

El arte oculto en las letras de imprenta

Enric Satué

Discurso de ingreso del académico electo Ilmo. Sr. Enric Satué i Llop
leído en el salón de actos de la Real Academia Catalana de Bellas Artes
de Sant Jordi, Barcelona, el día 22 de junio de 2005.

El arte oculto
en las letras de imprenta

Discurso de ingreso del académico electo
Ilmo. Sr. Enric Satué i Llop leído en el salón de actos
de la Real Academia Catalana de Bellas Artes de Sant Jordi,
Barcelona, el día 22 de junio de 2005.

El arte oculto en las letras de imprenta

Enric Satué

Como es norma en este tipo de ceremonias académicas, empiezo por decir que es para mí un honor y un placer ingresar en la Real Academia Catalana de Bellas Artes de Sant Jordi. En mi caso se trata de un honor poco habitual, pues provengo de una disciplina profesional que no solo no es artística, sino que es tan nueva que no se conoce y tan antigua que no se recuerda. Ahora, quizá con un orgullo gremial desmesurado, quiero recordar que el diseño fue una de las disciplinas fundacionales de esta real casa cuando se creó, en el curso 1774-1775, la Escuela Gratuita de Diseño.

Tal como hice en 1988 en Madrid, cuando recibí el Premio Nacional de Diseño que el Rey de España, Juan Carlos I, entregaba por primera vez a un diseñador gráfico (en este momento ya somos doce), quiero hacer partícipes de tal honor a todos mis colegas, porque estoy contento precisamente por lo que representa como reconocimiento colectivo y porque no me acaba de gustar gozarlo individualmente. Practico, quizá con obstinada perseverancia, lo que el maestro J.V. Foix practicaba en sus poemas, y, en consecuencia mi obra no «floraleja ni concurseja ni vol acontentar les tietes» [no va a concursos florales ni quiere ser contento de solteronas]. Es suficiente con intentar que mis diseños resulten eficaces, y, si es posible, innovadores. Y en cuanto a las condecoraciones, me solidarizo con Billy Wilder, a quien le dió más satisfacción aparecer citado en dos ocasiones en los crucigramas de *The New York Times* que los seis óscares que recibió de la Academia. En mi caso, he aparecido tres veces en los de *La Vanguardia* en catalán, con lo que mi vanidad está más que saciada.

Decir que el diseño gráfico no es una actividad artística puede confundir a más de uno ya que se expresa con lenguajes que son

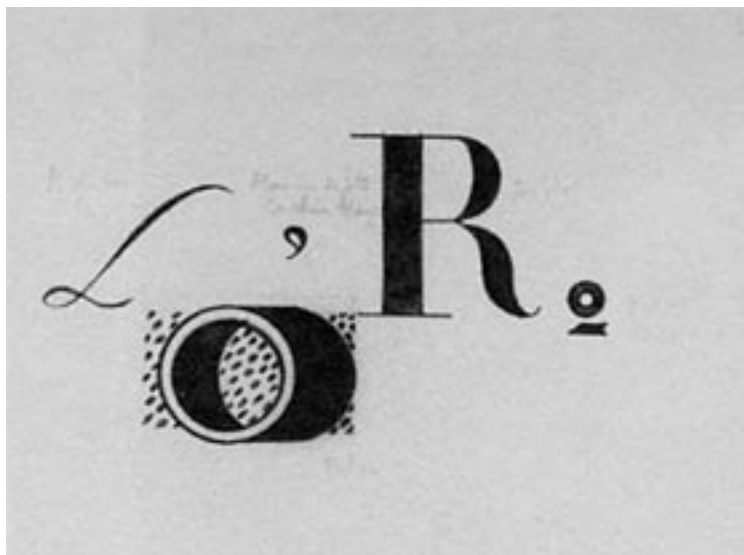
comunes a los creadores de formas –con los pintores a la cabeza– como son la imagen y el color. Por suerte, existe un tercer lenguaje: las letras de imprenta, es decir, la tipografía, que nos pertenece en exclusiva y deshace la posible confusión, hasta el punto de que basta con la presencia de éstas en la superficie del papel para distinguir de inmediato un diseño de lo que podría ser una obra de arte.

Algunos pintores del siglo xx, como en el caso de Juan Gris, Paul Klee, Fernand Léger o Joaquín Torres-García,¹ pintaban letras de imprenta en sus cuadros; otros, como Pablo Picasso y Kurt Schwitters,² pegaban a los suyos cabeceras de diario, etiquetas o pequeños impresos, e incluso hubo quien, como en el caso de René Magritte y Joan Miró,³ pintaban frases con bellas caligrafías. Sin ir más lejos, el escultor Josep Maria Subirachs, miembro de esta excelentísima academia, ha rendido más de un homenaje a la tipografía en los relieves y bajorrelieves de algunas fachadas barcelonesas.

1. La leyenda «Jerez de la Frontera» del cuadro *Composició con reloj* (1912), *La botella de amis* (1914) y todos los que llevan la cabecera del diario *Le Journal* pintada, como es el caso de *Frutero, vaso y diario* (1916) ilustran la afición de Juan Gris por la tipografía. El famoso *El gris de la noche se acaba de ir* (1918), *E* (1918) y *Diecisiete desorientado* (1923), muestran el interés de Paul Klee por la tipografía, más allá del momento concreto. Las letras estarcidas de los cuadros *La bandera* (1919), *Los hombres de la ciudad* (1919) y *El tipógrafo* (1919) muestran la fijación de Fernand Léger por el factor tipográfico, sobre todo si nos fijamos en el tercer título. La selección de las pinturas *Figura con paisaje de ciudad* (1917), *Paisaje de Nueva York* (1920), así como el juguete de madera titulado *Abecedario* (1928), son tan solo una insignificante muestra de la debilidad de Joaquín Torres-García por la tipografía.

2. La portada completa, aunque rasgada, del diario madrileño *El Diluvio* en el cuadro titulado *Guitarra* (1913), el recorte con la cabecera del diario francés *Le Journal* pegada al collage *Sifón, vaso, periódico y violín* (1912-1913), que aparece también en *Botella de ron y vaso* (1912), describen el escaso paisaje doméstico de Pablo Picasso y, a su vez, el gusto que tenía por las letras de imprenta. Los títulos *D-on* (1922-1925), *ST-G* (1929-1931) *Vale por un trayecto* (1928), remiten a las piezas impresas o a las tipografías con las que Kurt Schwitters componía meticulosamente pequeñas obras de arte que tardaba años en acabar.

