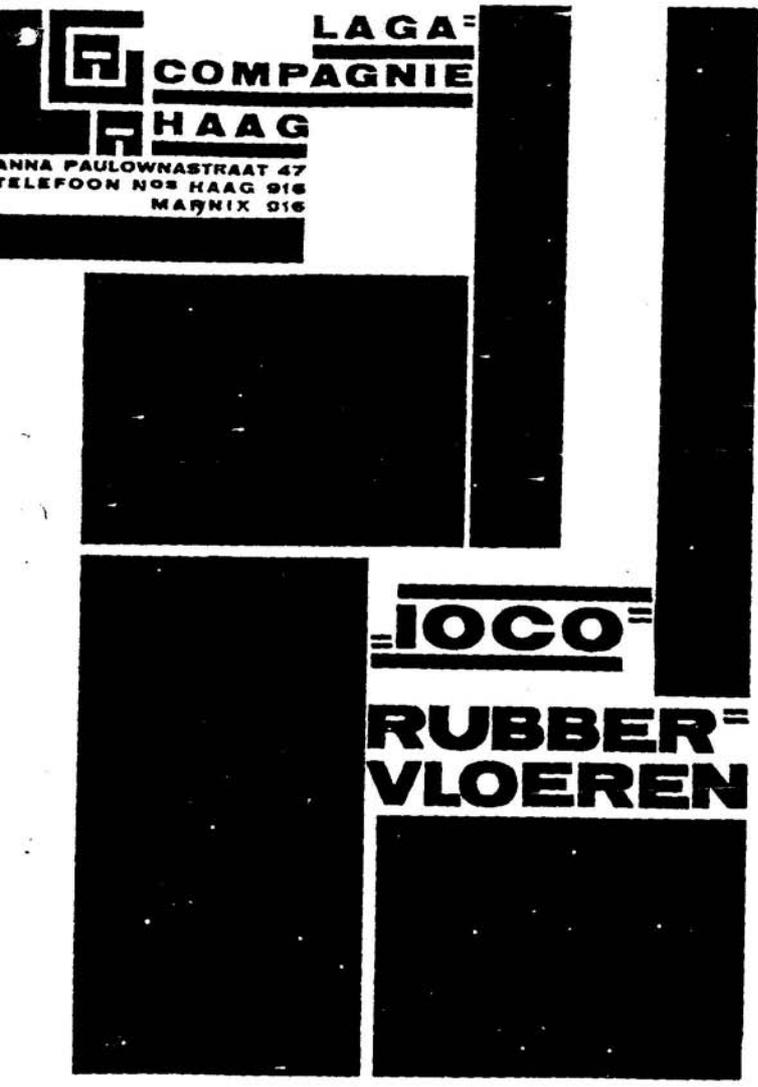


Figura 18.54. Carpeta (1924), de Piet Zwart. En esta comunicación compleja se logra el orden por medio de la repetición rítmica de diagonales, palabras, letras, líneas y la mano que señala.

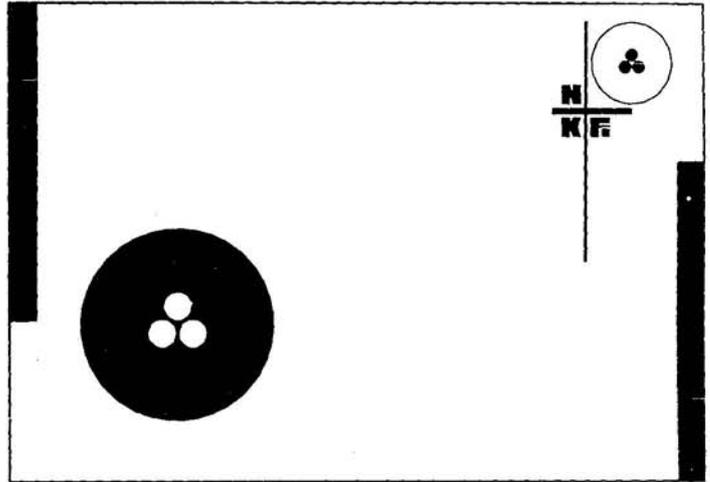


Figura 18.55. Portada y contraportada para un catálogo de la fábrica de cables N. V. Nederlandsche Kabelfabriek (NKF), año 1928, de Piet Zwart. El logotipo diseñado por Zwart para NKF aparece en estas páginas abiertas, solo y con las iniciales de la compañía. Las barras negras empleadas en el borde superior izquierdo y en el borde inferior derecho funcionan como elementos de composición y evitan que la página se ensucie con el manejo repetido. Cortesía de N. V. Nederlandsche Kabelfabriek en Delft.

Figura 18.53. Anuncio para Laga Company (1923), de Piet Zwart. En los primeros encargos publicitarios de Zwart, provenientes de este fabricante de pisos, es evidente la influencia *De Stijl*.

el diseño de un arquitecto es construido a partir del vidrio, el acero y el concreto. Hendrik N. Werkman (1882-1945), artista holandés oriundo de Groningen, es afamado por su experimentación con los tipos, la tinta y los rodillos para tinta para la expresión puramente artística. En el año 1923, después de que su gran compañía impresora fracasara durante el desquiciamiento económico que siguió a la Primera Guerra Mundial, Werkman, cuyo pasatiempo era la pintura, estableció una pequeña compañía impresora. Para producir las composiciones

únicas llamadas *druksels* ("impresiones") empleaba tipos, líneas, tinta para impresión, rodillos manuales y una pequeña imprenta. También en el año 1923 inició la publicación de *La próxima llamada*, una pequeña revista de textos y experimentos tipográficos. La prensa se convirtió en "colchón de planeación", ya que Werkman compuso tipos de madera, planchas de madera e incluso partes de una cerradura vieja directamente sobre la cama de la prensa plana. Le apasionaba la impresión y disfrutaba con el papel hermoso, las texturas de la madera y las cualidades únicas de

cada tipo, con sus muescas y mellas. Su procedimiento para construir un diseño a partir de componentes ya hechos puede ser comparado con el proceso creativo de los dadaístas, particularmente en el fotomontaje. Al igual que Lissitzky, exploró el tipo

