

PRINT



EN ESTE NÚMERO

Joan Quirós • Tipógrafas/os eligen tipo
Tips & Clicks • Better by Letter

LA DESTREZA MANUAL DE JOAN QUIRÓS

A Joan Quirós (València, 1982), las paredes le hablaron cuando era un chaval. Los grafitis que veía alrededor de su colegio se convirtieron en su asignatura preferida. Con dieciséis años pasó de mirarlos a pintarlos. Firmaba como Mito. Al principio por su barrio, Campanar, y después en grupo, por el resto de la ciudad. El *hip hop* y luego el punk pusieron la banda sonora. Al lema «*No Future*» se le cayó la negación y Quirós es, hoy en día, un referente en caligrafía y *lettering*.



«Con los grafitis se me debió despertar la vena artística», cuenta Joan; «me fijaba mucho en los colores y las letras. Pintando grafitis fue la primera vez que empecé a dibujar letras, a hacer *lettering* de alguna manera. Y firmando, caligrafía». Pero antes de que ambas disciplinas se convirtieran en su trabajo pasaron otras muchas cosas. Rebobinamos hasta 2003, año en que Quirós comienza a estudiar Diseño en la EASD de València.

Si de pequeño disfrutaba en la clase de Plástica y en la ESO entró en el mundo del grafiti, su teoría de la evolución natural tenía que hacer parada en el Bachillerato Artístico. Una vez terminado, se plantó ante un cruce de caminos. «Tuve que tomar una decisión, Bellas Artes o Diseño. Y al final me decanté por la segunda, en parte porque muchos de mis referentes del grafiti se dedicaban al diseño gráfico. También porque me atraía esa funcionalidad que tiene el diseño de resolver problemas».

Quirós recuerda su paso por la EASD como «una época de luces y sombras, porque había cosas que no comprendía del todo, como que mis profesores no fueran profesionales del diseño. Eran docentes, pero no estaban en el mundo laboral en ese momento, y es un problema cuando se trata de una disciplina tan dinámica que va ligada a la comunicación, redes sociales, relación con clientes...». En el otro lado de la balanza, destaca que de la escuela «se salía con los conocimientos técnicos necesarios para integrarse en el mundo laboral».

El mismo lo pudo comprobar incluso antes de acabar sus estudios. Preparaba su trabajo final cuando le surgió la oportunidad de hacer prácticas en la agencia de publicidad Publips. «Me curtió un montón porque me trataban como a uno más, para bien y para mal, y eso me ayudó a aprender

mucho sobre los clientes o sobre cómo funciona una empresa y, también, a perder el miedo a montar la mía».

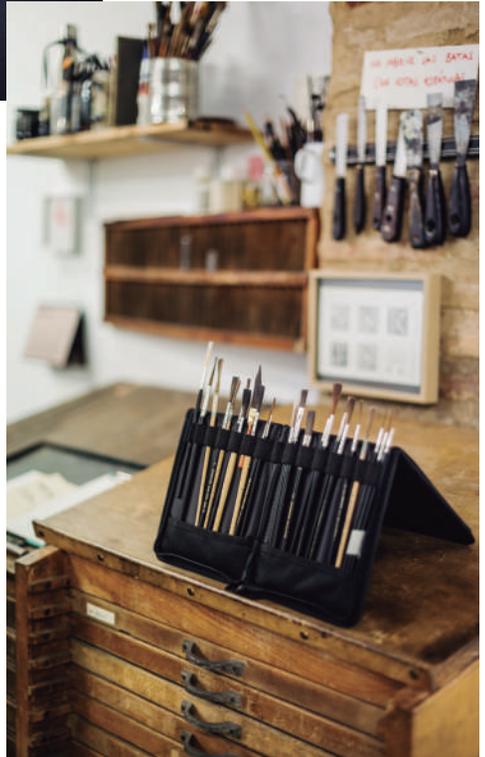
Tanto que en 2010 nace Voltio. Quirós y sus amigos y compañeros de bachillerato y EASD, Chris Lago y Santi Usano (también conocido como Enisaurus), convierten el típico sueño de conversación de bar en una realidad. Montan su propio estudio. «Empezamos dedicándonos al diseño gráfico. Publips, donde había hecho las prácticas, fue nuestro primer cliente. Luego vinieron más agencias. Yo me fui interesando por la caligrafía y el *lettering* y mis compañeros estaban enfocados a la ilustración. Y acabamos derivando en un estudio que ofrecía todo eso». En 2014 cambian València por Londres «porque las oportunidades en nuestra ciudad, y en España en general, eran pocas. Allí, al cabo de unos meses, nos disolvimos; cada uno tenía unos intereses e iba desarrollando su propio estilo. En Londres empecé mi andadura *freelance*».