3. Las leyendas de *La clave de los sueños* (1930), *La mesa, el océano y la fruta* (1927) y la mundialmente famosa «Ceci n'est pas une pipe», que figura en *El viento y la canción* (1928-1929), corroboran la importancia que René Magritte otorgaba a la caligrafía. Las leyendas «Sardina» sin acabar, que hay en *Paisaje catalán* (1923-1924), «Un ocell empaita una abella i l'atrapa», en el cuadro del mismo título (1926) y la adormecida «Photo. Ceci c'est la couleur de mes rêves» (1925), que figura al pie de una mancha azul, muestran la adicción de Joan Miró a la caligrafía.



Alberto
Giacometti,
«La R de La O»,
aguafuerte para
el libro *L'art de
l'eau*, de André
Breton, 1934.
Colección
particular.

A su vez, los poetas, desde Lewis Carroll hasta Guillaume Apollinaire, Josep Maria Junoy⁴ o Joan Brossa, han conseguido que las letras devengan imágenes, cumpliendo de este modo un antiguo deseo de Stéphane Mallarmé. Y debo reconocer que, entre mis instructores, no ha habido ningún tipógrafo ni diseñador ni investigador que haya conseguido que ame tanto las letras de imprenta como Joan Brossa, con quien conversaba sobre diseño y tipografía

4. Junto a poetas como Paul Valéry, y acaso Mallarmé, el más interesado por la tipografía (decía que «la tipografía de una página, al ofrecer una impresión total, inmediata y espontánea, convierte a la tipografía en una especie de hermana de la arquitectura»), y Pablo Neruda con su «Oda a la Tipografía» («Letras largas, severas, / verticales, / hechas / de línea / pura, / erguidas / como el mástil / del navío / en medio / de la página / llena / de confusión y turbulencia, / Bodonis / algebraicos, / letras / cabales, / finas / como lebreles, / sometidas / al rectángulo blanco / de la geometría, / vocales / elzeviras / acuñadas / en el menudo acero / del taller junto al agua, / en Flandes, en el Norte / acanalado, / cifras / del ancla, / caracteres de Aldus, / firmes como / la estatura / marina / de Venecia / en cuyas aguas madres, / como vela / inclinada, / navega la cursiva / curvando el alfabeto: / el aire / de los descubridores / oceánicos / agachó / para siempre el perfil de la escritura»), los poetas catalanes también han manifestado el gusto por la tipografía: de Josep Maria Junoy a Joan Brossa, pasando por Carles Sindreu, Joaquim Folguera, Josep Maria López-Picó, Francesc Trabal, Miquel Ferrà, Josep Lleonart y J.V. Foix.



Joan Brossa,
Trieu,
poema visual,
serigrafía, 1982.

casi semanalmente (por cierto, si me viese hoy se mondaría de risa). Brossa estaba fascinado con el alfabeto, y aunque su poesía estaba hecha de palabra y letras ordenadas, también hizo poesía con el alfabeto completo o con letras sueltas, desordenándolas, duplicándolas, deformándolas, trastrocándolas, troceándolas, superponiéndolas, humanizándolas o disponiéndolas de forma sorprendente, y anunciando el salto del ángel hacia la poesía visual.

Sin embargo y pese a su presencia ostensible, el repertorio de formas tipográficas, con las que mantenemos un contacto constante, se nos escapa por completo de las manos. En cambio, con la arquitectura, una de las bellas artes representadas en esta excelentísima academia, mantenemos una relación más estrecha que con la tipografía, porque la arquitectura al decir de algunos es un arte que nos envuelve. Probablemente por ello, el nivel cultural de los letraheridos les permite distinguir en cualquier momento, sin muchas dificultades, si están ante una catedral gótica, una iglesia románica, un palacio renacentista o barroco, o delante de una edificio modernista, racionalista o posmoderno, aunque carezcan de mayores conocimientos sobre arquitectura. Curiosamente, con la pintura y con la escultura los contactos no son tan frecuentes, pero con la música sí, y quién sabe si será porque también nos envuelve. ¡Y de

qué forma! (Goethe, que lo entendía todo tan bien, decía que la arquitectura es una música petrificada). Aunque no la escuchemos con atención, estamos en condiciones de apreciar al instante si la interpreta una orquesta, un cuarteto o un solista, y si lo que está sonando es un piano o un violín.

Estos conocimientos tan elementales –que podríamos denominar sensoriales– se desactivan cuando nos relacionamos con la tipografía, pues no nos damos cuenta del tipo de letra que leemos, y no digamos si debemos apreciar si nos parecen bellos o no. Con dificultades advertimos si son grandes o pequeños, porque de hecho la tipografía no la miramos sino que vemos a través de ella; como si fuese transparente, o de cristal, como sagazmente observaba Beatrice Warde en 1930: «El tipo sabiamente utilizado será invisible como tipo.»⁵

De hecho, el desconocimiento de los órdenes estilísticos de la tipografía es una carencia tan intensamente arraigada que desgraciadamente afecta a muchos profesionales del diseño. Es un defecto que los lectores, sin saberlo, comparten con los emisores y, de este modo, el trámite comunicativo se convierte en un acto inevitablemente insatisfactorio.

Sin embargo, es preciso reconocer algunos atenuantes a la indiferencia estética generalizada que perpetúa esta condición invisible de la tipografía. En primer lugar y a diferencia de la naturaleza monumental de la arquitectura –y en sentido figurado también de la música, la escultura y la pintura–, el repertorio tipográfico es casi microscópico y, por ello, difícil de percibir. Según el diseñador de tipos Stanley Morison, «más allá del cuerpo 24 no se puede hablar, en rigor, de tipografía». Ello significa que debemos contemplar piezas diminutas, de 9 mm de altura las más grandes (el cuerpo 24) y 1,8 mm (el cuerpo 6) las más pequeñas (por no mentar el cuerpo 1, con 0,3 mm de altura). En segundo lugar, Morison reconoció explícitamente que «la tipografía es el medio eficaz para conseguir un fin esencialmente utilitario y solo accidentalmente estético, ya

5. Beatrice Warde, *La copa de cristal. La tipografía debería ser invisible*, Valencia, Campgràfic, 2004.

que el goce visual de las formas constituye rara vez la aspiración principal del lector.»⁶

Pese a la pequeñez tipográfica y aun con el placer que para mí representa trabajar con imágenes y colores –los otros lenguajes del diseño gráfico–, la amistad con Brossa me ha encaminado a centrar mis recursos expresivos, siempre que puedo, en la tipografía y a intentar extraer de ésta el arte que oculta. No es un objetivo fácil, pues manejar la tipografía como forma estructural del diseño es cosa de maestros, y no hay muchos. En el momento actual, por ejemplo, no tenemos ni El Lisitski ni Tschichold ni Bayer ni Fleckhaus ni Aicher... Hubo quienes en lugar de estructuralismo hacían interiorismo; es decir, manipulaban el lenguaje tipográfico con una expresión que diríamos ergonómica: es el caso de Thompson, Faucheux, Lubalin, Vignelli o Kalman. Y ahora hay quien decora con la tipografía –son legión–, aunque también los hay buenos: Brody, Licko, Carson, Mau, Boom... La cantidad de tipos que el ordenador pone al alcance de los diseñadores y no diseñadores favorece la idea que la manipulación de la tipografía no sea ya una operación artística, sino casi un bricolaje. Sin un escalafón de tipos, la impunidad canónica permite que cada uno haga lo que quiera. De ahí que el principio de arbitrariedad que rige el tipografismo sea hoy absoluto.