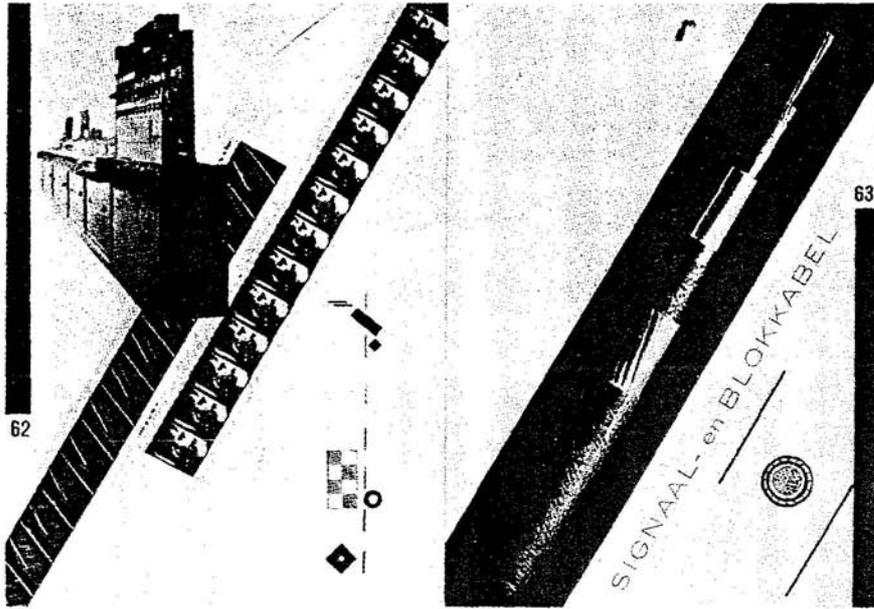


Figura 18.56. Páginas del catálogo de la fábrica de cables NFK (1928), de Piet Zwart. Esta composición nos muestra el uso legítimo de la fotografía como forma de composición por parte de Zwart.

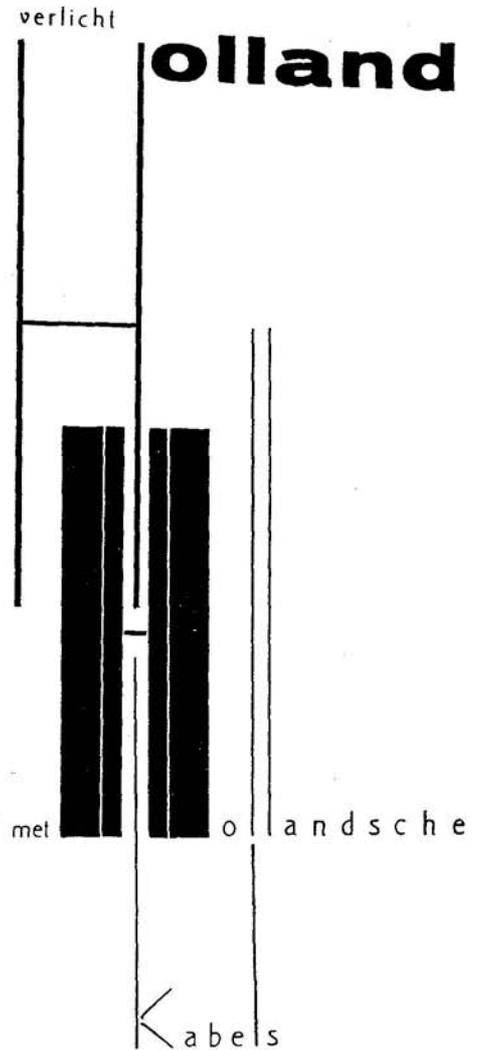


Figura 18.58. Anuncio para la fábrica de cables NFK (1926), de Piet Zwart. Estructurado sobre verticales dinámicas, este diseño es un ejemplo de cómo Zwart, al ser su propio escritor publicitario, revelaría una solución visual/verbal simultánea para el problema de comunicación de su cliente.

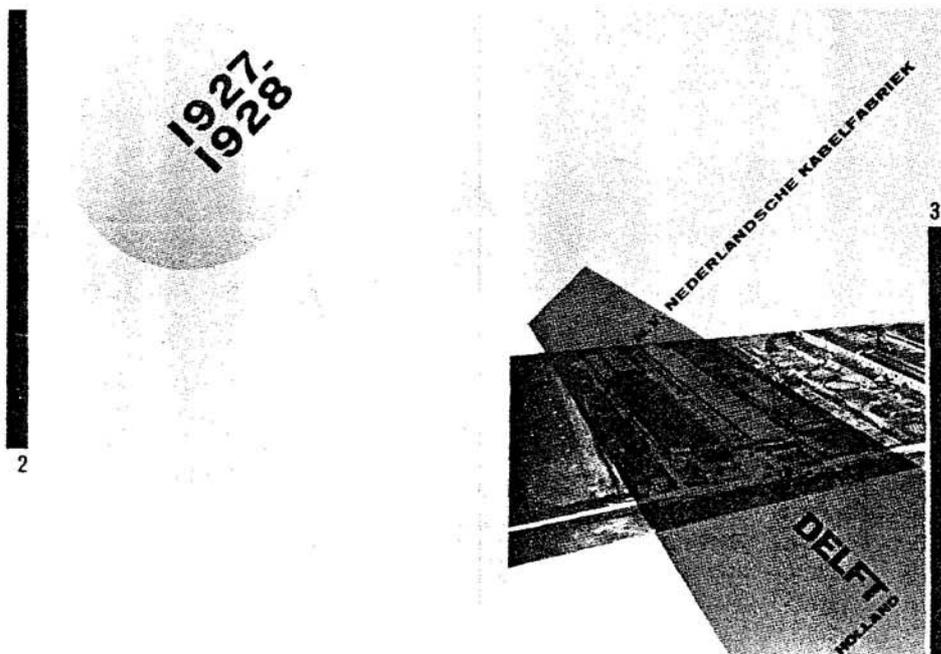


Figura 18.57. Páginas del catálogo de la fábrica de cables NFK (1928), de Piet Zwart. El balance asimétrico en la fecha (impresa en un círculo de color amarillo) está equilibrada contra una cuña de color rojo que atraviesa una fotografía de color azul de medio tono de la planta NFK, sobreimpresa por la cuña de color rojo, se convierte en un medio tono color púrpura sobre un fondo color rojo.

como una forma visual concreta y como una forma de comunicación del alfabeto.

