

## LA EXPERIMENTACIÓN TIPOGRÁFICA DENTRO DE UN MODELO PEDAGÓGICO FORMATIVO PARA LA EDUCACIÓN ARTÍSTICO-PROYECTUAL

Eduardo Herrera Fernández <sup>1</sup>

### Resumen

En un contexto educativo artístico-proyectual, la tipografía es una disciplina particular, dentro del campo general del diseño gráfico, donde confluyen las formas referidas a los signos gráficos cuyo “designio” es la comunicación visual a través de la imagen de la palabra. La proyección tipográfica debe atenerse a una serie de exigencias como son la aplicación de conocimientos desarrollados y un espíritu abierto ante nuevas necesidades. De ahí la necesidad del planteamiento de procesos educativos de experimentación gráfica, que transformen el aula en laboratorio de ensayos para no acomodar esta disciplina, liberándola de una concepción rígida en su aspecto funcional, y buscando siempre nuevas formas de expresión. Para ello es preciso conseguir trasladar resultados tipográficos desde el azar formal hacia la demostración y la comprobación, ampliando el contraste dialéctico entre casualidad y necesidad, y valorando la conexión entre inspiración y formación consciente. Esto debe suponer un fundamento vital de control y verificación de las variables de significación de las imágenes.

**Palabras clave:** diseño gráfico, tipografía, experimentación gráfica, educación artística

### Abstract

In an artistic and educational context of projection, typography is a particular discipline inside the graphic design, where forms relating to the graphic signs converge and which the aim is the visual communication through the word image. The typographical projection should attend several requirements such as the application of developed knowledge and open mind to new needs. Therefore the need to approach the educational process by the graphic experimentation, to transform the classroom in a test laboratory not to accommodate this discipline, getting rid of the conception in its functional aspect, and always looking for new ways of expression. This requires to transfer typographic results from a formal random towards demonstration and verification, increasing the dialectic contrast between coincidence and necessity, and valuing the connection between inspiration and awareness training. This should be a vital foundation of control and verification of the variables of significance of the images.

**Keywords:** Typography – Graphic design – Graphic experimentation – Arts education

<sup>1</sup>Profesor Doctor,  
Departamento de  
Diseño Gráfico -  
Facultad de Bellas  
Artes de la Universidad  
del País Vasco, Bilbao  
España. E-mail -  
eduardo.herrera@ehu.

## 1. Introducción

El Diseño es una de las disciplinas que se ocupan de la formalización de nuestro entorno artificial, el cual comienza a abarcar las fronteras del sujeto. Este entorno artificial es, ante todo, un medio informado en el que los seres humanos intentan llevar hasta sus últimas consecuencias el dominio de la creación. Esta concepción del Diseño, tan sencilla y aceptada desde el campo profesional, no parece serlo tanto para nuestras instituciones académicas. Los centros donde se imparte el diseño gráfico, en particular, han asumido para sus hipótesis pedagógicas unas concepciones del Diseño, en general, derivadas de una época en la que se forjó la noción misma del diseño gráfico, fundamentada en supuestos esencialmente ideológicos; esto es, en base a las tendencias artísticas de sus inicios. Aunque podríamos remontarnos al surgimiento de la imprenta como la cuna del Diseño, no será hasta la revolución industrial cuando se asienta como disciplina en los países más evolucionados. Las artes —en plural y con minúscula— enfrentadas al romántico concepto de Arte —en singular y con mayúscula— retoman en este momento su concepto de técnica y forma para aliarse con la industria. Esta idea que pervivió siempre a las “artes gráficas” se amplía a las “artes aplicadas” a finales del siglo XIX, para llegar en las primeras décadas de siglo XX al surgimiento de las primeras escuelas de diseño. Tipógrafos y arquitectos, junto a los artistas plásticos más comprometidos con el concepto de lo social, se unirán en las escuelas centroeuropeas de Arte creando los discursos que han articulado el diseño gráfico moderno (Ribagorda, 2004).

En las últimas décadas, hemos de reconocer, nuestro hábitat visual ha sido invadido por un modelo de producción de consumo y de persuasión publicitaria que ha contaminado nuestro entorno de ruido y basura visual, así como de mensajes insignificantes. Nada parece escapar a su poder destructor —incluso el discurso ecológico se ha convertido en un silogismo de venta—. En este panorama podemos observar una deriva del Diseño como forma de Arte. Pero debemos de atrevernos a reconocer que también el Arte se ha adaptado al exceso consumista, asomando como una parte más del discurso derrochador, ocupando el espacio de lo único y exclusivo, del espectáculo y de la moda.