Fue durante los años de Voltio, tal y como adelanta Joan en el párrafo anterior, cuando la caligrafía llamó a su puerta. Si uno tiene su propio negocio no existe el reloj y después de jornadas laborales de más de diez horas delante del ordenador, necesitaba desconectar. «Pensé que ya no hacía cosas con las manos como antes. Quería activar eso en mi tiempo libre y alejar mi vista de la pantalla. Salía del estudio a las ocho y media y nada más llegar a casa me ponía a hacer caligrafía hasta las dos de la madrugada. Fue un *hobby* que se me fue de las manos. Tuvo un efecto bola de nieve; se convirtió un poco en una obsesión. Cuanto más practicaba, más me iba engançando».

Ivan Castro fue el pirómano involuntario que acabó por azuzar el incipiente incendio caligráfico que brotaba en el interior de Joan Quirós.



«Con los grafitis se me debió despertar la vena artística», cuenta Joan; «me fijaba mucho en los colores y las letras. Pintando grafitis fue la primera vez que empecé a dibujar letras, a hacer lettering de alguna manera. Y firmando, caligrafía»



«En 2013 me apunté, en València, a mi primer taller de caligrafía impartido por él... y me volví loco. A partir de ahí le quitaba horas al sueño para seguir haciendo caligrafía. Empecé a compartirlas en Instagram y me salió mi primer encargo, el logotipo para una pequeña marca inglesa de ropa urbana. Yo sabía que una persona se podía dedicar a esto porque lo veía en referentes como Castro u Oriol Miró, pero al tener trabajo en el estudio, era algo que no me preocupaba demasiado. Que se acabara convirtiendo en mi trabajo fue accidental porque para mí era una válvula de escape».

De *hobby* pasó a trabajo. De Londres regresó a València. Lo de *freelance* no cambió. Entre sus clientes, de Samsung a Harper Collins, de Cornelia James al BBVA, de la editorial Austral al TEDx Madrid. De portadas de revistas a etiquetas de cerveza. O la imagen de las Fallas de 2017 junto a Luis Demano. Y siempre con un estilo propio, en el que conviven en excitante armonía la crudeza del punk y la elegancia de sus acabados. «Hasta ahora, no había sido intencionado. Pero, últimamente, sí me estaba dando cuenta de que a mi trabajo le faltaba un toque más personal. Tengo un problema de identidad en el sentido de que estudié Diseño pero no soy diseñador, hago *lettering* que es dibujo de letra y está relacionado con la ilustración, pero tampoco lo soy; estoy entre dos aguas. Así que he intentado visibilizar un poquito más mis influencias y que queden patentes; la de los fanzines, la de la música punk, la de los grafitis o la de la gráfica del *skateboard* de los ochenta y noventa».

Quirós también hereda del punk su *Do It Yourself*, ese Hazlo Tú Mismo, que le lleva a construirse sus propias plumas con latas de refresco o cañas. Porque en el origen de todo se encuentra ese afán por seguir trabajando con

las manos. Algo que prioriza en su metodología de trabajo. «Todo lo que puedo lo hago a mano. Mantengo una línea roja que no traspaso en cuanto a que la caligrafía siempre tiene que ser sobre papel. Para hacer *lettering* sí he implementado herramientas digitales. Cuando puedo trabajo a mano en una libreta de bocetos, pero si el proyecto tiene unos tiempos de entrega cortos, paso directamente a la *tablet* y boceto allí. El *lettering*, al ser más dibujo, no me importa. Pero en la caligrafía sí porque influyen en su resultado factores como la textura del papel, la rugosidad, el tipo de tinta...».

La caligrafía sigue teniendo un lugar privilegiado en la Galaxia Joan Quirós. No es para menos. Cada trabajo es único porque «es muy difícil emular el mismo trazo y el mismo gesto. Es lo mágico que tiene, es irreplicable. Si cometes un error, la mejor forma de arreglarlo es volver a empezar porque no puedes borrar, no hay 'control Z'». Un ejercicio de concentración que requiere de algunas rutinas. «Cuando hago caligrafía suelo tomarme pausas, porque el cuerpo juega un papel muy importante. La posición, la tensión que tienes en el brazo o en la propia mano, lo fuerte que agarras la pluma... Hago descansos por salud, tanto mental como física».

Entre los servicios que ofrece Joan Quirós en su página web están los de *lettering*, diseño de tipografías y caligrafía. Eso, sumado a su perfil como docente, le convierte en voz más que autorizada para trazar las diferencias entre ellas: «La caligrafía siempre es escritura, trazo directo con tinta sobre papel; el *lettering* es dibujo de letras, el proceso se alarga más; lo bueno de la caligrafía es que tienes un resultado inmediato. El *lettering* tiene más fases, bocetaje, refinamiento, vectorización, tratamiento digital... Y la tipografía está relacionada con el *lettering*, porque los →



SU PRIMERA VEZ. «La primera vez que fui de manera profesional a una imprenta fue cuando teníamos el estudio, Voltio, por uno de nuestros primeros encargos, unas tarjetas corporativas para un cliente. Lo hicimos en Valiente Impresores, que los conocía porque veranean en el mismo pueblo que yo, Torás (Castelló). Fue algo muy experiencial, muy etéreo. Yo soy muy fetichista del papel y cuando entré y vi todos los papeles apilados, la textura, su olor, el de la tinta... fue una experiencia brutal. Me sigue pasando cada vez que voy a un imprenta; me encantaría probarlo todo».