Al pasar el tiempo, Werkman empleó el rodillo manual para formar áreas de color plano directamente sobre el papel e hizo dibujos con el borde del rodillo. En su proceso de trabajo los estenciles se volvieron

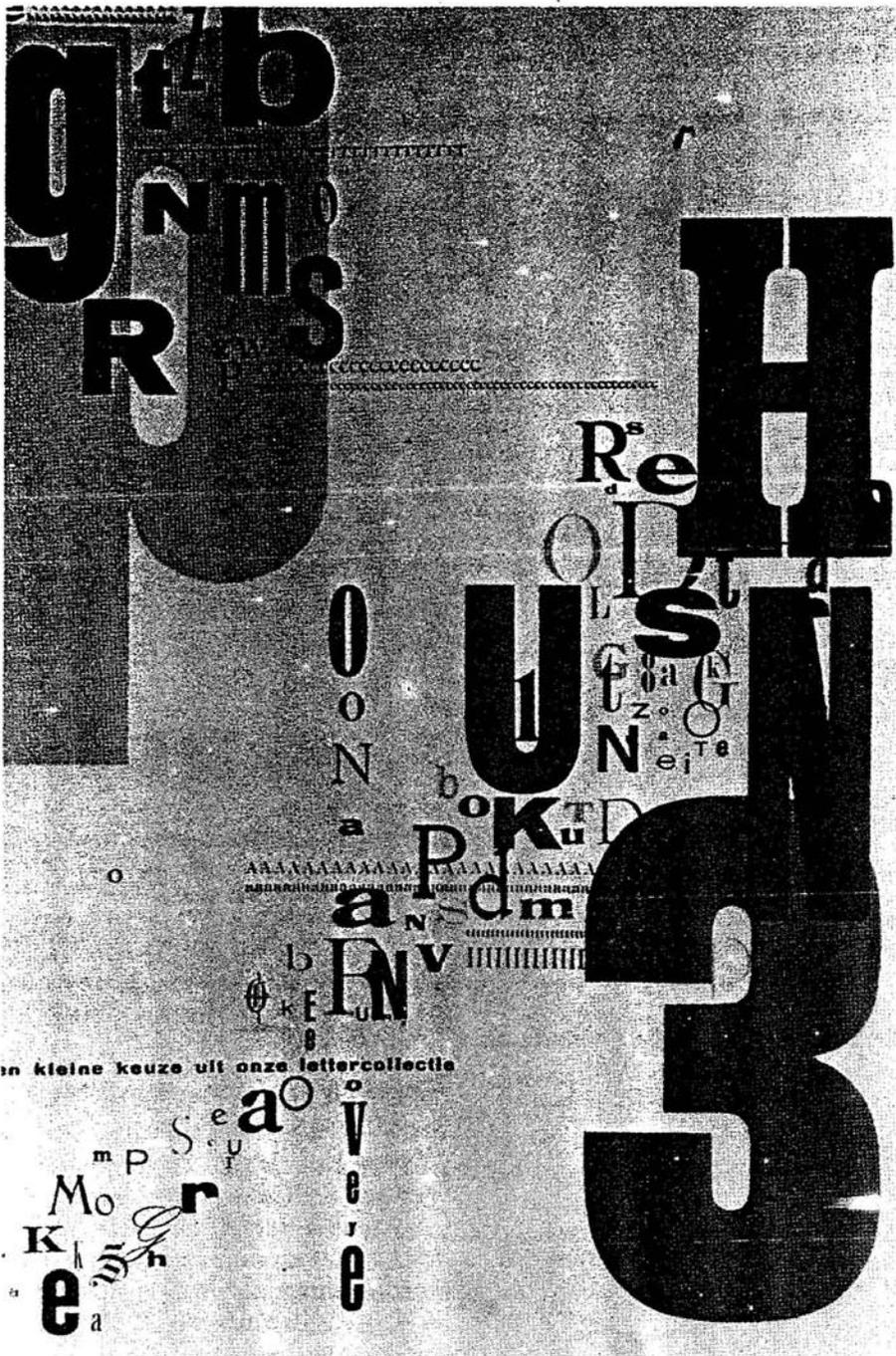


Figura 18.59. Página de un folleto-mostrario de tipos para el Trío N. V. Drukkerij (1930), de Piet Zwart. Los colores primarios de la corriente *De Stijl* se combinan con el azar travieso de la composición dadaísta, en donde Zwart demuestra que esta firma impresora tiene una gran variedad de estilos y tamaños de tipos.
Cortesía del Trío N. V. Drukkerij, en La Haya.

Figura 18.60. Página del folleto de un editor (1931), de Piet Zwart. En este uso directo y desinhibido del "flujo visual" Zwart impulsa al lector en términos decididos hacia la información de las páginas siguientes.
Cortesía de Nijgh y Van Ditmar, en 's Gravenhage, Países Bajos.



Figura 18.61. Anuncio para NKF (1931) de Piet Swart. Este diseño con sus tipos y líneas diagonales, inspiró la moda "tipo y raya" de finales de los años 70.



Figura 18.62. Cubierta para *La próxima llamada 4* (1924) de H. N. Werkman. La fina textura del papel para cubiertas y lo burdo del viejo tipo picado dieron a este trabajo una presencia física táctil.