El diseño gráfico no es sólo un mero instrumento del marketing para la identificación y promoción de productos y servicios, ni un simple artificio estético que surja desde intenciones de “abonitamiento”, resultado de una operación técnica o de la “inspiración artística” del diseñador. Lejos de esta visión romántica, el diseño gráfico debe inscribirse en el ámbito de la programación estratégica de la comunicación. Por eso, identificar al diseño gráfico sólo con alguna de sus manifestaciones formales o confundirlo sin más con malabarismos estéticos —seguramente necesarios, pero en otro orden de cosas— es, pues, un prejuicio o una frivolidad. El diseño gráfico no es un valor superficial y aleatorio, sino una disciplina inserta en procesos que posibiliten una mayor y más cómoda interacción con el entorno. En ocasiones podemos llegar a pensar que la presencia del diseño gráfico en nuestra vida cotidiana sólo se explica por la consideración de la imagen como instrumento de fascinación, que cumpla la “imperiosa necesidad” de un cambio constante de las representaciones visuales para mantener embelesada a la clientela y, a distinto nivel, aparentar una dinámica del modelo social establecido. Esta presencia cuantitativa y el modo de manipulación a través de la

imagen han modificado, evidentemente, su relación habitual con los receptores.

No se puede insistir en creer en la inmanencia de los valores estéticos inalterables o ignorar lo que está sucediendo con la imagen en el ámbito publicitario. De seguir así estamos condenando al diseño gráfico a la insignificancia e inoperancia social.

## 2. Modelos Pedagógicos del Diseño Gráfico

En primer lugar, hemos de tener en cuenta que la educación constituye el punto de partida de todo el desarrollo personal y profesional posterior de los alumnos y alumnas. A partir de ahí el individuo arrastra un bagaje conceptual, sensitivo, intelectual y formal que informa su relación con el ejercicio de la profesión. Pues bien, un esbozo general de los actuales planes de estudio de la disciplina del diseño gráfico en los diferentes centros donde se imparte, nos lleva a concluir dos tipos de modelos pedagógicos. En primer lugar el “modelo pedagógico profesional”, fiel reflejo de la actividad profesional en el cuerpo docente. En este modelo se prepara supuestamente al estudiante para su adaptación directa al mundo productivo.

El proceso de enseñanza de este modelo pedagógico se centra en una metodología proyectual, es decir, los alumnos y alumnas comienzan trabajando directamente con proyectos con niveles de complejidad creciente según avanzan los estudios. La integración de estos estudiantes en el mundo profesional se produce de una forma “natural” ya que supone una continuación de los proyectos que realizan.

En este modelo pedagógico se reproducen sistemáticamente los esquemas establecidos en el mundo empresarial del momento, en el que las propuestas, generalmente, se presentan al “divino cliente a servir” para su elección al gusto personal. El producto final suele ser una pura creación formal de un concepto personal y generalmente difuso, es decir, el resultado final es “el diseñador” —el diseñador es la solución—. Este modelo pedagógico no proporciona al diseñador una visión abstracta de su misión social, de la actuación cultural de calidad que le reclama su comunidad, lo cual reduce las posibilidades de eficacia creativa de forma evidente (Álvarez Junco, 2004).

Por otro lado podemos considerar un “modelo pedagógico formativo”, el cual está determinado por un propósito no productivo y que podría ser considerado como auténtica educación. Desde un enfoque más generalista, busca dotar de unas bases que fundamenten con la mayor solidez al futuro profesional en sus intervenciones en el entorno. Los esfuerzos educativos no van dirigidos tanto a los conocimientos técnicos como a la solidez conceptual del estudiante. Desde este modelo se plantea el mercado como un estado constante de cambios y para ello el futuro profesional del diseño debe prepararse menos para afrontar la coyuntura concreta inmediata que para variadas intervenciones como activo cultural. Los cambios vertiginosos demandan a los diseñadores una gran capacidad de adaptabilidad y un estado constante de aprendizaje. Vivimos momentos en donde el acceso a una gran cantidad de información, la transmisión y discusión de la misma, han puesto en jaque la simple ejecución de fórmulas o recetas establecidas y poco cuestionadas por mucho tiempo.

