



¿Por qué crear nuevas fuentes?

David Crossland*

"¿Por qué crear nuevas fuentes?" es la pregunta más común que me han hecho desde que me propuse convertirme en un diseñador de tipos de letra.

Cuando menciono que cursé una maestría sobre esta materia en la Universidad de Reading, Inglaterra, a veces me tropiezo con la auténtica sorpresa de quienes se asombran de que este tema se estudie con seriedad.

¿Sabes? A menudo, la gente nunca ha pensado de dónde provienen las fuentes, ya que las fuentes de su computadora simplemente están ahí. Vemos constantemente diferentes tipos de letra en el mundo, por lo cual todos sabemos con certeza que hay muchos de ellos. De ahí que no sean evidentes las razones por las que hagan falta aún más de los que ya existen. Tal vez la sorpresa se deriva también, de la forma en que las fuentes resultan ser subliminales. Nos fijamos en el sentido de lo que leemos, y esto aparta nuestra atención de la mecánica que subyace en el acto de leer. Los hechos comunes de todos los días pueden presentársenos como algo misterioso cuando uno los viene a examinar por primera vez, y la lectura parece ser uno de esos hechos.

Las nuevas fuentes se crean por muchas razones, y a menudo varias de esas razones están presentes a la vez. He aquí tres de ellas:

Identidad

Las organizaciones necesitan identidades visuales, y las fuentes pueden identificar vigorosamente quién publicó qué cosa. Tener una identidad visual distintiva es estar a la moda. La moda hace la vida más interesante, y es una parte tan importante de la tipografía como cualquier otro aspecto de la cultura. Aunque se puede conseguir una identidad visual bien distintiva incluso con una fuente muy común -la popularidad de **Helvetica** así lo atestigua-, sugiero que esta es la motivación principal por la que los diseñadores gráficos desean hoy nuevas fuentes; es por eso que los tipógrafos autorizan nuevas fuentes al por menor y la razón por la que los proyectos de creación de marcas de identificación corporativa encargan fuentes hechas a la medida. Estos encargos pueden dejar de ser justificación suficiente para más de una sola fuente, no toda una familia – apenas expandir un logotipo en un alfabeto completo. Sin embargo, a veces ello puede dar como resultado grandes familias: este año Canonical le encargó una familia muy grande de fuentes a la fundición Dalton Maag en Londres.

Arte

Aunque los diseñadores de tipos atienden a los deseos de sus clientes, también tienen sus propias ideas y usualmente esas ideas poseen un sesgo artístico. Existe ese impulso básico que mueve a la expresión de uno mismo, a expresar emociones a través de las formas de las letras, además de la cosa toda de George Mallory: "Porque está ahí".

No se debe subestimar el poder del sentimiento que hay detrás de la frase "¡Lo hice yo!" Este se encuentra en la base de la razón por la que me convertí en un diseñador de tipos. Víctor Gaultney, el diseñador de la familia de fuentes libres **Gentium**, quien es también un diestro músico, lo resumió diciendo simplemente: "¿Por qué crear nuevas fuentes? ¿Por qué crear música nueva?"

Hay también un lado mercantil en el diseño de tipos como práctica artística. He oído a profesionales experimentados como Matthew Carter y Gerard Unger decir que durante su carrera han estado trabajando constantemente, de forma privada, en fuentes para ellos mismos. Cuando un diseñador gráfico construye así un depósito secreto propio, si se presenta un encargo y esos diseños privados resultan ser pertinentes, pueden ser refinados para aprovechar el breve momento favorable y asegurar un margen de ganancia.

Cualquiera que sea la clase de diseño que estés haciendo, si se trata de diseñar sin ningún tipo de restricción y sólo pensando en tu libre expresión, no estás realmente comprometido en una tarea del diseño, sino de arte. La motivación inicial podría muy bien ser indistinguible de las necesidades de los usuarios del artefacto de diseño final, pero creo que es una clase de proceso cualitativamente diferente. Lo que realmente ancla el diseño de tipos en el ámbito de los procesos de diseño es lo siguiente:



Diseño

Las fuentes pueden ayudar o dificultar la legibilidad de un texto. Raph Levien hizo de **Inconsolata** para componer el código de programas, un verdadero nicho. Los tipos de letra para el código se diseñan típicamente para ser leídos en pantalla, más que impresos, ya que allí es donde el código vive realmente. Este contexto tipográfico determina el diseño de varias maneras, tales como hacer los paréntesis desusadamente grandes de manera poco convencional porque desempeñan un papel clave en el código. Estos paréntesis no son adecuados, por ejemplo, para un directorio telefónico.

Cuando Matthew Carter diseñó **Bell Centennial** para AT & T en la década de 1970, hizo un nuevo tipo de letras para guías telefónicas que se usarían en tamaños muy pequeños, lo que permitiría más texto por línea, y sin embargo seguiría siendo tan legible como el anterior. El contexto tipográfico es diferente, y los diseños de los paréntesis son diferentes. Esto es algo sutil, subliminal, incluso para muchos diseñadores gráficos, pero esta es la cuestión que realmente cuenta para el diseño de tipos –porque es lo que hace excelente la tipografía, y se paga por sí misma con creces. Cuando se van a imprimir 50.000 ejemplares, obteniendo un 10% más de texto con 50 páginas menos que en la última edición, es mucho el dinero que se ahorra.

Libertad

Y esto ilustra por qué las fuentes libres son tan valiosas. Si estás utilizando una fuente y ésta no funciona del todo como deseas -si ocupa demasiado espacio, o si se siente que no es apropiada, o que podría estar un poco más en la onda y ser más moderna ¿puede uno cambiarla?. Si está utilizando una fuente propietaria, no se puede. Por supuesto, siempre se puede, a partir de cero, hacer un nuevo tipo de letra que tenga cualidades similares. Pero con una fuente libre puedes impartirle nuevas direcciones, que incluso a sus desarrolladores originales nunca se les habrían ocurrido.

*<http://www.understandingfonts.com>

Este artículo se publicó en inglés en
Libre Graphics Magazine #0, mayo 2010.
Traducción: Armando Hoepelman