Por estas razones dedico mi discurso al arte oculto en las letras de imprenta, con el propósito de airearlo en una institución cuyas misiones son, precisamente, la investigación, la promoción y la conservación del patrimonio artístico. Pero antes debo hacer una aclaración y dos justificaciones. Una afecta al concepto de tipografía, dedicado en este caso a la letra de imprenta y no al procedimiento de impresión que el desarrollo de la tecnología ha dejado en vía muerta. Lógicamente, la elección lleva implícitas las justificaciones anunciadas: por un lado, olvidar la contribución catalana a las artes gráficas, especialmente llamativa en los dorados años del Modernismo y repleta de excelentes impresores tipográficos, que van desde el viejo Oliva de Vilanova hasta el joven Casamajó; por otro, la crea-

6. Stanley Morison, *Principios fundamentales de la tipografía*, Barcelona, Ediciones del Bronce, 1998.

A	E	G	H	N	Q	R	S	T	V
a	b	c	e	g	h	j	s	t	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
A	E	G	H	N	Q	R	S	T	V
a	b	c	e	g	h	j	s	t	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
A	E	G	H	N	Q	R	S	T	V
a	b	c	e	g	h	j	s	t	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
A	E	G	H	N	Q	R	S	T	V
a	b	c	e	g	h	j	s	t	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0

De arriba abajo:
 Garamond, 1550;
 Bodoni, 1768;
 Clarendon, 1845;
 Futura, 1927, y
 Helvetica, 1957.

ción de tipos, encabezada por el grabador Pradell (de quien Andreu Badius ha digitalizado el tipo que lleva su nombre), seguida por el polígrafo Canivell (con el «gótico incunable»), el internacional Crous-Vidal (con la «tipografía latina»), el experimental Trochut

(con el sistema Super Tipo Veloz, que también ha digitalizado recientemente Type Republic), y los voluntariosos Giralt Miracle y Vellvé (con los tipos Gaudí y Vellvé, respectivamente), no tiene suficiente entidad para incorporarla a la selecta lista de tipos fundamentales (pese a que los jóvenes diseñadores digitales están trabajando muy bien esta especialidad), cuya prematura globalización cinco veces centenaria los convierte en algo tan familiar que cuando los recordamos no nos referimos a tipografías exóticas y antiguas, sino a tipografías domésticas y vigentes, aun cuando fueron diseñadas siglos atrás y fuera de Cataluña.

En fin, no creo exagerar si les digo que la tipografía se ha desarrollado sin interrupción desde 1450 hasta ahora y que para mí es la herramienta de transmisión de conocimientos que más tiempo ha permanecido a lo largo de la historia. Para entrar en materia, ¿saben que los tipos con «gracia» (o *serif*, si preferimos la denominación en inglés globalizador) tienen más de medio milenio, y los de «palo» (o sin *serif*) alrededor de doscientos años?

Medio milenio de producción industrial ininterrumpida, sin cambios formales de relevancia, es un récord que no alcanza ningún otro artefacto de la civilización industrial. Un ejemplo, la tipografía Garamond, grabada en 1550, es la más utilizada en la composición de textos de libros en la actualidad. Quiero decir que cualquiera de nosotros lee a diario signos alfabéticos formalizados con un diseño sin retoques apreciables procedente del Renacimiento. Podemos admitir que es un patrimonio artístico insólito, si tomamos en consideración la histeria de la obsolescencia programada con la que nos cambian las formas de las cosas simplemente porque alguien certifica que han pasado de moda, porque hace tiempo que están en el mercado, porque han bajado las ventas o, simplemente, porque ya les toca.

En estos cinco siglos de continuidad nos encontramos con que, en la segunda parte del inmortal *Quijote*, publicada en 1615, entre las muchas referencias que hace sobre el libro, hay una que habla de las letras –y al situarlas en una imprenta, es de suponer que eran de factura tipográfica–. El hecho es que, durante su famosa visita a Barcelona, Cervantes escribe:

Sucedió, pues, que yendo por una calle, alzó los ojos don Quijote y vio escrito sobre una puerta, con letras muy grandes: «Aquí se imprimen libros».⁷

Es ésta una referencia interesante, en primer lugar por remota, ya que al parecer describe un rótulo de un establecimiento comercial de la calle del Call. Un tipo de señalización que, desde la Revolución Industrial, ha ido acaparando espacios estratégicos del tejido urbano hasta el punto que hoy la franja horizontal de las ciudades, a tres metros de altura, es un batiburrillo tipográfico, caligráfico, pictográfico y cromático que influye decisivamente en la devaluación visual del paisaje. En segundo lugar, porque es una lección de lo que los expertos en estrategia de identidad corporativa denominan *namimg* o *branding*. El establecimiento no fue rotulado con la prosaica palabra «Imprenta», sino con la perífrasis «Aquí se imprimen libros», respondiendo, con el circunloquio, a criterios informativos y no publicitarios, como ocurre actualmente con muchos rótulos de establecimientos comerciales, pillados en flagrante fuera de juego. En efecto, en la planificación urbanística y en la sociología modernas se dice que la forma de las ciudades del futuro la determinará la información, y aunque la publicidad es una manera de informar, ni es la única, ni por supuesto, la mejor.

En fin, las obras de arte más importantes de la historia de la tipografía están en las cuatro ramas del árbol donde maduran «las letras de oro que entraban por las ventanas», en apreciación poética de Pablo Neruda: «romanas», «neoclásicas», «egipcias» y de «palo seco». Cuatro modelos encabezados, cronológicamente, por las denominadas genéricamente «romanas».⁸

7. La cita pertenece al capítulo sexagesimosegundo de *El ingenioso hidalgo D. Quijote de la Mancha*, de Miguel de Cervantes, «Que trata de la aventura de la cabeza encantada, con otras niñerías que no pueden contarse».