Nuevas corrientes artísticas, así como constantes cambios sociales y económicos repercuten en la profesión del diseñador gráfico, variando los objetivos requeridos por este profesional. Algunos docentes de la disciplina del diseño gráfico estimamos que las

relaciones entre la profesión y el perfil profesional deben ser precisadas en directrices flexibles en la formación, ya que las nuevas generaciones se enfrentarán a problemas completamente nuevos. La formación en el pensamiento creativo y la concepción formal es esencial, lo cual implica la búsqueda de nuevos procesos de reflexión.

La creatividad se aprende en una cierta medida; pero al final es un modo de vida armonioso que supone en todas las cosas una gran apertura de espíritu, ausencia de prejuicios, el placer de experimentar y una plena confianza en sus aptitudes personales. (Biesele, 1977, p. 18)

Según este modelo pedagógico —con el que lógicamente nos identificamos—, el proceso de enseñanza-aprendizaje debe promover las condiciones favorables para la experimentación, sin la coacción de concepciones recibidas, ayudando a los estudiantes a construir su propio repertorio de competencias y habilidades. El énfasis de este modelo pedagógico se sitúa en el aprender haciendo y no en el enseñar haciendo. Se parte de la premisa de que no se puede enseñar al estudiante lo que necesita saber, pero sí puede guiársele. Ocasionalmente los docentes podemos enseñar, en sentido convencional, sin embargo nuestra principal actividad debe ser sembrar y compartir dudas razonables, plantear problemas, criticar —como decía Bertolt Brecht: criticar un río es construir un puente—, preguntar, demostrar y aconsejar.

La educación del diseño gráfico continúa atrapada en géneros obvios que de poco sirven para preparar a los futuros profesionales para los cambios constantes y para la producción de nuevas posibilidades de aplicación. Los presupuestos metodológicos tradicionales —que en ocasiones merecen ser considerados más como una “metodolatría”— no es la panacea, ya que éstos sólo rendirán frutos en la medida en que el usuario de métodos, el diseñador, sea un ser pensante con flexibilidad y capacidad de adaptación a diferentes escenarios.

Con los alumnos y alumnas que surgen según este modelo pedagógico el mercado de trabajo se encuentra con alguien cuya eficacia inmediata es una incógnita y, evidentemente, duda en incorporarle profesionalmente ya que no tiene experiencia proyectual concreta. Sin embargo, en la actividad profesional, el conocer cómo proceder a la realización de un proyecto puede no servir de mucho en el siguiente. Esta formación, en compensación a una falta de operatividad a corto plazo, ofrece una base más sólida de actuación, más abstracta —y por ello más amplia—, para aquellas personas necesariamente comprometidas con la cultura —en su concepción más abierta— como deben ser los diseñadores.

Es apremiante que en nuestras instituciones académicas se desarrollen y fomenten entre sus estudiantes estrategias educativas de autoaprendizaje y autoformación, que seguramente no serán perceptibles a corto plazo, sino tiempo después en el contexto de la práctica profesional. Algo tan intangible como el desarrollo de la capacidad de comprensión puede parecer un pobre sustituto ante los logros casi mensurables de una gran producción de proyectos, a pesar de lo engañosos o insustanciales que puedan ser (Potter, 1999).

La superación y respuesta adecuada a este dualismo entre modelos pedagógicos del diseño gráfico es la propuesta de procesos proyectuales que abarquen desde la información a la creatividad y que terminen en su último fin: la comunicación visual. Ante una producción técnica, todos los problemas de la creación deben resolverse proyectualmente y experimentalmente con anterioridad. Todas las aptitudes a

desarrollar en relación con los medios, es decir, las facultades de composición y combinación, la imaginación creativa, el análisis, la abstracción formal, la disposición rítmica de formas y colores, la semántica de las formas..., pueden ser el objeto de un “entrenamiento” fundamentado a la vez sobre las disciplinas profesionales y la experimentación.

Para ello es absolutamente necesario la búsqueda de nuevos conceptos de enseñanza, lo cual implica el posibilitar la experimentación, y con ello trasladar resultados y posibilidades nuevas en una futura práctica profesional. Con el objetivo de que el proceso de Diseño pueda transformarse en una estrategia del intelecto y en una aplicación de las técnicas de control del proceso creativo, es necesario configurar una pedagogía que permita: la experimentación, la reflexión, la motivación de la iniciativa, la curiosidad intelectual, la aceptación de cierto relativismo en las valoraciones, la búsqueda de resultados imprevisibles y sorprendentes, la estimulación de la creatividad, la valoración de los hechos ocasionales..., en definitiva, una pedagogía que experimente nuevas formas de conocimiento y nuevas formas de sentir.