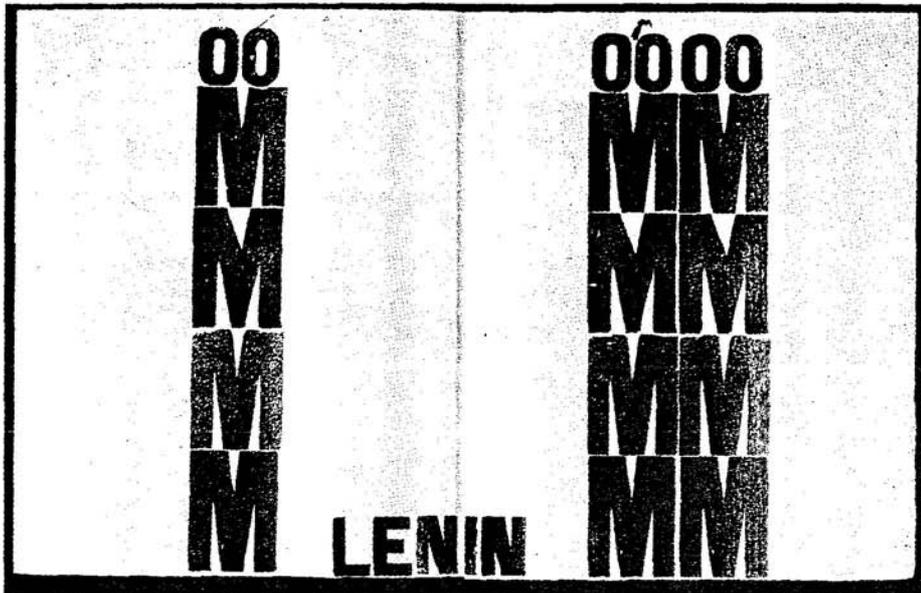


Figura 18.63. Páginas de *La próxima llamada 4*, año 1924, de H. N. Werkman. En homenaje a la muerte de Lenin, totems solemnes compuestos por emes y oes sugieren una multitud silenciosa de dolientes.



Figura 18.65. Portada del folleto para las balanzas Berkel modelo Z (antes del año 1929), de Pau Schuitema. Flechas que se mueven a partir de la palabra grande ZOO ("Tan") crean una cabecera doble: "Tan evidente -cada raya cinco gramos" y "Tan pequeño- 20 cm [de ancho]". Este folleto es un texto impreso en prensa plana a partir de material tipográfico montado sobre la cama de la prensa de la composición de Schuitema. Philip Johnson, Museo de Arte Moderno, en Nueva York.

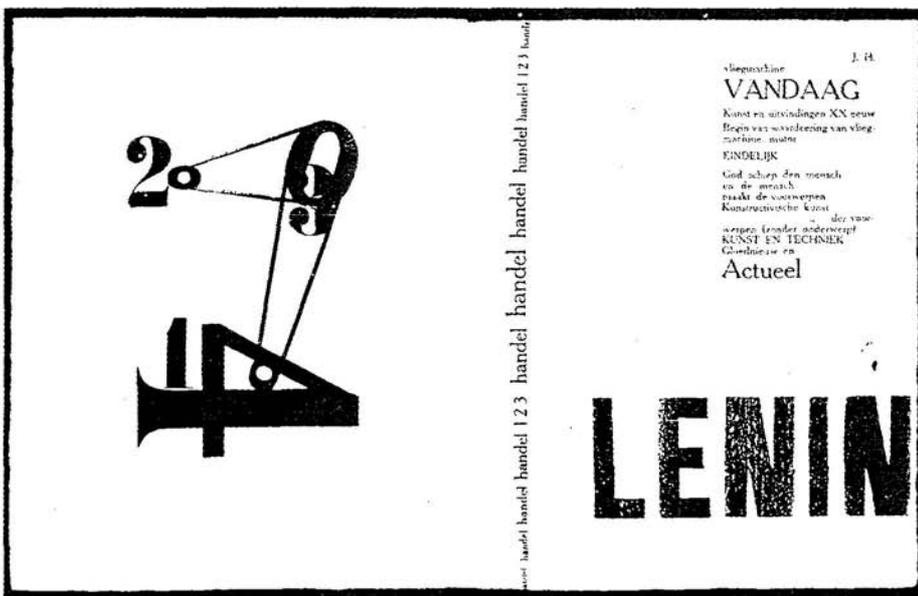


Figura 18.64. Páginas de *La próxima llamada 4*, año 1924, de H. N. Werkman. Compuesta directamente sobre la cama de la prensa, la configuración 'e la izquierda se logró por medio de múltiples presiones con figuras traslapadas.

cada vez más importantes, porque con ellos podía controlar la composición y la forma más fácilmente. Unos cuantos días antes de que la batalla por la liberación alcanzara Groningen, en abril del año 1945, Werkman fue asesinado

por los nazis y gran parte de su obra fue destruida.

Paul Schuitema (nació en 1897) es otro diseñador gráfico holandés importante de la provincia de Groningen. Durante la Primera Guerra Mundial fue educado como

pintor y a principios de los años veinte se dedicó al diseño gráfico en la compañía Berkel. Hizo gran uso de la sobreimpresión y la fotografía objetiva, integradas con la tipografía en su trabajo. Durante 30 años dio clases en la Real Academia de la Haya.