Entre el pasado y el presente, el trabajo de Joan puede encontrarse aplicado a multitud de soportes. Desde portadas de libros y revistas, *packaging*, carteles, identidad corporativa, publicidad, títulos de crédito, así como la realización de encargos individualizados. Eso sin olvidar proyectos personales como sus cuadernos.



diseñadores de tipos bocetan, pero luego ellos crean un set completo de caracteres para que la gente lo pueda utilizar en su ordenador».

¿Interactúan entre sí de alguna forma? «La caligrafía sería la base de todo. La tipografía parte de ella. Algo que me ha ayudado mucho al hacer caligrafía es entender cómo funciona la letra. Siempre digo que la caligrafía me ha enseñado mucha más tipografía que cualquier manual o libro. Con la caligrafía he entendido la parte de la letra, sus proporciones, el espaciado, la estructura... Al ser la base de todo, yo siempre recomiendo a cualquier persona que quiera iniciarse en la tipografía que haga primero caligrafía; no es esencial ni indispensable, pero sí es de mucha ayuda».

Contaba antes Quirós que no sabe cómo definirse profesionalmente, que se sentía entre dos aguas. Pero esas dudas se esfuman a la hora de hablar de su manera de enfocar los trabajos. «Hago caligrafía y *lettering*, pero trabajo como un diseñador. Tengo esa metodología del diseño de analizar el público objetivo, referentes, competencia del cliente... para luego adaptar el estilo o los acabados».

Los ojos de Joan se iluminan cuando le pregunto por el papel como destino final de sus trabajos. «Me gusta mucho que lo que hago se acabe convirtiendo en algo físico», responde enseguida. «En ocasiones trabajo a distancia, con clientes de otros países, y en esos casos muy pocas veces veo el resultado final. Ver, por ejemplo, un libro en el que has trabajado, ¡uf!, ¡verlo en formato físico!, notar que pesa, que huele a papel... es una sensación que me encanta experimentar. No comprendo un trabajo terminado sin esta última experiencia».

Inquieto es una palabra que casa muy bien con él. Ahora que la caligrafía ya no es un *hobby*, la fotografía se

postula a ocupar ese vacío (podéis seguirle en instagram en [@joanquiros-photo](#)). Le gusta investigar nuevas vías creativas o nuevas herramientas cuando tiene tiempo. Por ejemplo, durante el confinamiento estuvo pintando vinilos «por probar diferentes soportes y mejorar mi técnica con el pincel, el esmalte y el pan de oro, utilizados en la rotulación tradicional, para salir de la zona de confort y del formato habitual». Precisamente, hacer una portada de disco es su asignatura pendiente, «es como una espinita clavada; ojalá alguien me encargue alguna».

Ser *freelance* tiene algo de Gary Cooper en *Solo ante el peligro*. Sobre todo en esa parte del trabajo menos romántica y más funcional. Esa de la que no se suele hablar en las entrevistas. La referida a dinero, cobros, plazos... «La experiencia me ha ayudado a blindarme a mí mismo en cuanto a malas praxis. Por ejemplo, cobrar por adelantado siempre que se pueda; redactar un contrato donde se reflejen determinadas normas de la relación laboral; generar el hábito de antes de empezar preguntar al cliente, al estudio o a la agencia a cuánto tiempo pagan (no es lo mismo a treinta días que a noventa). Esto es importante porque yo adapto el presupuesto. Si me pagas a treinta días es un precio y si me pagas a noventa es otro. Al final, a base de batacazos he ido aprendiendo».

En ese aprendizaje también han tenido mucha importancia unos cuantos nombres y apellidos. No duda ni un instante en responder. «Mis influencias en cuanto a caligrafía y *lettering* las tengo muy claras, son mis maestros. En caligrafía, Ivan Castro y Oriol Miró, Amanda y Keith Adams que son como los profesores de ellos. Y en *lettering*, Ken Barber de House Industries, soy muy fan de House Industries, y también en este apartado Ivan Castro.

Además, la rotulación tradicional, la clásica de calle por así decirlo, también me ha influido mucho».

Joan reconoce que no le gusta mucho salir, que disfruta bastante en casa, y por eso estos meses de encierro los ha llevado bien. Sin embargo, cuando se acuerda de que lleva más de cuatro años sin hacer grafitis, y de que sus amigos le pican para que vuelva, tiene muy claro lo que acabará haciendo. «Tengo el gusanillo porque me he adaptado a un formato a pequeña escala, como puede ser el papel, y me apetece volver a hacer algo en plan mural. Seguramente, vuelva». Probablemente, aquel chaval de dieciséis años, que firmaba en las paredes como Mito, sonreiría al escucharle, mientras de fondo suenan Rancid o NOFX. 🐾



Como todo buen concierto que se precie, la sesión fotográfica con Joan Quirós tuvo dos partes. Una primera en Laseiscuatro —en cuanto nos lo permitió el 'maldito virus'— con Eva Mengual de anfitriona (sin olvidar al gato), y un bis en su propio estudio.