8. Una lista de las tipografías más representativas de la gran familia de las «romanas» podría ser más o menos: Jenson (Nicholas Jenson, 1470-1482), Bembo (Aldo Manuzio/Francesco Griffo, 1495), Garamond (Claude Garamond, 1550), Plantin (Christophe Plantin, 1570), Granjon (Robert Granjon, 1592), Janson (Anton Janson, 1690), Caslon (William Caslon, 1720), Baskerville (John Baskerville, 1745), Van Dijk (Christoffel van Dijk, 1760), Chaucer o Golden (William Morris, 1898), Century (Linn B. Benton, 1902), Menhart (Oldric Menhart, 1920), Goudy (Frederic W. Goudy,

Cuando en 1550, Miguel Ángel acabó la *Piedad* de Santa María del Fiore (probablemente el más conseguido de sus grupos escultóricos), resolvió el trazado de la escalinata de la Biblioteca Laurenziana, también en Florencia, y se dedicó en cuerpo y alma a terminar las obras de la basílica de San Pedro de Roma, Claude Garamond hacía realidad (es decir, hierro, plomo y antimonio, si hablamos de tipografía) el tipo que lleva su nombre.

Es una tipografía discreta que posee una gracia misteriosa y, sobre todo, el don de la eterna juventud. Cualquier lector la tiene ante sus ojos en multitud de ocasiones, pues nueve de cada diez libros se componen de Garamond o algún sucedáneo elzeviriano como se denominan también las «romanas» en recuerdo de la gran familia de impresores holandeses del siglo xvi. Ocurre, sin embargo, que no reconocemos las formas tipográficas, pese al medio millón de signos alfabéticos acomodados en un libro de bolsillo cualquiera.

A pesar de la discreción congénita de la Garamond, la belleza de los signos alfabéticos, las nobles proporciones entre las partes y el todo, el peso armónico de la mancha de la página –una vez impresa– y el equilibrio de la póliza (así se denomina el conjunto tipográfico de alfabetos de caja alta y baja, números, signos de puntuación, ligaduras y elementos complementarios) configuran una obra de altísima calidad formal –y pido perdón por el atrevimiento–, *tanta* como la de las obras contemporáneas de Miguel Ángel, determinadas paradójicamente por la misma idea de unidad y coherencia.

Los conceptos de austeridad y unidad neoplatónicos que el genial artista resumía en el lema «Menos forma y más grandeza», que los críticos aplican a San Pedro de Roma, se ajustan a las formas sencillas y esbeltas de la Garamond. De hecho, podemos decir que Miguel Ángel (a quien lo que más le interesaba de cuanto hacía era el dibujo, la expresión más modesta de su monumental producción, y al decir de algunos la poesía) descubrió de anciano lo que el tipografista practicaba de joven: que se puede ser grande sin soberbia.

1925), Weiss (Emil Rudolf Weiss, 1928), Perpetua (Eric Gill, 1929), Times New Roman (Stanley Morison, 1931), Schneidler (Ernst Schneidler, 1936), Sabon (Jan Tschichold, 1969), y Pradell (Andreu Balius, 2003).



Logotipos compuestos en diversas versiones de tipografía Garamond, elzevirianas o romanas similares.

La modestia, no lo olvidemos, era la forma de sobrevivir en aquellos tiempos turbulentos para los tipógrafos: uno de sus maestros fue quemado por la Inquisición acusado de simpatizar con la Reforma y de editar obras luteranas, y otro escapó de las llamas al entrar al servicio del rey. Gracias a ello, publicó el tratado *Champfleury*, que muestra tipos, ornamentos, capitales «floridas» y letras ligadas, en un universo formal inspirado en el humanismo prendido en la hoguera y, paradójicamente, característico del libro francés del período.

Con estos peligrosos antecedentes, Garamond, protegido de Francisco I, no se ocupó de otro asunto más que del paciente estudio y mejora de los tipos diseñados por los venecianos Nicholas Jenson y Aldo Manuzio, cuando la «firme» tipografía igualaba, en apreciación lírica de Neruda, «la estatura marina de Venecia», con más de doscientas imprentas e imprentillas establecidas desde mediados del siglo xv, que gracias a Garamond llegaron a cimas casi inalcanzables.

Una obra de arte, por cierto, que hoy podemos tocar sin miedo a quemarnos, implantada en los logotipos de Christian Dior, Macintosh, Mercedes Benz, Chivas, Google, Alfaguara, Arrow, Sfera o Pastafiore. No es fácil de percibir, porque el desconocimiento de los órdenes estilísticos de la tipografía es un fenómeno que afecta a todo el mundo, incluidos, como ya hemos dicho, muchos profesionales del diseño.

Tras examinar la «romana», podemos pasar a la segunda rama del árbol de la tipografía, la denominada «neoclásica».⁹

Un grabador de Parma diseñó el más célebre de los tres mil tipos que grabó en 1768, siete años antes de la creación en Barcelona de la Escuela Gratuita de Diseño y justo cuando acababa de construirse en París el templo de la Madeleine, según el proyecto de Pierre Vignon.

Este célebre ejercicio de recreación mecánica de la arquitectura griega figura en los libros de historia del arte de bachillerato como símbolo del neoclasicismo. Para mí, es mucho mejor la tipografía de Bodoni, porque coincide milimétricamente con los postulados de la filosofía neoclásica que se inspiraba en los clásicos para estilizarlos y reinterpretarlos, pero no en forma de rígido *revival*. Llevar al extremo los contrastes de finos y gruesos del trazo de las letras y encajar en ellos las «patitas» o *serifs* en ángulo recto, son estilizaciones del canon griego que Bodoni reinterpretó magistralmente

9. De un modo genérico y meramente introductorio, la lista de las tipografías más representativas de la corta familia de las «neoclásicas» podríamos conformarla más o menos así: Bodoni (Giambattista Bodoni, 1768), Didot (Firmin Didot, 1784), Normanda y Madrona (anónimas del siglo xix), Torino (Fundición Pacella, 1908), Corvinus (Imre Reiner, 1934) y Fenice (Aldo Novarese. Fundición Berthold, 1977).

en una forma artística nueva, en un tipo que cumple sobradamente las virtudes necesarias, según él, para gozar de los privilegios de la belleza: regularidad, nitidez, buen gusto y gracia.

La «Bodoni algebraica» –de nuevo en expresión poética de Neruda– es, quizá, el esfuerzo teórico mejor formalizado del impecable muestrario de 178 tipografías romanas, cursivas y griegas que el director de la Imprenta Real de Parma publicó en 1788 en una primera versión del *Manuale tipografico*. Una forma cualitativa que ha marcado época y que Max Aub resumió con una frase castiza definitiva: «Era tan elegante, tan inglés, que le decían El Bodoni».¹⁰

En fin, una obra de arte que hoy podemos encontrar en los logotipos de los árbitros de la elegancia: Armani, Lancôme, Calvin Klein, Carolina Herrera, Ralph Lauren, Zara y Issey Miyake, así como en el Gran Teatro del Liceu, en el Tesoro Público y en las cabecezas de las revistas de moda *Vogue* y *Elle*. Si no las percibimos es, sencillamente, porque el desconocimiento de los órdenes estilísticos de la tipografía va en aumento, incluso entre los profesionales del diseño.