El proceso de creación debe estar determinado por una relación dialéctica entre buscar y encontrar, por lo que esta relación podría denominarse como un “arte de la exploración”. En definitiva, todo centro destinado a la formación del diseñador gráfico debe comenzar por desarrollar y profundizar en conocimientos y actitudes fundamentales tales como la facultad creativa, el razonamiento, la experimentación..., ya que sin esta base, el estudiante no estará en disposición de acceder a una creatividad consciente, fundamentada sobre las ideas y concepciones formales.

### **3. La Tipografía Como Disciplina Artístico-Proyectual**

En el campo de la docencia, la materia tipografía es una disciplina donde confluyen todas las formas que se refieren a los signos alfabéticos y que en el contexto del diseño gráfico tiene como finalidad principal la comunicación visual a través de la palabra escrita.

Todo intento de definir actualmente la tipografía remite al menos a dos de sus características principales. Por un lado refiere a su sentido histórico, al origen y evolución de un oficio con más de quinientos años de tradición, un sistema con reglas, léxico y procedimientos específicos asociados a la precisión y al detalle, en términos ergonómicos, encaminados hacia la optimización del proceso de lectura. Y por otra parte a su naturaleza visual, a su función como substrato visible de la palabra, a su condición de forma gráfica del lenguaje escrito. De aquí surge el problema de la configuración tipográfica por necesidades creativas-experimentales, en función de la búsqueda de nuevas propuestas y nuevas formas de expresión.

Comprender la relación entre estas dos características principales es el desafío de la enseñanza del diseño tipográfico: la tipografía, como disciplina artístico-proyectual, debe ser entendida no como un fin en sí mismo sino como vehículo de comunicación, relacionando la historia, la morfología y la tecnología, así como los aspectos semióticos y funcionales.

A tal fin, uno de los objetivos de esta materia —como área didáctica— debe ser la de dotar a los estudiantes de los medios de control para hacer más claras y eficaces sus propias expresiones gráficas y contribuir a la clarificación y comprensión de las

imágenes, frente a un cada día mayor analfabetismo visual, y de los significados que estas imágenes visuales transmiten continuamente al inconsciente.

Un proyecto gráfico en base al signo alfabético impreso debe atenerse a una serie de exigencias como son la aplicación de los conocimientos desarrollados y un espíritu abierto a nuevos aspectos. Es por ello que la formación en tipografía experimental es fundamental dentro de un programa de estudios de diseño gráfico, a la vez que es necesario convertir el aula en laboratorio de ensayos para no acomodar esta disciplina en conceptos “cristalizados”.

Es latente la proliferación de trabajos con pretensiones de modernidad y disfrazados bajo estilo contemporáneo, que parten de la concepción de que el “buen diseño” es algo que ya está definido y establecido. Es necesario reconocer que la creencia en lo ya adquirido tiene frecuentemente como consecuencia la complacencia de sí mismo, pudiendo quedar estancados conceptos establecidos que, hay que reconocer, deben ser revisados constantemente.

La formación en tipografía experimental, que significa convertir el taller en laboratorio y lugar de ensayos, es más necesaria que nunca si la tipografía no quiere quedarse petrificada alrededor de conceptos establecidos desde hace mucho tiempo. La firme voluntad de hacer una obra viva que refleje el espíritu de los tiempos no debe desfallecer jamás; la duda y la inquietud son las mejores armas contra la tentación de dejarse llevar por la vía del menor esfuerzo (Ruder, 1983, p. 7).

La experimentación tipográfica debe conseguir trasladar los resultados tipográficos desde el puro juego formal hacia la demostración y la comprobación. El diseñador tipográfico debe guiar la vista y las emociones del lector observador, siendo para ello necesario ampliar el contraste dialéctico entre casualidad y necesidad, y la conexión entre inspiración y formación consciente, siendo esta experimentación fundamento de verificación y control de las infinitas variables de significados que las imágenes transmitidas poseen. A partir de los fundamentos básicos que aporta esta disciplina se puede intentar educar los sentidos para reconocer direcciones de diseño gráfico alternativas, encontrando soluciones tipográficas diferenciadas en el proceso de desarrollo, en una relación adecuada —para un objetivo determinado—, los tres aspectos de la configuración tipográfica: legibilidad, expresión e intención artística.