En Checoslovaquia, Ladislav Sutnar (1897-1976) se convirtió en el principal partidario del diseño funcional. Abogaba por el ideal de la Bauhaus y por la aplicación de los principios del diseño a todos los aspectos de la vida contemporánea. Además de los gráficos, este prolífico diseñador de Praga creó juguetes, muebles, vajilla de plata, vasijas y telas. La casa editora Druzstevni Prace contrató a Sutnar como director de diseño. Sus cubiertas para libros y sus diseños editoriales desarrollaron una simplicidad de organización y una claridad tipográfica que dieron un fuerte

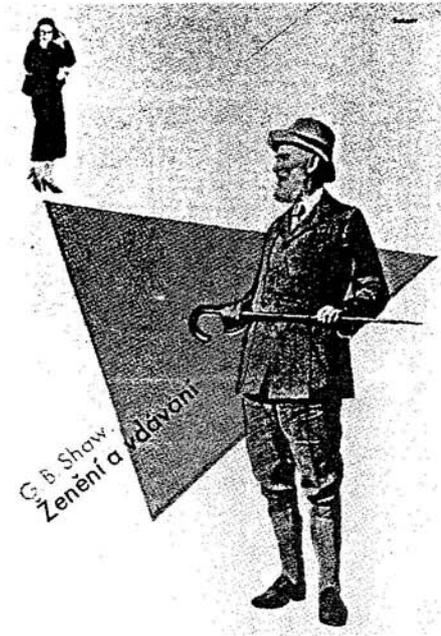


Figura 18.66. Diseño de cubierta para *Ženění a vdávání*, año 1929, de Ladislav Sutnar. El triángulo de color rojo crea un punto focal fuerte, unifica las dos fotografías y se convierte en el elemento estructural más importante en esta composición asimétrica, delicadamente balanceada.

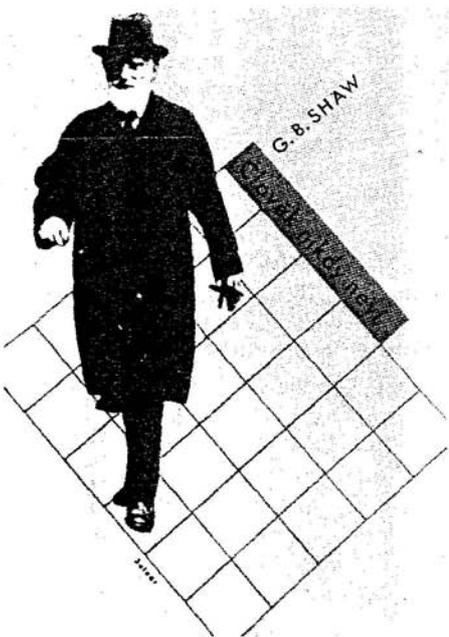


Figura 18.67. Diseño de cubierta para *Člověk nikdy neví*, año 1929, de Ladislav Sutnar. Este es un magnífico ejemplo de la habilidad de Sutnar para combinar la fotografía y las formas geométricas en una composición sumamente original.

impacto en la comunicación. Sutnar trabajó como profesor de diseño en la progresista Escuela Estatal de Artes Gráficas, desde mediados de los años veinte hasta que emigró a los Estados Unidos en abril del año 1939. Esto sucedió un mes después de que Hitler convocara a los líderes checoslovacos en Berlín y les informara que Praga sería destruida desde el aire a menos que territorio checo adicional se le rindiera. En Nueva York Sutnar se convirtió en una fuerza vital para la evolución del diseño moderno en Estados Unidos.

Herbert Matter (nacido en 1907) diseñador y fotógrafo suizo, contribuyó de forma importante en la utilización de la fotografía como instrumento de comunicación gráfica. Mientras estudiaba pintura en París bajo la dirección de Fernand

Léger, Matter comenzó a interesarse en la fotografía y el diseño. A principios de los años treinta trabajó en la fundición de tipos Deberny y Peignot, como fotógrafo y diseñador tipográfico y colaboró en los carteles de Cassandre. A la edad de 25 años, regresó a su nativa Suiza y empezó a diseñar carteles para el Ministerio Nacional de Turismo. Al igual que Laszlo Moholy-Nagy, Matter comprendió perfectamente la

Figura 18.68. Cartel de viaje por Suiza (1934), de Herbert Matter. El cambio dinámico de la composición en ángulo comunica una sensación de movimiento adecuada a los deportes invernales. Matter tenía una habilidad insólita para combinar la fotografía en blanco y negro con el tono. Aquí, por ejemplo, una pantalla de tinta bajo la gran cabeza introduce un tono de piel, el color pintado con aerógrafo alrededor de las cruces suizas es rojo y el área del cielo es azul pálido.





Figura 18.69. Cartel para Engelberg (1934), de Herbert Matter. Se logra un contraste de espacio y escala por medio de la juxtaposición de un acercamiento extremo de la cara, así como de la mano con un mitón y la vista al fondo de la cabina del teleférico y la montaña.

organización y las técnicas visuales del movimiento moderno, tales como el collage y el montaje y aplicó estos conocimientos a la fotografía y al diseño gráfico. Sus carteles de esos años empleaban el fotomontaje, los cambios de escala dinámicos y una integración efectiva de la tipografía y la ilustración. Las imágenes fotográficas se convirtieron en símbolos gráficos sacados de sus contextos normales y expuestos en una relación nueva.

Con la fotografía en blanco y negro Matter exploró los contrastes extremos de escala y la integración del color. En el cartel del año 1934 para Engelberg, la montaña en

blanco y negro, así como la cabina del teleférico surgen de una alberca azul pintada con aerógrafo. La mitad de la palabra Engelberg aparece en color blanco invertido con el color azul y la otra mitad está impresa en color café. El tamiz de color café claro que tiñe la cara de la muchacha representa, de modo impresionante, un sentimiento de color. En el cartel del año 1935 para viajar por Suiza, en el cual proclama que todos los caminos llevan a Suiza, se combinan tres niveles de información fotográfica en una expresión imponente del espacio. En primer plano, un camino de adoquín fotografiado a nivel del suelo retrocede en el espacio. Su movimiento es detenido por una cordillera que muestra la famosa carretera suiza que rodea y serpentea en las montañas. Finalmente, un majestuoso pico montañoso se yergue contra el cielo azul.



Figura 18.70. Cartel para el Ministerio Suizo de Turismo (1935), de Herbert Matter. La fotografía en blanco y negro, colocada entre el cielo color azul plano y la tipografía en color rojo, tiene una dinámica espacial interna que captura el sentimiento de las cumbres de la montaña.