La tercera rama del árbol de la tipografía se denomina «egipcia», en memoria de dos campañas coetáneas realizadas en las tierras en aquel momento ignotas de Egipto: la arqueología de Champollion y la militar de Napoleón.¹¹

Curiosamente, a principios del siglo XIX, mientras Robert Thorne diseñaba las primeras tipografías «egipcias» en su fundición londinense, ciertamente insólitas, Mary Wollstonecraft Shelley escribía el también insólito *Frankenstein o el moderno Prometeo*, durante una de sus estancias en Suiza.

10. Max Aub, *Signos de ortografía*, Fundación Max Aub. Campgràfic, 2002 (facsimilar de la obra editada el año 1968).

11. De un modo genérico y meramente introductorio, la lista de las tipografías más representativas de la familia de las «egipcias», las que podríamos considerar bautizadas pues la mayoría no tiene nombre, es más o menos la siguiente: Clarendon (Benjamin Fox, 1845), Memphis (Emil Rudolf Weiss, 1929), Época (Heinrich Jost, 1930), Stymie (Morris F. Benton, 1931), Rockwell (anónima y fundida por la empresa Monotype, 1934), Playbill (Robert Harling, 1938), Volta (Konrad F. Bauer/Walter Baum, 1956) y Lubalin Graph (Herbert Lubalin, 1974).



Logotipos
compuestos
en diversas
versiones
de tipografía
Bodoni o Didot.

El hecho de que ambos respirasen el mismo romanticismo exaltado, añadido al pintoresco antropomorfismo del diseño tipográfico, permite aplicar a los experimentos de las «egipcias» el párrafo con el que el doctor Frankenstein justificaba su creación aberrante, como las que fundían en la factoría Thorne, diciendo que «sus miembros eran proporcionados, y había seleccionado unos rasgos hermosos... ¿Hermosos?».

En efecto, las «egipcias» eran extrañas criaturas realizadas metodológicamente con miembros «proporcionados» –brazos, espaldas, pies, ojos y orejas, con espuelas y colas (porque las partes de las letras de imprenta se denominan así)–, incluso hermosos, pero no se pare-

cían a nada conocido hasta ese momento. Como el monstruo de Frankenstein popularizado por el cine de Hollywood, el romanticismo consiguió integrar en la sociedad de la información y la comunicación, como si nada, el tipo Clarendon.

Si el proceso de creación de esta tipografía, llevada a cabo con la colaboración del grabador Benjamin Fox en 1845 (una especie de discípulo de Thorne y, en cualquier caso, veinte años después de la muerte del inventor de las «egipcias»), sigue las huellas del doctor Frankenstein y su fiel ayudante es porque, a diferencia de las grabadas exclusivamente en mayúscula, ensaya un experimento contrario al orden natural de las «egipcias»: una minúscula que resultó, a la postre, excelente, con unos ojos tan anchos que permitía imprimir cuerpos pequeños sobre papeles de baja calidad, como en el caso de los diarios.

Sin embargo, la invención fue afortunada y se utilizó bastante, preferentemente para títulos y subtítulos, pero también para textos técnicos, deportivos y de ocio. Se ha popularizado en Reino Unido, no solo porque un cálculo de palabras impresas en Clarendon a mediados del siglo XIX daría como resultado el tipo más utilizado de todos los tiempos, sino también porque el destino de la tipografía «egipcia» se ha aparejado con frecuencia con la rotulación en las fachadas comerciales. Los gruesos de las versiones redonda y negra ofrecen resultados excelentes para ser leídos de lejos y en cuerpos grandes, y probablemente por ello, siguiendo una tradición, por suerte vigente, aún son muchos los comercios y locales públicos que disponen sobre el umbral de las puertas estas letras características de trazo grueso con bases rectangulares, de una claridad y una legibilidad extraordinarias y dotadas de una fuerte personalidad, como expresan, anecdóticamente, las caprichosas colitas de la «R» de caja alta y la «a» de caja baja.

Una obra de arte, además, de la que podemos gozar sin miedo a los monstruos, implantada en los logotipos Rolex, Volvo, Hermés, Honda, Sony, Seiko, JB, el Marlboro de la Fórmula 1 y en la cabecera del diario *El País*. Fijémonos en ellas si no queremos que el desconocimiento de los órdenes estilísticos de la tipografía sea irreversible, incluso entre los profesionales del diseño.



Logotipos compuestos en diversas versiones de tipografía Clarendon o egípcia.

Para acabar, en la cuarta rama del árbol de la tipografía, las más recientes obras de arte se han realizado con los tipos denominados de «palo» o «palo seco» en honor a su aspecto, un tanto rústico.¹²

12. De un modo genérico y meramente introductorio, la lista de las tipografías más representativas de la familia de las «palo seco» podría ser: Akzidenz (anónima y fundida por la empresa Berthold, 1896), Franklin (Morris F. Benton, 1903-1912), Johnston (Edward Johnston, 1913), Futura (Paul Renner, 1928), Gill (Eric Gill, 1929-1931), Trade Gothic (Jackson Burke, 1948), Helvetica (Max Miedinger/Edouard Hoffman,

Uno de los que primero las destacó fue el arquitecto Adolf Loos, una de las voces más ácidas –y al mismo tiempo más lúcidas– de la arquitectura moderna, que, al percibir en los adornos la incitación al pecado, escribió algunos textos críticos sobre la tipografía decadente modernista (especialmente las vienasas de Otto Eckmann y de la escuela de Otto Wagner) y los buenos tipos sin adornos (se refería, sobre todo, a los tipos de palo del americano William A. Bradley), publicados en el famoso opúsculo *Ornamento y delito*.

Al mismo tiempo, los jóvenes diseñadores más combativos de la década de los años veinte del pasado siglo,¹³ hartos de la larga dictadura editorial ejercida por los tipos con *serif* y animados por una revolución coetánea menos epidérmica que la tipográfica (el Movimiento Moderno en la arquitectura), se atrincheraron en la defensa de los tipos de «palo» contra las «romanas» de toda la vida, y experimentaron con manifiesta beligerancia con los tipos recién hechos, en una causa impulsada por la célebre exposición de trabajos de la Bauhaus celebrada el año 1925 en la sede de Weimar. Esta escuela y sus simpatizantes pusieron el énfasis en una línea racionalista basada en una abstracción inventiva que el diseñador Ramón Benedito ha calificado con precisión casi filológica de «incunables del funcionalismo».¹⁴

Sin embargo, pese al establecimiento de las condiciones críticas favorables al diseño de letras de «palo», sin adornos de ningún tipo, los orígenes de la tipografía Futura –la reina de las «palo seco»– son oscuros como las leyendas populares. Por ejemplo, no conocemos muy bien por qué Paul Renner hizo los bocetos de unos caracteres de «palo» aquel verano de 1924, ni cuáles fueron las razones que llevaron al director de una industria de artes gráficas y editorial, un tal Jakob Hegner, a animarlo a continuar con el proyecto, ya

1957), Univers (Adrian Frutiger, 1957), Folio (Konrad F. Bauer/Walter Baum, 1957), Frutiger (Adrian Frutiger, 1976) y Meta (Erik Spiekermann, 1993).