TIPO TIPO GORGORITO

*(Unos consejillos para seleccionar tipografías
y no morir en el intento)*

Elegir la tipografía adecuada es uno de los asuntos principales en cualquier trabajo de diseño gráfico. ¿Cuántos pesos necesito?, ¿a qué tamaño?, ¿voy a utilizar ligaduras?, ¿la necesitaré en otros idiomas? Empieza el *casting* tipográfico.

LAS MALDITAS CLASIFICACIONES

Para seleccionar una tipografía más nos vale no empezar por el menú de tipos disponibles en nuestro programa de maquetación, sino más bien por el conocimiento de las mismas.

Así que no viene mal echar un vistazo a las ‘dichosas’ clasificaciones tipográficas, que no dejan de ser herramientas que nos permiten disponer de una terminología concreta que describa las características básicas de los principales diseños tipográficos. Está la clasificación del tipógrafo canadiense Robert Bringhurst, la Thibaudeau de 1921 o la de Maximilien Vox de 1954 (adoptada por la ATPY en 1962). En cualquier caso la distinción se hace por la diversidad de los elementos que constituyen la letra: el asta o elemento necesario y la gracia, remate o elemento decorativo. Lo dicho, clasificaciones sí, pero sin sudores fríos.

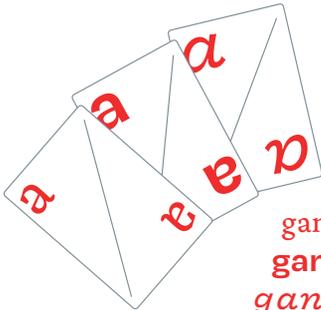
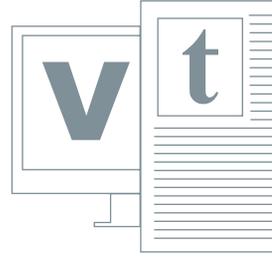
¡Hola! Soy Maximilien Vox; tal vez me recuerden de clasificaciones tipográficas como la de Vox.

Y no, no tengo nada que ver con el diccionario y ese partido político del que usted me habla.



¿QUÉ TE PIDE EL CUERPO?

Entérate de para qué se diseñó la tipo que te gusta. Algunas tipografías están diseñadas, como las archiconocidas Verdana o Georgia de Matthew Carter, para su reproducción en pantalla. Otras, como la Times New Roman, fueron pensadas para compensar con su dibujo la impresión deficiente de una rotativa antigua; fue encargada por el periódico The Times en 1931 y diseñada por Stanley Morison junto a Starling Burgess y Víctor Lardent. Algunas, como la nueva FS Renaissance (una tipo *display* diseñada entre Craig Black y Pedro Arilla), están pensadas para imprimirse en tamaños grandes.



ganador
ganador
ganador

ÉCHALE UN PAR

¡DE TIPOGRAFÍAS! En realidad, basta con una lo suficientemente flexible... Solo en algunos proyectos editoriales conviene usar tres: una familia de palo seco, otra con remates y una con un poco más de personalidad para recursos. Y una regla de oro que no debes olvidar, tenemos que buscar el contraste, combinar dos fuentes que se parezcan demasiado no es buena idea.

En esta orilla
del Mississippi
se habla en

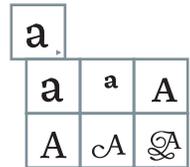
Playbill

ese tono jovencita
Las tipografías expresan. Son la voz del texto. Y eso es independiente de lo que pueda significar el texto. Así que es importante que el uso de la tipo no comunique algo que no quieras comunicar. Recuerda: los tipos de letra tienen significado por sí mismos, independientemente de qué palabras formen.

ESE TONO JOVENCITA

OPEN TYPE PARA ESTAR IN LOVE CON LA TIPO

No olvides comprobar las opciones del menú OpenType que los programas de Adobe esconden tras el panel de carácter. Allí podremos 'exprimir' al máximo el rendimiento de la tipo y podremos activar o desactivar las funciones OpenType de las que disponga la tipografía que estemos utilizando, como pueden ser versalitas, numerales de estilo antiguo, ligaduras, etc.



Yo soy tu
padre

Lápidas
Gómez
D.E.P.

¡Y PROBAR!

