

PRINT



En este número: *Laura Meseguer* • This Project Works

Una entrevista de RAFA RODRÍGUEZ con fotos de MARÍA MIRA
Tipografía invitada, *Magasin* de LAURA MESEGUER

Laura Meseguer

A LA FELICIDAD POR LA TIPOGRAFÍA

Si hubiera que definir con una palabra a la Laura Meseguer diseñadora de tipografías podría ser pasión. Si fueran dos, habría que añadir alegría. En la misma conversación puede hablar con entusiasmo de las serifas como explicar que su tipo Guapa se llama así porque es una Futura preparándose para una cita.



El secreto mejor guardado de las entrevistas de *Print* son los almuerzos que las preceden. Volviendo de uno de ellos hacia Impresum, donde se lleva a cabo la charla, Laura Meseguer (Barcelona, 1968) no pierde detalle de los rótulos que se cruzan en su camino. En la plaza Pou de la Figuera saca el móvil e inmortaliza una pintada, «La calle está mala...» (en mayúsculas y sin la tilde) por el tipo de letra empleada.

«Mis neuronas siempre están conectadas con todo lo que me rodea. No me puede interesar la tipografía de 8 a 3 y luego dejar de hacerlo». Esa deformación profesional que le acompaña haciendo que detenga la mirada en las letras que se encuentra no le genera ningún tipo de efecto secundario. «Sí, estoy conectada todo el rato a mi práctica, pero desde un lugar bellissimo. A mí me sigue emocionando cuando veo una letra. No creo que sea diferente a, por ejemplo, cuando un cocinero va a comer a un restaurante y se fija en todo».

Lo gráfico siempre ha formado parte de la vida de Laura. Su abuelo, Antonio Meseguer, tenía una imprenta en Barcelona. «Yo no lo conocí, falleció en un accidente cuando mi padre tenía diecisiete años y este tuvo que tomar, junto a su hermano, el relevo en la empresa familiar». Ella creció en ese entorno jugando con los catálogos de postales de comunión o los de calendarios que después se personalizaban, lo que se tradujo, «de alguna manera, en una percepción de los elementos gráficos».

La cultura visual le llegó como a cualquier otra niña de su generación, pero «sí que es verdad que la imprenta de mi padre era todo un

mundo para mí». Los sábados por la tarde iban a buscarlo al trabajo e improvisaban una mesa para que ella se comiera el bocata con los cajones de un chibalete y una tabla de madera.

Laura quiere pensar que todo aquello, que su padre, «sí que tuvo una influencia en mí». Aunque Luis, que así se llamaba, no le transmitió que tenía que ser impresora, «sí que me transmitió un amor por el color; me acuerdo perfectamente, a él lo que más le gustaba de su trabajo era hacer colores».

Nunca imprimió en aquella imprenta. «Mi padre no quería porque era peligroso. Mi tío Antonio llevaba la Minerva manual y ahí hay que tener cuidado con la manita. No es que no tuvieran ganas, es que no tenían tiempo. Trabajaban siempre a destajo. A mi hermano y a mí nos encargaban trabajos de manufacturas, con los papeles de los albaranes o las bolsas para meter pegatinas. Pero imprimir nunca me dejaron». Tendrían que pasar unos cuantos años y kilómetros para que lo hiciera por primera vez en un máster de diseño de tipografía que cursó en los Países Bajos.

Decisiones vitales, Olimpiadas y una fundición

En el instituto, un profesor de dibujo técnico, Medina, le animó a estudiar diseño. Lo hizo en Llotja, cerrando, casualmente, de alguna manera, una deuda y un círculo familiar. «Mi padre, tristemente, no pudo estudiar diseño; empezó en la Llotja antigua, pero lo tuvo que dejar cuando falleció mi abuelo para hacerse cargo de la empresa familiar».





Fue, precisamente, en la cola para matricularse en Llotja donde tuvo que tomar una de las decisiones más importantes de su vida. Diseño industrial o diseño gráfico. «Los dos me gustaban, pero pensé que necesitaba trabajar y, como había más oferta en gráfico, me decanté por él. Visto ahora es muy fuerte ese momento en el que tomas una vía y no la otra, ¿qué hubiera sido de mí si me llego a matricular en industrial?».