13. Como por ejemplo Jan Tschichold, John Heartfield, Willi Baumeister, Herbert Bayer, Max Burchartz, Johannes Canis, Walter Dexel, Theo Van Doesburg, El Lisitski, László Moholy-Nagy, Johannes Molzahn, Lajos Kassak, Franz W. Seiwert, Karel Teige, Joost Schmidt, Paul Schuitema, Kurt Schwitters, Fenesrstein, Kujcar, Sima y Piet Zwart.

14. Ramón Benedito, «Artefactos. ¿Diseño o *styling*?», *Pensar/Proyectar el futuro*, Madrid, Instituto Europeo di Design, 2004.



«Poema a la Tercera Internacional», de Vladímír Maiakovski, compaginado por El Lisitski en el libro *Dlía Gólosa (Para la voz)*, 1923.

que quería un tipo de «palo» moderno, y los croquis que pudo ver en el estudio los encontró muy bien pergeñados.

Peter Behrens, el arquitecto pionero del Movimiento Moderno que fue un muy digno diseñador gráfico, y maestro de Walter Gropius, Mies van der Rohe y Le Corbusier, diseñó algunos tipos de letras de imprenta perfectamente competitivos, pero el mayor favor que hizo a la tipografía fue la formulación de una hipótesis interpretativa que, por el bien de todos, debería resonar sin descanso por los pasillos de la historia del arte:

El tipo es uno de los más elocuentes medios de expresión de cada época o estilo. Próximo a la arquitectura (recordemos que Paul Valéry reunió fraternalmente la tipografía y la arquitectura al dictaminar que eran hermanas), proporciona el más característico retrato de un período y el más severo testimonio del nivel intelectual de una nación.



Logotipos compuestos en diversas versiones de tipografía Futura

Ciertamente, la Futura fue el más característico retrato del período racionalista y el más severo testimonio del nivel intelectual de la Alemania de los años veinte. Era un «palo» afectado de lleno por las formas geométricas elementales (el círculo, el cuadrado y el triángulo) reivindicadas sucesivamente por los movimientos de vanguardia como el cubismo, el futurismo, el constructivismo, el suprematismo y el neoplasticismo. Al mismo tiempo acompañará

perfectamente los procesos funcionalistas de transformación de las formas iniciados por los arquitectos modernos y los flamantes pedagogos de la Bauhaus. Sin duda, la Futura fue el más característico retrato del período, pero también el más pintoresco, porque tras representar a los círculos progresistas de Alemania, y una vez anatemizada por los nazis y expulsados sus creadores y difusores, al final la recuperaron, después de renegar patéticamente de la gótica, cuando la derrota militar asomaba por Normandía.

En fin, es una obra de arte que ha bajado del pedestal de la vanguardia y hoy la encontramos implantada en los logotipos de Volkswagen, Chanel, Philips, Omega, Vuitton, Steinway, Yamaha, Canal Plus, Toyota, Benetton, Adolfo Domínguez, y, en la versión inglesa de la Johnston –casi veinte años anterior a la Futura– en las indicaciones del metro de Londres. Todo eso si llegamos a percibirlo pues el desconocimiento de los órdenes estilísticos de la tipografía no se detiene, e incluso anida entre los profesionales del diseño.

Pero una vez concluida la Segunda Guerra Mundial y restablecida de nuevo la maltrecha economía internacional, en el año 1956 otro empresario, esta vez Edouard Hoffmann, director de la fundación Haas de Zúrich, le encargó a Max Miedinger el diseño de un tipo de «palo». Al cabo de un año, el diseñador tipográfico sorprendió a todo el mundo con la fabulosa Helvetica, inspirada formalmente en los mejores tipos de «palo» del siglo XIX, espléndida y eficaz en todas las versiones: extrafina (ubérrima en las formas, especialmente de los números), fina, redonda, seminegra o medium (la de mayor éxito al principio), negra y supernegra y las estrechas finas y negras (limpias y especialmente aptas para listados, formularios y directorios).

Sin duda, la Helvetica es la tercera gran tipografía del siglo XX, junto con la Futura de Paul Renner y la Times New Roman de Stanley Morison. Según la revista norteamericana *International Design*, es uno de los cien mejores diseños de la centuria (y el único diseño no industrial seleccionado) cuyo decálogo incluye: calidad, audacia, ubicuidad, personalidad, precisión, legibilidad, regularidad, claridad, modernidad y calidez. Es decir, lo tiene todo.



Logotipos compuestos en diversas versiones de tipografía Helvetica

Una obra de arte que se pasea entre nosotros de incógnito y que, si prestamos un poco de atención, podemos encontrarla en los logotipos de la Generalitat de Catalunya, Lufthansa, Knoll, 3M, Microsoft, Panasonic, Aprilia, Teatre Lliure, Banc Sabadell, Unicef, o en la cadena de televisión digital Arte. No obstante, aunque nos repitamos, el desconocimiento de los órdenes estilísticos de la tipografía es una carencia que todos padecemos, incluso algunos profesionales del diseño.

William Morris, el influyente diseñador y teórico, decía que lo mejor que les podría suceder a los tipos sería que los diseñaran los artistas y no los ingenieros. Aun con todo el respeto y admiración que siento por él, por los ingenieros, por los pintores que pintaron letras de imprenta en sus cuadros, y por los poetas que han conseguido que las «letras sean imágenes», es evidente que la tipografía es el arte del diseño gráfico. Desgraciadamente, a pesar de ejercer misiones estético-culturales desde hace quinientos años con la máxima dignidad, la tipografía es la cenicienta de la cultura visual. Entre la delicada expresión formal y la abnegación incondicional, ha pasado medio siglo de alfabetización impresa con tanta indiferencia hacia «el humus secreto de los siglos» –como denominaba Neruda la invisibilidad de la tipografía–, que no nos hemos apercibido de la admirable diversidad y evolución de una forma capital de nuestra civilización; ni siquiera de su existencia.

En estas circunstancias, puede parecer un exceso pedir que las letras sean consideradas obras de arte, porque su función es bastante gregaria y el servicio que prestan es un lastre, ya que no pueden manifestarse en su plenitud. Invisibles como son –o transparentes–, ni se ven ni se hacen notar. Y de este modo es muy difícil que ocupen el trono que la historia del arte les tiene reservado.