Lo decía El Tití, «el que lo prueba repite», así que asegúrate de que la tipografía funciona antes de terminar. Lo mejor es testearla generando pdfs antes de finalizar el trabajo, y como siempre, habla con el impresor. ;-)

ERES MI TIPO (Y TE ELIJO A TI)

Tres materias, tipografía, caligrafía y *lettering* (o rotulación), y seis profesionales que se ganan el pan gracias a ellas. Algo que implica, para empezar, amar una profesión que conlleva pasar muchas horas no solo trabajando, sino también investigando y practicando estas disciplinas. Un equilibrio entre constancia, miradas al pasado lejano (góticas, carolingias, unciales, capitales romanas...), para comprender la letra y reproducir sus formas históricas, y el conocimiento de las herramientas digitales del presente que permiten formar alfabetos a partir de las primeras.

Laura Meseguer, Ivan Castro, Cecilia del Castillo, Juanjo López, Gina Serret y Oriol Miró. Lo más granado del panorama nacional del diseño de tipografía, el *lettering* y la caligrafía responden a una pregunta. ¿Cuál es su tipo?



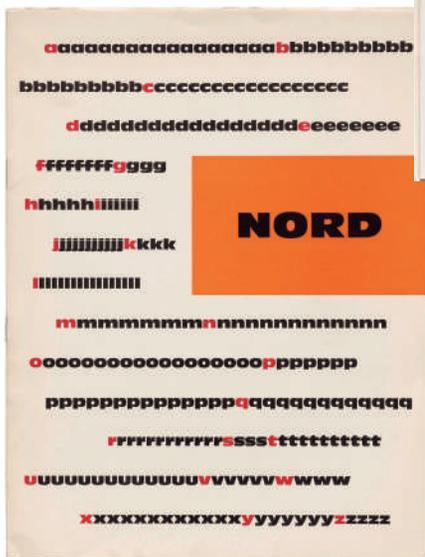
Laura Meseguer

Custom lettering
& type design
laurameseguer.com
@laurameseguer



Foto: Norman Posselt

Antique Olive es una tipografía de una época, los años sesenta, y fue el proyecto más ambicioso de su autor, Roger Excoffon. Es una tipografía intrigante, el resultado de un proceso experimental y de una investigación sobre cómo la fisonomía de una tipografía de palo seco puede mejorar su legibilidad. El proyecto arrancó en 1955 con el nombre de Catsilou, y se publicó en 1960 como **Antique Olive**, después de Nord, que fue una tipografía *ultra bold display expanded* y su precursora. Nord rompe con el *ductus* de la escritura manual, cambiando el lugar donde aparecen los trazos gruesos y finos, factor que le da muchísima personalidad y fuerza. A partir de ahí se desarrolló toda la familia **Antique Olive**, con un rango de pesos que armonizan la estética con la legibilidad y es ahí donde despierta mi intriga, porque no es nada fácil de conseguir. Creo que Excoffon fue mucho más allá y su influencia ha sido enorme, pues un gran número de tipos de palo seco de los últimos años exploran ese concepto de «contraste invertido».



Especímenes tipográficos de la fundación Olive en la década de 1960.
Fuente: letterformarchive.org

Ivan Castro

Calligraphy
& Lettering
ivancastro.es

@ivancastrolettering



Foto: Luis Castillo

Akzidenz Grotesk. Yo suelo usar poca tipografía, ya que mi trabajo generalmente consiste precisamente en hacer formas de letras desde cero. No obstante, en ocasiones sí tengo que combinar tipografías con las letras que diseño, que suelen tener un aspecto más bien plástico y formalmente complejo. Al mezclar estilos de letra, algo que nos interesa es que entre estos haya cierto contraste. Por tanto, al buscar una tipografía para combinar con caligrafía o *lettering*, necesitamos que tenga un aspecto limpio y sobrio. No obstante, una tipografía demasiado neutra, como por ejemplo Helvetica, acaba siendo demasiado fría. Es por esto que me gusta usar tipografías grotescas más primitivas, al estilo de finales del s. XIX, con un contraste más caprichoso y unos terminales oblicuos, y quizá **Akzidenz Grotesk** es la familia más accesible de esta tipología, entre las cuales podemos contar docenas de tipografías magníficas (Bureau Grotesque, Knockout, Vonnès, Grotesque MT...). El diseño de estas letras no está aparentemente demasiado refinado, manteniendo algunos resquicios caligráficos a pesar de tener un aspecto industrial. De esta forma, dos estilos de letra en principio dispares acaban teniendo algunos elementos en común en su ADN que no percibimos al primer golpe de vista pero que hacen que la combinación tenga sentido.

Recientemente, junto a Omnibus Type, he diseñado Truculenta, una tipografía que es una especie de homenaje en clave 60's a este estilo.

38 Plakatschrift
Akzidenz-Grotesk
halbfett

Bibel Ice Bau
Mut Elf Din

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
ZAÜÜ

abcdefghijklm
pqrstuvwxyz
äöüß

Wer bedenkt, wievie
le technische und f
ormale Probleme d
ie Schaffung einer q
WER BEDENKT, WIE

Any thinking pers
on who reflects o
n the innumerabl
ANY THINKING PE

Die Buchstabe
n des Alphabe
tes so zu gesta
WER BEDENKT

Celui qui ap
ris conscie
CELUI QUI A

Wer bede
nkt, wievi

Wer be
eviele
he und
WER B

Stilgju
nder a

COMI

Die S
WEE

Imágenes del folleto de composición tipográfica de 40 páginas no. 473 de Akzidenz Grotesk publicado a principios de los sesenta.