Laura acertó en sus predicciones. «Cuando empecé a estudiar diseño gráfico éramos analógicos todavía, no había ordenadores, y enseñaba encontré trabajo porque sabía hacer originales en tinta, ya venía preparada». Puede que en la imprenta familiar no imprimiera, pero sí aprendió cómo se hacía, a utilizar los componedores o la composición de tipos de metal y de plomo.

Estudió cuatro años en Llotja y al segundo entró a hacer prácticas en el estudio de Salvador Martells, «hacían mucho *packaging* de turrón y de helados, él dibujaba las letras, tenía una mano fantástica». Laura se encargaba de buscar en el armario de letraset qué tipografía de las que tenían se asemejaba más a la dibujada. «Ahí desarrollé el ojo para distinguir entre tipografías que se parecen mucho, uno de los grandes hándicaps de este trabajo. También aprendí a espaciar, a componer títulos; me encargaba de la Repromaster, ampliaba, reducía... y hacía la composición». Aprendió el oficio trabajando con algo matérico, sintiendo, tocando, no como algo virtual o digital, «y lo agradezco a niveles estratosféricos».

Fueron años en los que había «mucho mucho mucho mucho mucho trabajo»; Laura es entonces muy joven, pero «ya estoy incorporadísima al mercado laboral». Faltaban aún por llegar las Olimpiadas de Barcelona. Durante ellas entra a formar parte del equipo de Bassat, Ogilvy & Mather. «Fue muy chulo, muy excitante, fantástico».

Trabajando allí, José Manuel Urós acudió a enseñarles cómo funcionaban los ordenadores, que se estaban empezando a incorporar en los estudios de diseño. «Me acordaré toda

la vida, lo tengo en la cabeza como si fuera ayer: abrió Illustrator, hizo trazados de una letra y ¡guau! ¡se podían hacer letras en el ordenador! ¡había un programa con el que podías dibujar vectorialmente! Que éramos conscientes de que eso existía, pero cuando nos dio aquella clase y lo vimos...».

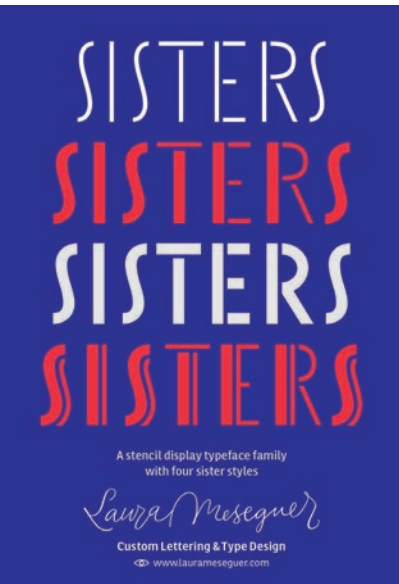
Aquella visita de Urós también fue importante porque Laura descubrió Type-Ø-Tones, la fundición de tipos digitales de la que sigue formando parte hoy en día. «Hablando con él me contó de su existencia. Estaba con Enric Jardí y Joan Barjau. Me dijo que si me interesaba la tipografía podía ir a conocerlos». Y así hizo un viernes por la tarde. «Como era la única chica y joven, me vacilaron mucho (*rie*). Me dijeron que si quería formar parte del grupo tenía que diseñar una tipografía». No eran conscientes de a quién se lo habían dicho. Se fue a su casa corriendo e hizo su primera tipografía «que se llamaba Cortada; muchos años después la redibujé y se llamó Cortada Dos» (*rie*).

Los viernes se reunían en el estudio de Barjau, hablaban de tipos y comían *pizza*. Empezaron a desarrollar sus propias tipos. Irreverentes, mediterráneas, con conexiones con la ilustración y el cómic... Y apareció Max Kisman. Un diseñador holandés, que vivía en Barcelona, y había coincidido con Urós en algunas *jams* musicales donde ambos tocaban. Kisman, con contactos en FontShop en Berlín, les comentó que sus tipografías podían interesarles. Les presentó y así fue, les quisieron distribuir.

Type-Ø-Tones era hasta entonces un *bobby*. «Entramos en el mundo de diseñar tipografías para que otros las usasen, empezamos a convertirnos en una distribuidora, también, de nuestras propias tipos e invitamos a algunos amigos a que hicieran las suyas. Y ahí tenemos tipografías de Peret (Pere Torrent), de Mariscal... de muchos ilustradores».