Por mucho que las miremos, las calidades formales de la tipografía no son fáciles de percibir, porque el grueso de la fenomenología tipográfica radica en detalles imperceptibles. Por un lado, los tipos «romanos», «neoclásicos» y «egipcios» se definen por la alternancia de trazos finos y gruesos, así como por los *serifs* o «bases» que rematan la cabeza y el pie de los trazos verticales, inclinados y transversales; por el otro, los tipos de «palo» se definen por disponer del mismo grueso en el trazo y la ausencia de *serifs*.

Para una mayor divulgación podemos decir, para acabar, que a las «romanas» las denominamos humanistas desde el Renacimiento, y seguimos asociándolas fundamentalmente a textos de libros y, por extensión, a revistas y diarios, que es donde habitan habitualmente. Las «neoclásicas», en cambio, aunque son excelentes para los libros de gran formato –cuanto mayor sea el formato, mejor–, no son letras del día a día y, por ello, es necesario andarse con tien-

to a la hora de tratarlas en negativo, ya que los trazos extremadamente finos no lo permiten si no es en cuerpos gruesos. Las «egipcias», tal y como afirmaban los textos de la época, son adecuadas para los títulos y subtítulos (ya hemos indicado su eficiencia para rotular establecimientos comerciales), pero también para textos técnicos o de ocio en general y deportivos en particular. Los «palos», una vez superada la fiebre de la revolución tipográfica de los años veinte del pasado siglo, tienen su campo de acción –como las «egipcias»– en los títulos y subtítulos, pero también en los textos técnicos, en encarnizada lucha con las «romanas» humanistas por ganar espacio en las publicaciones periódicas populares, sobre todo en las revistas y diarios, y por su exclusiva representación en los cuadernos escolares actuales ganan adeptos día a día.

Así pues, si hoy dejo constancia de todo ello en la Real Academia Catalana de Bellas Artes de Sant Jordi, es porque creo que en una época tecno-utópica como la nuestra, que se nos facilita el uso de tipografías en abundancia gracias al ordenador (al parecer hay treinta mil tipos contabilizados), se dan las condiciones óptimas para formular medidas que permitan la divulgación progresiva de las virtudes de un monumento histórico-artístico del que, aun cuando lo tenemos constantemente entre las manos, no somos conscientes de su valor.¹⁵

La primera condición se cumpliría al pedir, lisa y llanamente, el reconocimiento de los artistas más notables del diseño tipográfico,

15. En la actualidad, las formidables prestaciones de la informática facilitan la incorporación al diseño de tipos de cualquier diseñador, sin la necesidad de que éste cuente con una formación tipográfica previa como la de antes o similar, y quien sabe si también sin las condiciones artísticas implícitas porque, de vez en cuando, puedan resultar obras de arte. Lo cierto es que, para algunos recién llegados a este mundo, la rapidez del programa pionero Fontographer –con la comodidad de resolver los problemas de la métrica y el interletrado casi automáticamente–, añadida al control global de las operaciones de interpolación e identificación que facilita el programa Robofog, y la ventaja de construir simultáneamente fuentes para los dos sistemas operativos (Mac/Os y Windows), son factores que ponen el diseño de tipos al alcance de cualquiera. Y eso, que es bueno para elevar el nivel general de la tipografía, no sirve para obtener obras de arte. Sirve, en cualquiera de los casos, para que «el nivel de la mediocridad sea hoy mucho más elevado», como aseguraba el pianista y profesor György Sebók a propósito de los pianistas actuales. Pero eso es otra historia.

en una operación semejante a la que emprendieron los artistas del Renacimiento. Excepto Aldo Manuzio, Giambattista Bodoni, Benjamin Franklin y Stanley Morison (admitidos en los libros de historia a regañadientes, siempre como impresores y no como diseñadores), en los centros culturales del mundo no son tenidos en cuenta los diseñadores de tipos. Para ilustrarlo con un ejemplo mortificante, denunciamos que las autoridades francesas competentes quieren trasladar los fabulosos fondos de la Imprimerie Nationale a unos almacenes anónimos, lejos de la consulta de los investigadores y especialistas. Por fortuna, se ha puesto en marcha una campaña internacional en defensa de este patrimonio tipográfico único, y por el derecho a su accesibilidad, con el fin de hacerle ver al presidente Chirac la necesidad de dar marcha atrás. Pero ya veremos el resultado al final. Mientras tanto, ha llegado la hora de reivindicar los nombres de verdaderos artistas, como Claude Garamond, Christophe Plantin, John Baskerville, Firmin Didot, Robert Thorne, William Caslon IV, Edward Johnston, Morris Fuller Benton, Linn B. Benton, Lucian Bernhard, Heinrich Joost, Paul Renner, Eric Gill, Imre Reiner, Jackson Burke, Cassandre, Jan Tschichold, Enric Crous-Vidal, Joan Trochut, Roger Excoffon, Paul Rand o Max Miedinger.

La segunda medida es difícil de aplicar ahora, pero un día u otro será inevitable. Consiste en la mejora de un paisaje comercial urbano que a medida que pasa el tiempo va a peor como consecuencia de los abusos de formatos, colorines, pictogramas y tipografías espurias que practican los comerciantes poco inclinados, desde el Modernismo, a velar por la cultura de la forma y el respeto a la ciudadanía. Por suerte, hay quien pone manos a la obra –no sé si demasiado tarde para reparar el desastre–, como ha ocurrido en los ayuntamientos de Múnich y Tarragona. El primero ha unificado drásticamente (como hizo trece siglos atrás el emperador Carlomagno) las tipografías de los rótulos comerciales del centro de la ciudad; el segundo ha dictado una norma para hacer desaparecer la publicidad del mobiliario y los toldos de las terrazas de los bares. Ojalá tengamos suerte y cunda el ejemplo (parece que en el centro de Barcelona se han tomado medidas semejantes a las de Tarragona). Sin embargo, para mejorar de una forma inmediata, solo habría

que reducir las letras de los rótulos a una tercera parte, controlar el número de tipografías y velar por la armonía de los colores.

La tercera medida es, hoy por hoy, una utopía. Sería preciso perseverar en la divulgación y el deleite de la tipografía, desde la infancia hasta el uso del ordenador. Los detalles tipográficos no los percibiremos de mayores si los maestros no nos los hacen ver de pequeños, y en la actualidad los pedagogos prefieren el arte de la caligrafía al de la tipografía. Quizá el problema radica en el hecho de que los niños aprenden a leer y escribir al mismo tiempo, y las dos materias exigen un esfuerzo abrumador. Las letras «romanas», por ejemplo, las reconocemos bien y facilitan el aprendizaje de la lectura, pero son imposibles de copiar; en cambio, las de «palo» son fáciles de escribir, aunque su excesivo esquematismo (palo, redonda, gancho) las confunde a la hora de leer, porque las letras bailan. La conclusión es que aprenden a relacionarse con las letras manuscritas porque son con las que escriben: ligan bien unas con otras, existen pocas combinaciones de trazos (corto y largo, derecho y revés, solo y repetido) y si es necesario pueden hacerse deprisa.