#### **4. La enseñanza del oficio de diseñar en el Taller**

“Expresión tipográfica” es una de las asignaturas que actualmente conforman el curriculum académico universitario de la licenciatura en Bellas Artes, impartida dentro de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea, en Bilbao —España—. Esta materia se oferta en Segundo Ciclo (3º ó 4º curso) de la carrera universitaria y supone una de las materias obligatorias que conforman la Especialidad de Diseño Gráfico.

Esta asignatura parte de entender la tipografía desde el diseño gráfico, como actividad proyectual eminentemente creativa, que se inscribe en el universo más amplio y totalizador del Diseño. Esta concepción de la tipografía desde el Diseño supone la incorporación de todo un bagaje acumulado de habilidades y conocimientos prácticos, anclados en las condiciones empíricas, particulares y cambiantes de la comunicación concreta y que se transmiten y enriquecen de generación en generación, materializando así su propia evolución como disciplina productiva. Sus reglas son analizadas e

integradas, tanto para observarlas como para abandonarlas, con un sentido de Diseño.

Esta materia, por otra parte, se propone como una estrategia integral que incluye diversas tácticas cuyo objetivo general es lograr el “cómo aprender”. Reconociendo al diseño gráfico su carácter de oficio, es decir, de trabajo productivo en un campo específico, se plantea esta disciplina en el sentido estricto de “taller”, con un enfoque didáctico participativo que se estructura pedagógicamente en la acción: se aprende haciendo sobre un proyecto concreto, involucrando los siguientes conceptos generales:

- Impulsar conductas participativas, solidarias y en especial la comunicación.
- Sensibilizar sobre la necesidad de desarrollar una actitud de desafío y de toma de riesgos permanente como mecanismo de enfrentamiento ante los problemas.
- Abrir el instinto como visión en la toma de decisiones. Tal y como plantea Voguel (2005): por necesidad o por entrenamiento, los innovadores están cómodos con la incertidumbre.
- Integrar la teoría con la práctica, la reflexión con la acción, y las vivencias con la experiencia.
- Promover la capacidad de aprender a aprender, desarrollando la creatividad individual y grupal a partir de la búsqueda de soluciones a problemas comunes.
- Suscitar actitudes de indagación, de una pedagogía de la pregunta que averigua e investiga sobre la práctica.
- Interactuar experiencias que movilicen los niveles emocionales y las vivencias personales de quienes aprenden —y de quien enseña—.
- Empezar la reflexión en grupo, animando al diálogo, el intercambio y la confrontación.
- Desarrollar la educación visual, la creatividad innovadora, la profundidad analítica, la sensibilidad formal y el rigor conceptual del diseñador frente al problema tipográfico.
- Indagar y experimentar en el proceso de diseño de productos tipográficos, interactuando con diferentes herramientas y reflexionando sobre las implicaciones metodológicas y técnicas de esta interacción.
- Fomentar, en definitiva, el estudio de la investigación creativa.

A continuación se presentan algunos ejemplos para ilustrar los resultados de las diferentes prácticas desarrolladas en esta asignatura-taller, introductoria a las disciplinas de carácter proyectual de la Especialidad de Diseño Gráfico:



Figura 1: Objetivo: explorar y comprender la naturaleza y cualidades expresivas y de textura visual del espacio tipográfico, indagando en las distintas formas de organizar, estructurar y administrar los recursos tipográficos a través de fundamentos gráficos básicos: relación, variación, disposición, oposición y alternación.



Figura 2: practicar sobre un proceso sistemático de experimentación gráfica a través de la aplicación de recursos gráficos básicos sobre un signo tipográfico, controlando los diferentes niveles de expresión a través de una escala decreciente de iconicidad.





Figura 3: Objetivo: desarrollar la sensibilidad formal, capacidad de percepción y análisis comparativo crítico de formas y detalles tipográficos, así como experimentar sobre las posibilidades de relación y articulación combinatoria a partir de dos estructuras morfológicas.



Figura 4: Objetivo: buscar y aplicar recursos gráficos sobre una palabra escrita concreta para experimentar sobre los diferentes modos de expresar e interpretar tipográficamente el texto.