Cecilia del Castillo

Calígrafa, dibujante
de letras e ilustradora
ceciliadelcastillo.com
[@ceci_dcd](https://twitter.com/ceci_dcd)



Foto: Beatriz Janer

Qué difícil para una amante de las letras decidir sobre una sola tipografía favorita, así que para poder acotarme hablaré de dos favoritas relativamente recientes.

La primera **Infini**, de Sandrine Nugue, una tipografía comisionada por el Centro Nacional de Artes Plásticas de Francia que me ha fascinado por el concepto que tiene detrás y por cómo fue concebida. Es un proyecto que tiene como objetivo crear conciencia sobre la labor en el diseño tipográfico así como de todos los conocimientos y habilidades necesarios para ejercer esta profesión. El concepto detrás de ella es el infinito, sus formas están inspiradas en la escritura epigráfica y el diseño responde a un análisis de la historia de la tipografía a través del tiempo.

La segunda, **Laima**, de Bogidar Mascareñas, una tipografía inspirada en los grabados de Francisco Palomares. Tuve la oportunidad de ver en vivo una presentación del proceso de diseño de esta tipografía y me parece que hay un logro muy importante en este reto de reinterpretar de una manera contemporánea referentes manuscritos que ya son de una belleza absoluta de por sí.

Pude ver de cerca el trabajo de exploración y bocetos de Bogidar hasta llegar a las decisiones correctas, y fue un proceso profundo de deconstrucción, entendimiento y reconstrucción de aquellas letras en algo nuevo y contemporáneo, pero que sigue respirando esa belleza y gestualidad caligráfica de los manuscritos originales. Me parece simplemente una belleza.



Arriba izquierda, espécimen de la tipografía Infini. A la derecha, espécimen de Laima de la fundición TypeTogether.

Dark Cocoa Hot Chocolate & Mint

KEFIR

Naturally Tasty

VEGAN

♥ vino ecológico ♥

RESERVA

1234‰ Organic

Juanjo López

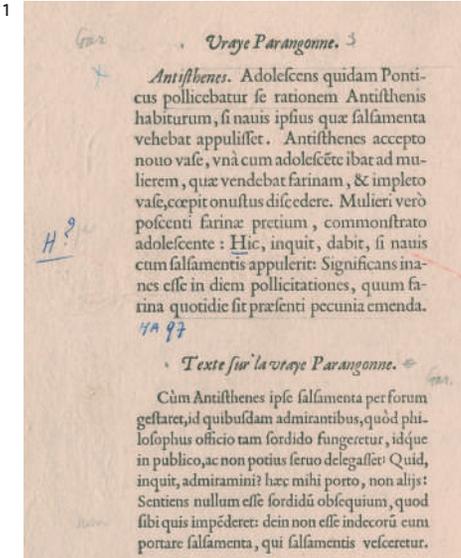
Dibujante de letras
y tipógrafo
juanjez.com
@juanjez



Foto: Vero Gorri

Empiezo a escribir esto sin saber qué tipografía voy a elegir y solo espero espabilar antes de llegar a 250 palabras. El caso es que ya no me siento diseñador gráfico (de todo se sale en esta vida) y ahora me dedico sobre todo a hacer letras y no a usarlas. Además, mis pocas opciones habituales están más vistas que el tebeo y me gustaría aparentar algo de originalidad tipográfica.

Así pues, aunque nunca tuve nada parecido a una tipografía favorita, lo que sí tengo es admiración profesional por el trabajo de un montón de diseñadores de tipografías. Hay tipos que no tengo intención ni ocasión de utilizar pero me dejan pasmado por su concepto, dibujo o qué se yo. Basta ver en directo las matrices de la **Vraye Parangonne** de Garamond, por ejemplo, para entender por qué los diseñadores llevan quinientos años dando vueltas a ese estilo sin agotarlo. Me gusta la personalidad de **Cooper Black**, que nació pasada de moda pero surge cada equis décadas para encajar como un guante en cualquier diseño del moderno de turno. Envidio los nombres de tipografías tan perfectos que te colocan en una época, estética o concepto al instante, como **Carmen**, **Univers**, **Swift** o el tándem **Bulo / Trola**. Cuando veo cualquier cosa que haya dibujado Matthew Carter puedo ver a alguien tan seguro de su oficio que pasa bailando por donde los demás vamos tropezando... Venga, va, escojo una del tito Matthew. Elijo **Miller**. O mejor **Galliard**. Mierda, ¿puedo comprar más palabras?



1. Espécimen de Vraye Parangone, propiedad del Museo Plantin-Moretus.
2. Espécimen Cooper Black.
3. Espécimen desarrollo de la Unvers de ATF.