De cómo los Países Bajos le cambió la vida

Pero 1992 también tuvo su otra cara. Acabaron las Olimpiadas y se quedó sin trabajo en Bassat, Ogilvy & Mather. «Busqué trabajo y lo encontré con Pati Núñez, una de las diseñadoras más



«Lo que más me gusta cuando diseño una tipografía es el dibujo; cuando estoy dibujando. Me considero una artesana de la tipografía digital, porque mis procesos son lentos, hay mucha reflexión propia en la forma. Entonces lo que más disfruto es cuando estoy definiendo esos caracteres base y cómo eso realmente refleja lo que quiero a nivel de atributos, esa parte del dibujo».



TOUS TYPEFACE
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
 TUVWXYZÆƆƎƁÐǾ
 0123456789
 !”#%&()^\|{}*.,:;¿?!@§
 <>¶%N°€\$¢£¥ƒ



relevantes del país ya entonces y que años después conseguiría el Premio Nacional de Diseño». Laura fue su ayudante durante dos años. «Trabajaba con ella media jornada y, en paralelo me monté un estudio, Cosmic, con Juan Dávila».

En Cosmic hacían identidades, proyectos de diseño editorial... «un poco de todo; en aquella época todos hacíamos un poco de todo, no había tanta especialidad como ahora. Sí que existían algunos estudios especializados, pero, en general, los más pequeñitos, los que arrancábamos, hacíamos de todo, lo que tocase». El ritmo de trabajo era intensísimo y la tipografía se convirtió en su vía de escape. «Igual que hay gente que cuida bon-sáis (*rie*) yo desarrollé una pasión por la tipografía; diseñar alfabetos era como una salida al frenético día a día».

Poco a poco lo que era un divertimento se convirtió en algo más, el diseño de tipografías empezó a pedirle más tiempo para poder avanzar. «Es una profesión que requiere muchísima dedicación, muchísima disciplina, pero es fantástica». Laura tenía treinta y cuatro años, llevaba trabajando desde muy joven, «pero no sabía si a lo que me dedicaba era realmente lo que quería hacer, necesitaba parar y paré».

En 2003 se fue a estudiar diseño de tipografías a la KABK de La Haya. Gracias a su pequeño catálogo de Type-Ø-Tones fue admitida. «Me cambió la vida. A partir de entonces me dediqué exclusivamente a ello, bueno casi exclusivamente, porque no he dejado nunca de ser diseñadora gráfica, pero me especialicé más en diseño editorial, en tipografía».

En la KABK descubrió la metodología del profesor Gerrit Noordzij «en la que se postula la idea de que en cualquier alfabeto subyace un alma caligráfica, una estructura caligráfica». En los Países Bajos practica caligrafía por primera vez y es un descubrimiento total «porque a partir de la caligrafía, cuando tú escribes, entiendes la estructura de las letras, el contraste, el ritmo, el lleno, el vacío, la forma, la contraforma. Cuando practicas caligrafía durante horas y horas interiorizas la

forma de las letras. Y eso es vital, porque luego hay que hacer la traslación de la caligrafía a la tipografía».

De trabajos *freelance*, premios, estilo y “hamburgefontsiv”

Regresa a Barcelona en 2004 y se convierte en *freelance*. «Empiezo a dar clases de tipografía y diseño de tipos; hay como un *boom* en ese momento y necesidad de profesorado. Ahí es donde se configura lo que he venido haciendo hasta hoy: diseño por encargo, diseño para mí y educación. Luego vienen otras cosas, porque hice un par de libros, he hecho exposiciones de mi trabajo... se expande a muchos sitios».

Esa expansión alcanza, también, el reconocimiento a su trabajo. Recientemente ha sido galardonada con un premio Type Directors Club, en la categoría de Type Design, por su tipografía Ella (la que protagoniza el extra de este *Print*). En 2018 recibió un Premio Gràffica, concedidos por la revista del mismo nombre, por abrir un camino en el mundo tipográfico en España. «Abrimos un camino sin ser conscientes, Type-Ø-Tones fue la primera fundición digital del país que distribuyó sus tipos comercialmente. Y así yo me convertí en una de las primeras mujeres diseñadoras de tipos digitales. Ahora ya somos muchas, eso sí, menos que en otros países. Nunca he hecho bandera de eso, pero con el tiempo te das cuenta que lo has sido y tampoco hay que negarlo».