Walter Herdeg (nacido en 1908), originario de Zurich, Suiza, durante los años treinta fue otro innovador en el uso de la fotografía en el diseño gráfico. Herdeg logró vitalidad en el diseño por medio de la selección y el recorte de imágenes fotográficas para la publicidad de los lugares de vacaciones suizas. En los diseños de los carteles para esquiar en St. Moritz, un lugar de recreo, Herdeg creó una unidad gráfica por medio de la aplicación de un símbolo solar estilizado y un logotipo gesticulativo.

El diseñador polaco Henryk Berlewí (1894-1967) fue influenciado por las conferencias de

Lissitzky en el año 1920 en Varsovia. Del año 1922 al año 1923 trabajó en Alemania y comenzó a desarrollar su teoría de la *mechano-faktura*.

Convencido de que el arte moderno estaba lleno de escollos ilusionistas, mecanizó la pintura y el diseño gráfico en una abstracción elaborada que excluye cualquier ilusión tridimensional. Esto se lograba por medio de la colocación matemática de formas geométricas simples sobre un fondo. La mecanización del arte era vista como una expresión de la sociedad industrial.

En el año 1924, Berlewi abrió una firma publicitaria en Varsovia llamada *Roklama Mechano*, junto con los poetas futuristas Aleksander Wat y Stanley Bruetz, quienes introdujeron las formas del arte moderno en los anuncios industriales y comerciales de la sociedad polaca. Su folleto planteaba que el diseño publicitario y los costos deberían ser gobernados por los mismos principios que rigen a la industria moderna, así como por las leyes de la economía. El texto publicitario era reorganizado para darle cohesión e impacto y la composición visual se adaptaba al texto. Berlewi esperaba que la publicidad comercial se convirtiera en un vehículo para abolir la división entre el artista y la sociedad.

Después de la Segunda Guerra Mundial, Willem Sandberg (1897), director y diseñador de los museos municipales de Amsterdam, surgió como un profesional sumamente original de la nueva tipografía. Durante la guerra, mientras se escondía y trabajaba para la Resistencia, creó su *experimenta typographica*. Estas series de ensayos tipográficos de la forma y del espacio inspiraron su obra posterior.

Sandberg era un investigador. En algunos proyectos empleaba una composición tipográfica del texto sin ninguna justificación. Colocaba libremente fragmentos de oraciones en la página con letra cursiva, ultranegrita o delicada, implantada para acentuar o para dar énfasis. Rechazaba la simetría y utilizaba colores primarios muy brillantes. Le fascinaban los contrastes. Combinaba



Figura 18.71. Portada del folleto para St. Moritz (1936), de Walter Herdeg. El punto de vista detallado en el acercamiento de las flores combina con una vista panorámica de las montañas en una vista espacial dinámica. El sol, que es una marca de fábrica, se vuelve parte de la fotografía.



Figura 18.72. Portada del folleto para St. Moritz (1936), de Walter Herdeg. Una composición angular dinámica y la utilización juiciosa del espacio abierto proyectan la emoción de esquiar.

tipos *sans-serif* frágiles con elementos del collage como letras grandes con bordes toscos arrancadas del periódico. El texto de los catálogos de exhibición se imprimía en papel de estra de color café. En contraste, las páginas con una capa de barniz común se entremezclaban como una superficie para medios tonos.

La obra de Sandberg demuestra que muchas de las ideas de diseño propuestas por la nueva tipografía

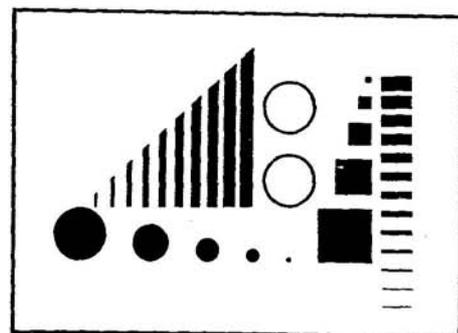


Figura 18.73. Composición mecano-faktura *Contrastes dinámicos*, año 1924, de Henryk Berlewi. La "lectura" de esta composición gráfica propone comenzar con la línea delgada del ángulo inferior derecho y continúa el volumen cambiante de las formas, terminando con los dos círculos delineados.



Figura 18.74. Folleto de Chocolates Plutos, página 6 (1925), de Henryk Berlewi. El escritor Aleksander Wat colaboró estrechamente con el diseñador para integrar una forma visual con el texto. Impreso en colores rojo y negro sobre papel de color amarillo, este diseño inspirado en el suprematismo está compuesto sobre una cruz implícita que divide la página en cuadrantes.

perduraron después de la Segunda Guerra Mundial. Este nuevo lenguaje de la forma se inició en Rusia y en Holanda, cristalizó en la Bauhaus y encontró a su más claro portavoz en Jan Tschichold. La sensibilidad racional y científica del siglo xx ganó terreno como expresión gráfica. En lugar de constituir una restricción sobre la creatividad, la nueva tipografía permitió a los diseñadores con visión desarrollar una comunicación visual funcional y expresiva. Aspectos de la nueva tipografía siguen siendo influencias importantes en el siglo que vivimos.



Figura 18.75. Cartel para exposición (1925), de Henryk Berlewi. Esta primera aplicación de los principios de la mecano-faktura al diseño gráfico es para una exhibición de obras de mecano-faktura, celebrada del 14 al 25 de marzo de 1925. La sala de exposición de automóviles Austro-Daimler en Varsovia fue seleccionada para la presentación y Berlewi vio al cartel como un manifiesto funcional.