Gina Serret

Entusiasta de la tipografía, caligrafía y lettering
ginaserret.com
[@ginaserret](https://www.instagram.com/ginaserret)



Foto: Jimena Cuerva

Voy a darle un poco de fantasía al tema y, aunque sea exagerado afirmar que este sea mi tipo favorito, elijo **Le Bifur**, diseñado por A. M. Cassandre y publicado por Deberny Peignot en 1929. **Le Bifur** es una tipografía para titulares, compuesta solamente de caracteres en caja alta, y creada para usarse en publicidad.

El espécimen original de **Le Bifur**, un folleto de varias páginas, es una delicia en todos los sentidos. En su interior encontramos magníficas composiciones tipográficas con juegos de tamaños altamente contrastados, uso de transparencias, superposiciones de color, juego de texturas con distintos materiales, etc.

Formalmente, la tipografía es completamente geométrica, inspirada claramente en la estética Art Decó. Como todos los diseños de Cassandre, está basada en formas puras, reducidas a lo esencial. A modo de curiosidad, el diseñador creía en las capitales romanas como las formas más nobles y puras del alfabeto y a menudo no diseñaba la caja baja, considerada una alteración del modelo debido a las limitaciones de la escritura a mano.

Descubrí **Le Bifur** hace justamente dos veranos en Francia, visitando los archivos de la Bibliothèque de l' Arsenal, en París, y del Musée de l'Imprimerie de Lyon —ambos muy recomendables—. Y desde entonces, siempre que me encuentro con material gráfico donde se haya aplicado Le Bifur, confirmo que su principal función, resultar impactante y atrayente, se cumple a la perfección.



Espécimen de la tipografía Bifur de la fundación Deberny & Peignot, 1929.
Fuente: letterformarchive.org

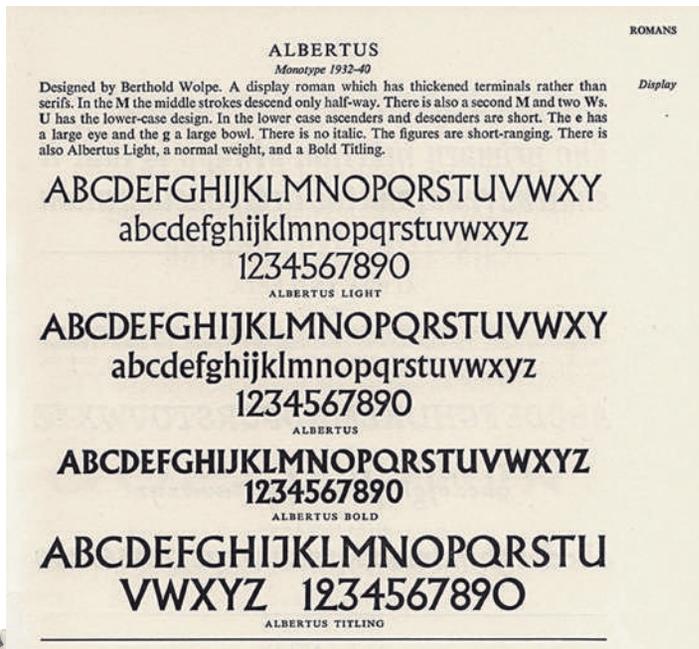
Oriol
Miró

Calígrafo
urimiro.com
@uri.miro

Fácil, sin duda, **Albertus** de Berthold Wolpe. Estoy enamorado del trabajo de Berthold Wolpe en general y de **Albertus** en particular, una obra de arte mayúscula. Respira caligrafía en todas sus letras. Tiene una fuerza original increíble. **Albertus** solamente tiene dos pesos y una sola itálica: Thin, Regular y Regular italic. ¿Para qué quieres más? Adoro **Albertus**. Es todo lo que deseo decir. (No confundir con Albertus Nova, una estrategia comercial).

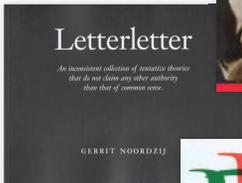
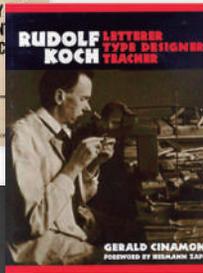
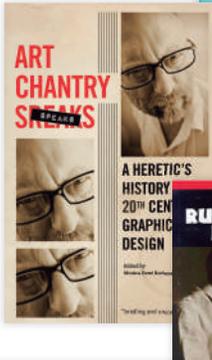
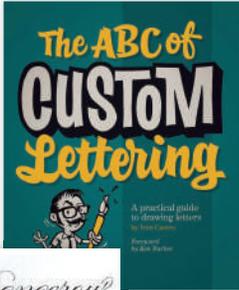


Foto: Esther Navalón



Espécimen de la tipografía Albertus de la fundición Monotype, 1932 y ejemplo de uso en portada del disco *Parachutes* de Coldplay.