De este modo, la reparación de un error histórico-artístico como el menosprecio formal de la tipografía, con la paradoja de incrementarlo precisamente ahora, en plena sociedad de la información y la comunicación, tardará en llegar, si se produce. La razón de esta paradoja es que, aunque la tipografía y los usuarios de la informática no habíamos estado nunca tan cerca unos de otros, jamás nos habíamos alejado tanto, como lo demuestra el hecho de que las empresas de informática carguen sus maletas de tipos de cualquier modo, sin clasificarlas ni advertirnos de las cualidades estéticas e históricas de cada una de ellas. No sería muy costoso hacerlo bien, y en diez años de dedicación harían más y mejor pedagogía de la tipografía que en medio milenio de imparcialidad e indiferencia.

Recordemos que, ahora mismo, el desconocimiento de los órdenes estilísticos de la tipografía es de una magnitud tan generalizada que afecta incluso a los profesionales del diseño. Tampoco ayuda el hecho de que la consagración del instante forme parte de la liturgia digital actual y que hayan desaparecido las preexistencias, testimonios mudos de una cultura analógica a la que sucede la

digital, con todas sus consecuencias. Un ejemplo ilustrativo de esto es que hoy las tipografías digitales son para el diseño gráfico como los nuevos materiales para la arquitectura: titanio, policarbonatos, siliconas, chapas perforadas, aluminios, etcétera. Ya no son los elementos estructurales los que determinan, en general, las formas, sino los decorativos, a menudo arbitrarios y a veces gratuitos.¹⁶

En fin, el aspecto desaliñado de los diseños en los que la lógica constructiva de la tipografía está ausente, es fácilmente perceptible en tipos descuidados, versiones poco apropiadas (anchas cuando deberían ser estrechas, finas en lugar de negras, cursivas por redondas), cuerpos mal elegidos (demasiado grandes o demasiado pequeños), manchas impresas desequilibradoras (líneas en caja alta sin espaciar y líneas en caja baja espaciadas) y dispersiones y amontonamientos producidos, simplemente, por el establecimiento de interlíneas caprichosas, demasiado anchas o demasiado estrechas.

El problema radica en que los defectos se han convertido en convención –o casi– y es inevitable que muchas expresiones tipográficas sean parcialmente erróneas o descuidadas. Pocas, muy pocas veces, percibiremos en la degradación progresiva de la cultura de la forma un territorio tan pisoteado por sus practicantes como en la tipografía.

Aunque la tipografía y los usuarios no somos incompatibles, si queremos transformar a los consumidores en ciudadanos, como ha dicho Daniel Giralt-Miracle (uno de nuestros expertos), sería necesario recordar que para el sueco fanático de la tipografía, Bror Zachrisson, «los tipos son la clave de nuestra cultura, pero también la salida para nuestros sentimientos y emociones más profundos».

El balance provisional, a día de hoy, es que, hasta el momento, sin claves ni llaves maestras en los bolsillos, el legado artístico de la tipografía «navegante» (en una imagen de Neruda que hoy ya podemos calificar de virtual) ha pasado, pasa y probablemente continua-

16. Si tomo la arquitectura como referente es porque actualmente es un elemento simbólico propagandístico de primera categoría y suple con ventaja las tareas propias del diseño gráfico, como reconocen dos arquitectos eminentes (Herzog y Siza Vieira) cuando afirman que «hoy los clientes ya no nos encargan edificios, sino logotipos».

uen handelt es sich nicht
elbst willen. Aber die neuen
auch äußerlich veränderte
se hinwegdisputieren kann.
wirklich zeitgemäßen Typo-

sich um diese Fragen zu
öpferisch vorangegangen.

ALLES

zu tun 

Párrafo final de
la introducción-
manifiesto
redactada y
compaginada
por Jan
Tschichold en el
libro *La nueva
tipografía*, 1928.

rá pasando, de puntillas sobre la inmensa mayoría. Y así, completa-
mente desapercibida, tiene pocas posibilidades de encaramarse al
pedestal de la Estética que le corresponde.

Si pensamos en que la cruzada contra el analfabetismo se ha
alargado en Europa durante más de dos mil años, y que en el tercer
mundo aún no lo han superado, estaremos en condiciones de
armarnos de la paciencia necesaria y esperar a que la tipografía, un
medio «tan elocuente de cada época o estilo, y tan próximo a la
arquitectura –como dejó escrito Peter Behrens–, proporcione el
más característico retrato de nuestro período y el más severo testi-

monio del nivel intelectual de nuestro país», sea cuando sea y del modo que sea. A la espera también –por esperar que no quede– de que la tipografía nos haga ver a todos lo que Neruda vio solo en la «Oda a la tipografía»

Letras,
seguid cayendo
como precisa lluvia
en mi camino.
Letras de todo
lo que vive
y muere,
letras de luz, de luna,
de silencio,
de agua,
os amo,...¹⁷

Con este «os amo», el poeta declara públicamente su pasión ética y estética por la tipografía. Últimamente, alguien *de ciencias* tan pragmático e innovador como Carlos Castilla del Pino, se ha descolgado animando a todos a considerar el arte y a los artistas con seriedad.¹⁸ «El arte –dice– es una vía de conocimiento acerca de un contenido de los objetos, distinta a la que da esa otra forma de saber, el saber por antonomasia, que es la ciencia. El arte nos enseña a desvelar esa propiedad de los objetos que son sus valores estéticos.»

Así pues, debemos dejar claro que las diminutas letras de imprenta, a pesar de ejercer el papel de estereotipos invisibles de nuestra cultura, son también objetos de un notabilísimo valor estético. Y lo importante es apreciar la magnitud de la belleza que se oculta detrás de una escala habitualmente reducida, pero completamente desnuda, como las musas de la mitología del arte a quienes la Real Academia Catalana de Bellas Artes de Sant Jordi rinde culto permanente.

17. Pablo Neruda, *Oda a la tipografía*, Valencia, Campgràfic, 2003.

18. Carlos Castilla del Pino, «La deuda», *El País*, 16 de enero de 2005.



Tibor Kalman,
modelo de
esfera de la serie
que realizó para
la colección
permanente del
Museo de Arte
Moderno
de Nueva York,
1990.

En definitiva, las tipografías que acabo de describir muy genéricamente para mi gusto, imparciales e indiferentes, exhiben un tipo de belleza natural –sin cosméticos ni aditivos– felizmente comprometida con los valores permanentes del conocimiento humano: tienen la belleza de las obras de arte escritas en mayúsculas que han permanecido fieles al lema clásico *Nulla æsthetica sine ethica*.

Un lema y una belleza por los que, si fuera necesario, aún podemos romper alguna lanza para que no exista estética sin ética.