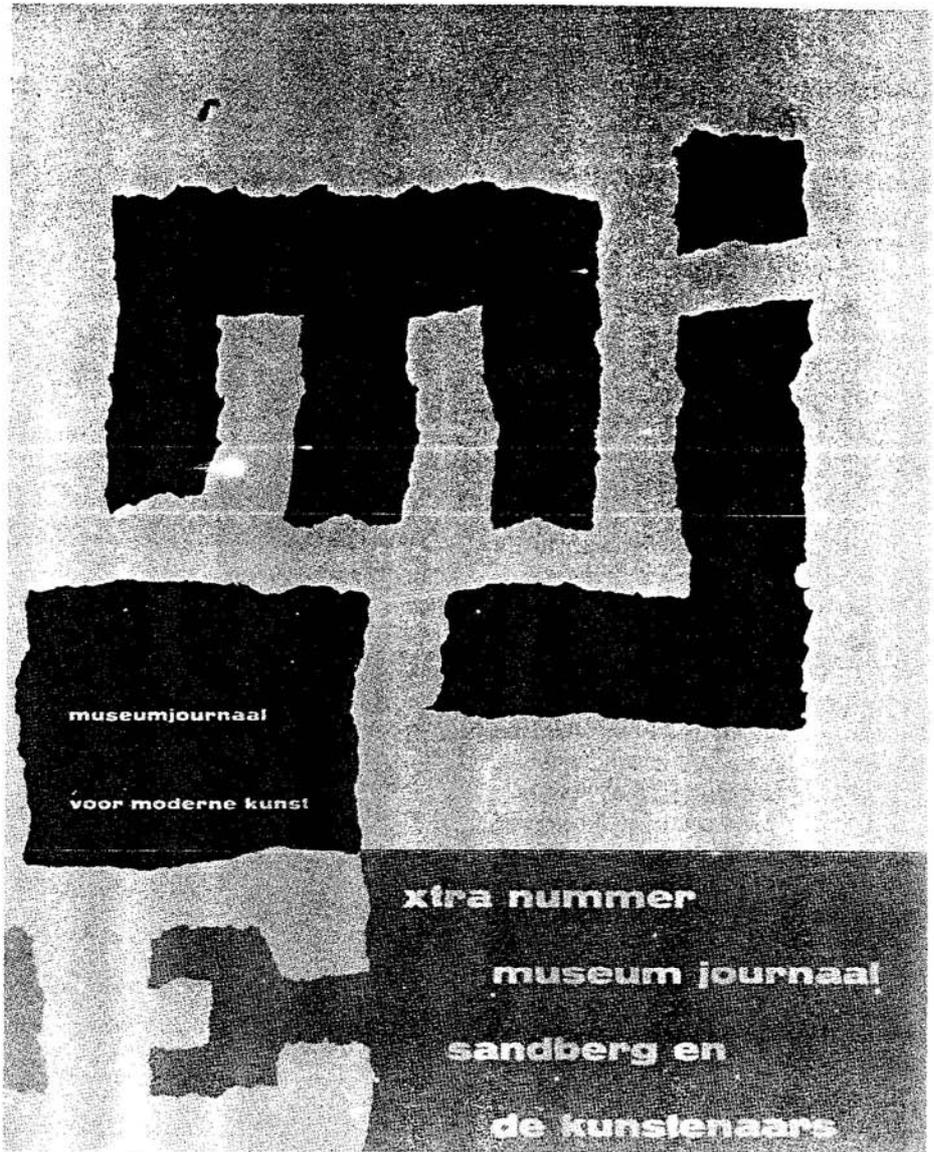


Figura 18.78. Portada para el periódico de un museo (1963), de Willem Sandberg. Las áreas de blanco negativo alrededor de la *m* y la *j* son tan importantes como estas letras en color rojo. Los bordes rasgados contrastan dinámicamente contra el tipo bien delineado y la barra color azul cortada a navaja, la cual forma una *E* rasgada. Esto permite al espacio en blanco desembocar en la barra, impidiéndole separarse de la totalidad.

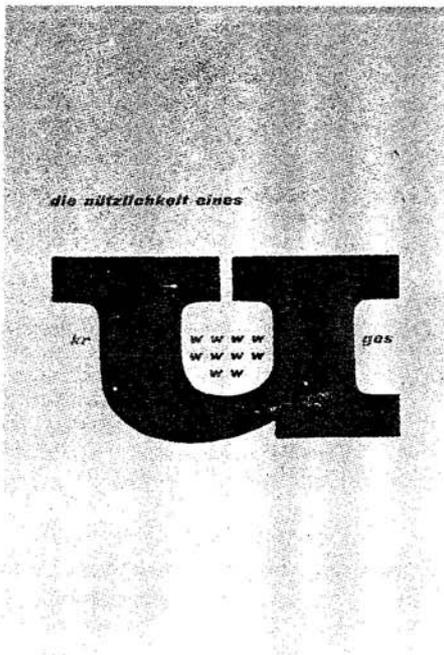


Figura 18.76. Página de *Experimenta typografica*, año 1956, de Willem Sandberg. Hablando de la utilidad de las jarras, Sandberg transformó la *u* de Kruges ("jarras") en una vasija llena de letras de color azul.

Figura 18.77. Página de *Experimenta typografica*, año 1956, de Willem Sandberg. La sensible exploración del espacio negativo entre las letras por parte de Sandberg ejerció una influencia enorme sobre una generación de diseñadores.