Tips & Clicks & Books



Eligieron sus tipografías favoritas, y no podíamos dejar pasar la oportunidad de que este auténtico *dream team* del diseño de tipografía, el *lettering* y la caligrafía hiciera lo propio con esta particular 'biblioteca de campaña'.

CECILIA DEL CASTILLO elige entre sus libros favoritos dos de *lettering*, *The ABC of Custom Lettering* de Ivan Castro, «una guía imprescindible para iniciarse en el mundo de las letras y sobre todo para comprender que el *lettering* no es solamente un oficio manual, sino un proceso mental de toma de decisiones sobre los atributos de la letra», y *Dangerous Curves, Mastering Logotype Design* de Doyald Young, «que recopila el proceso de trabajo del autor y un ejemplo claro de maestría en el oficio y del entendimiento profundo de la estructura de la letra llevado a logotipos y piezas de *lettering*».

JUANJO LÓPEZ e **IVAN CASTRO** apuestan por el mismo volumen, *Art Chantry speaks. A heretic's history of the 20th century graphic design*. Ivan reconoce a Art Chantry como uno de sus 'héroes del diseño gráfico', pese a que «no tiene el reconocimiento suficiente en la historia del diseño, quizá por ser considerado demasiado *underground*. Su influencia sobre el diseño gráfico de los noventa es notable. Viviendo en Seattle en esos años, el *grunge* le explotó en las manos. Sus cientos de carteles y portadas de discos son magia». «Imprescindible como complemento de las historias 'oficiales' del diseño», reconoce Ivan.

Por su parte, **LAURA MESEGUER** elige *Roger Excoffon et la fonderie Olive*, de Sandra Chamaret, Julien Gineste y Sébastien Morlighem. «Un libro que repasa la historia de la Fonderie Olive y donde cada tipo de letra se presenta individualmente, se analiza y se ilustra. Esta publicación se completa con reimpresiones de textos de Excoffon sobre su oficio y sus ideas sobre tipografía».

Por último, **ORIOLE MIRÓ** nos confiesa que elegir un libro «no es tan fácil como elegir una sola tipografía» y propone tres: *Rudolf Koch, letterer, type designer, teacher* de Gerald Cinamon; *The Origin of the Serif*, de Edward Catich; y *Letterletter*, del tipógrafo holandés Gerrit Noordzij.

El cliente

Better by Letter

betterbyletter.co

➔ **BETTER BY LETTER** es un proyecto que nace de la emoción al recordar ese momento mágico de recibir una carta. Esta iniciativa quiere que abrir el buzón vuelva a ser un momento de sorpresa e ilusión, que arranque una sonrisa a la persona que está al otro lado del papel. Su intención no es retroceder en el tiempo y darle la espalda a la tecnología sino cuidar el detalle a la hora de transmitir ciertos mensajes, que merecen ser contados de otra manera. Y para que volver a escribir cartas sea muy fácil, han diseñado *packs* que incluyen todo lo necesario: postales, hojas de escritura, sobres de colores, *stickers*... Materiales producidos cuidando al máximo su diseño y su calidad.



Así nos lo cuentan: «Con Better by Letter no buscábamos una imprenta, sino un compañero de viaje a largo plazo, que entendiera las peculiaridades del proyecto. Dimos con Impresum y después de compartir con ellos nuestra idea, nos abrieron sus puertas. Detallistas, amables, cuidadosos y sabios... ¡¡muy sabios!! Nos han aconsejado y acompañado en cada fase del proyecto.

También nos gusta incidir en que trabajamos en colaboración con diferentes artistas para crear *packs* en ediciones limitadas, que además de cumplir la misión de recuperar el hábito de cartearse, funcionen como altavoz del mundo del arte y el diseño.

Por eso nuestros *packs* incluyen siempre seis postales ilustradas que seguro colgarán como delicadas obras de arte en la pared de quien las reciba».

En resumen... Decirlo por carta siempre mola más. 📧



PRINT

PRINT es una iniciativa de **Impresum**.

Diseño y edición: estiu (Diego Obiol y Pablo Ejarque).

Corrección de textos: Marta Salvador.

Colaboran: Rafa Rodríguez y María Mira.

Agradecimientos: La seiscuatro

De este nº3 de *PRINT* se han impreso 1.500 ejemplares en papel Fedrigoni Arena® Natural Rough de 120 g. Las sobrecubiertas están impresas en papel Fedrigoni Arena® Ivory Smooth 70 g. Las etiquetas de envío de este número se han realizado en impresión digital con dato variable y corte personalizado. Tipografías Theodor by RÜDIGER para titulares, Pliego de Juanjo López para texto general, y Vulf Sans / Vulf Mono de la fundición Ohno Type en elementos complementarios.

Puedes suscribirte en www.impresum.es/print, escribiendo a dani@impresum.es o llamando al 606 994 542 (Dani Matoses).

impresum

C/ Vicent Lleó, 20 nave · 46006 València
impresum.es