Figura 5: Objetivo: explorar y articular coincidencias formales entre signos icónicos y tipográficos.

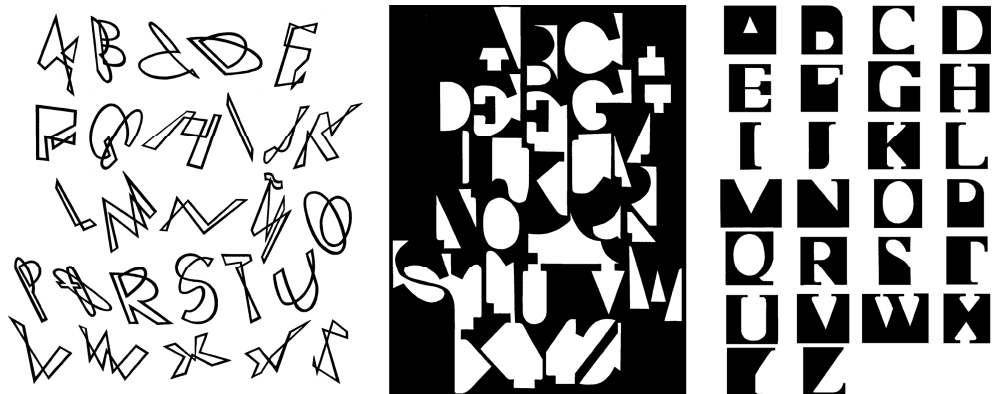


Figura 6: Objetivo: desde el planteamiento de un recurso técnico de configuración formal (bi o tri dimensional), plantear un sistema tipográfico, observando el problema estructural de coordinación en la generación de caracteres.

nosotr<sub>2</sub>s nosotr<sub>æ</sub>s nosotr<sub>es</sub>  
nosotr<sub>as</sub> nosotr<sub>ò</sub>s nosotr<sub>æ</sub>s

Figura 7: Objetivo: a partir del examen sobre diferentes necesidades, situaciones y condiciones de lectura, proponer la creación de un signo polisémico, adaptándolo a un estilo tipográfico concreto, a la vez que sensibilizar en los conceptos de legibilidad- ilegibilidad.



Figura 8: Objetivo: experimentar e indagar en el proceso de diseño de signos de identidad a través del medio tipográfico. Ampliar y profundizar el conocimiento de fuentes, familias y variables tipográficas, su carácter, y aspectos expresivos.

Estos ejercicios básicos suponen una introducción necesaria a los temas propiamente tipográficos, constituyendo una experiencia importante para la posterior comprensión de los aspectos esenciales de la disciplina. A través de ellos se intenta que los alumnos y alumnas experimenten el rol activo que tiene la imagen de la palabra en el papel. Con este criterio, no se propone inducir a los alumnos y alumnas hacia una única solución expresiva que des-construya el contenido, sino a la experimentación en este sentido a los fines de sensibilizar su mirada. Acometer la resolución de los diferentes ejercicios exige, evidentemente, una actitud analítica frente al problema, pero con un acercamiento lúdico desde la forma, con un juego permeable a cambios y a pruebas continuas. Esta forma de abordar el aprendizaje genera, necesariamente, una postura crítica, ya que deben autoafirmarse actitudes, pero a la vez genera discursos dinámicos, que no encasillan soluciones estancas a problemas propuestos.

La función experimental de la didáctica de la asignatura propone este mensaje: no hay una única solución para cada problema. La habilidad del diseñador debe estar siempre al servicio de un pensamiento flexible y no estático.

### Referencias

ALVAREZ JUNCO, M. La enseñanza universitaria del diseño: una reflexión sobre la situación actual en España, **Visual**, Madrid, nº 92, páginas 54-62, 2004.

BIESELE, I. **Graphic Design International**, Zürich: Editions ABC Verlag, 1977. p.18.

POTTER, N. **Qué es un diseñador**. Objetos, Lugares, Mensajes, Barcelona: Paidós, 1999. P.32.

RIBAGORDA, J.M. El diseño y su enseñanza. Presente y futuro, **Visual**, Madrid, nº 92, páginas 76-80, 2004.

RUDER, E. **Manual de diseño tipográfico**, Barcelona: Gustavo Gili, 1983. p.7.

VOGEL, C. The Art and Science of Business, The design of thing to come, New Jersey: Wharton School Publishing , 2005. p.52.