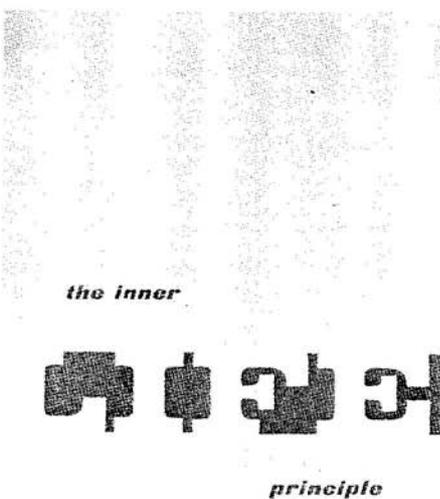


Figura 18.80. Páginas de *Palabras clave*, año 1966, de Willem Sandberg. Los contrastes de escala (grande/pequeño), color (rojo/amarillo/azul/negro) y bordes (rasgados/exactos) son utilizados en esta composición balanceada asimétricamente. Las formas se equilibran hacia los bordes de la página y el movimiento horizontal implícito, creado por medio de líneas de tipos a través de la mitad inferior, ayudan a estabilizar la unidad. *Stedelijk Museum, en Amsterdam.*

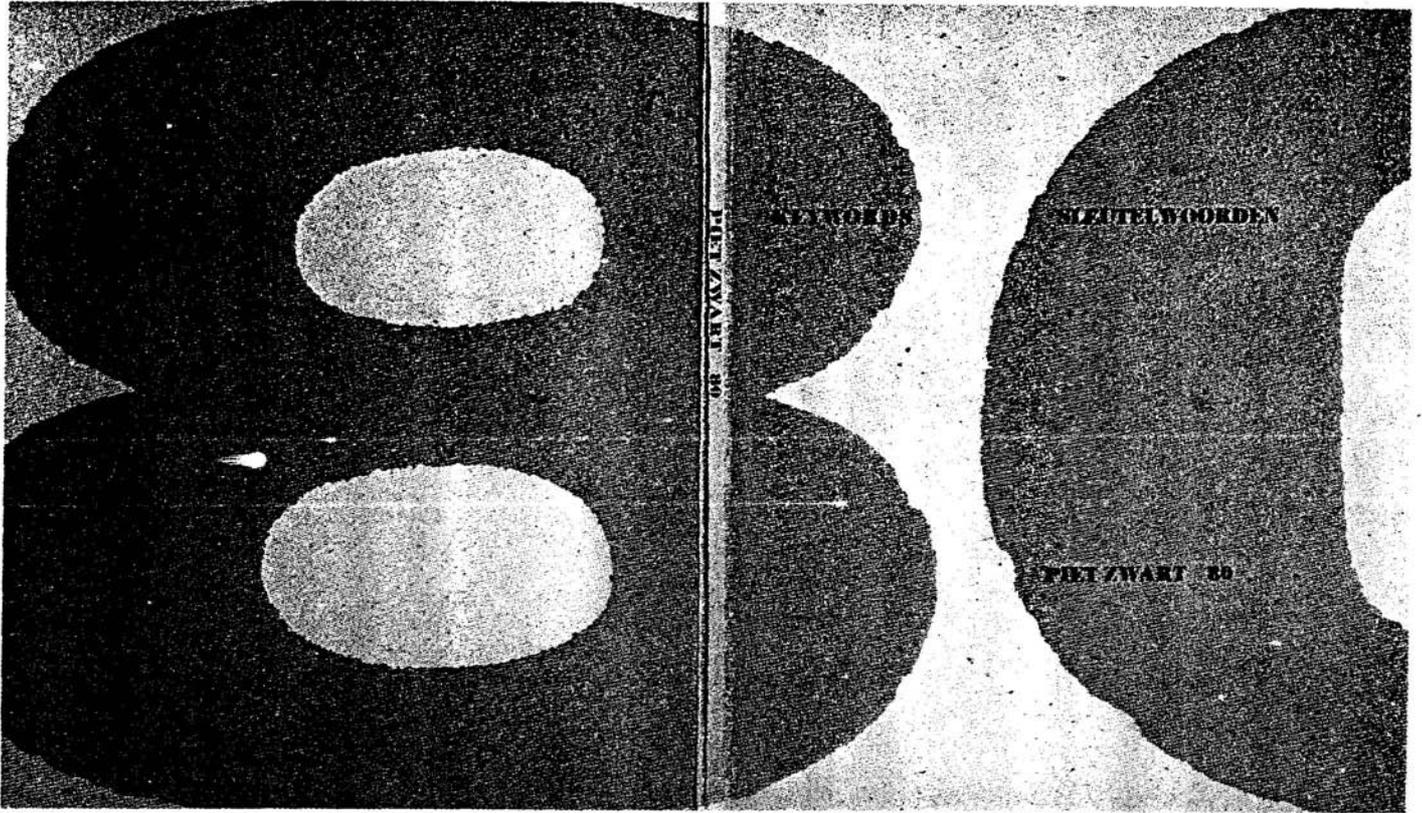
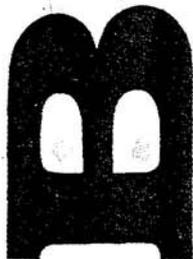
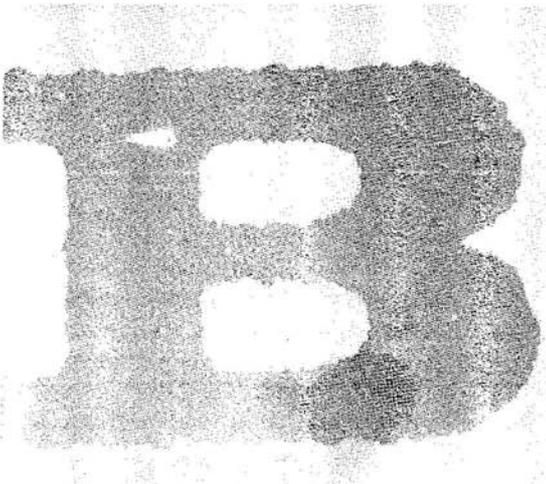


Figura 18.79. Cubierta para *Palabras clave*, año 1966, de Willem Sandberg. En este folleto conmemorativo que celebra el cumpleaños número 18 de Piet Zwart, los numerales están alargados y recorta-

dos de tal manera que la portada se convierte en una interacción del diseño de formas positivas y negativas. Sandberg se deleitaba con la textura y la

aparición de los papeles burdos, como el de estraza empleado aquí. *Stedelijk Museum, en Amsterdam.*



reclame is op zijn best een bewering die door argumenten gestaafd en op suggestieve wijze naar voren gebracht wordt op zijn slechtst is hij een geoorloofde vorm van bedrog