Con el tiempo también te das cuenta, y tampoco hay que negarlo, que hay determinados rasgos que marcan un trabajo, una trayectoria. Estilo lo llaman. «Hay una cierta alegría, como una energía, un “tengo personalidad, quiero que me mires”. Pero tampoco soy consciente de eso. Trabajo de una manera muy intuitiva. Cuando alguien dice que una tipografía es muy yo, creo que es por el estilo de dibujo que hago, los trazos de las letras casi nunca están rectos, hay un *swing*. Dotar de energía y de vitalidad las letras creo que sí que podría ser algo que la gente reconoce. Más que estilo es maneras de ver, puntos de vista.



SU PRIMERA VEZ. Mi primera conexión con una imprenta fue, claro, a través de la de mi padre y mi tío. La imprenta era como una extensión de nuestra casa, porque era donde mi padre se pasaba más horas. Me encantaban y me encantan el olor a tinta, los catálogos de papel...

Y la primera vez que fui a una imprenta, profesionalmente hablando, probablemente fue en Barcelona cuando empecé a trabajar de *freelance*. Creo que fue un cartel que imprimí para Sant Andreu Teatre, para el día de Sant Jordi; una cosa muy bizarra, pero que la tengo colgada en mi casa porque me encanta ver lo mal que hice la separación de tintas, que luego quedan superbién, era aquello de decir «ostras, esto no encaja, pero da igual». No recuerdo el nombre de la imprenta pero sí esa responsabilidad de estar allí tirando el color.

«La tipografía está en todas partes y tiene una influencia que va muchísimo más allá de lo que se cree. Las tipografías que usas influyen en cómo leen las personas, y en si el contenido o mensaje les llega o no»

Cuando tienes la capacidad con el oficio de poder transmitir cosas a través de las letras, eso es el estilo».

En el otro extremo estarían las malas tipografías. «Se dice que no hay malas tipografías, cosa de la que discrepo, sino que hay mal uso. Una mala tipografía es aquella que no se lee, que no cumple, por lo tanto, su rol. En clase, a los alumnos también les digo que una mala letra es aquella en la que las curvas no están bien dibujadas, y un mal alfabeto, el que está mal espaciado».

Escuchar a Laura Meseguer es como recibir una *master class* de tipografía. Contagia su pasión y despierta el interés y la curiosidad. Hasta el punto de que en un momento de la charla le propuse convertir parte de esta entrevista en una suerte de curso exprés de diseño de tipografía para no iniciados. Pero necesitaríamos otro número entero para plasmarlo. Sirva el siguiente párrafo como aperitivo de la clase maestra:

«Aunque tienes que diseñar todas las letras, de la “a” a la “z”, mayúsculas y minúsculas, y

números, signos de puntuación..., se empieza con un conjunto de letras que te permite definir, por un lado, la personalidad que tendrá ese alfabeto y, por otro, el tipo de espaciado. Para ello, usamos palabras que llamamos palabras clave, como puede ser “hamburgefontshiv”, que tiene la “h”, la “a”, la “m”. Otra opción es “alpino” en la que puedes ver cómo es la ascendente de la “l” y la descendente de la “p”. Una tercera sería “adhesion”. La idea es diseñar previamente una serie de letras que te permiten, por un lado, valorar cuál va a ser el estilo y, por otro lado, la mancha, el color. Con esas pocas letras puedes componer palabras que no tienen ningún sentido, pero que son como muy *random* y permiten definir proporciones o ver el color tipográfico, que es muy importante también».

Rumba, Sisters, Adelita, Guapa, Lalola, Magasin... son algunos de los fascinantes nombres con que Laura bautiza sus tipografías. «Para mí las tipografías son femeninas». ¿Y hay algo creativo en su diseño? «Absolutamente, aunque dependiendo de cada circunstancia». ¿Y artístico? «Eso es mucho decir». ❧

Laura en el estudio de la diseñadora Pati Núñez en el barrio de Gràcia, en el que pasa parte de su jornada de trabajo.





Guapa, Sisters, Cortada, Lola, Brushland, Multi, Qandus Latin, Frankie, Magasin, Rumba, Ella... Son solo algunas de las tipografías que ha diseñado Laura, cada una con su personalidad y que reflejan su habilidad para crear letras únicas y a la vez funcionales.

Ella, su última tipografía, es la coprotagonista de este número, gracias al extra que lo acompaña. Un espécimen diseñado por Laura con la colaboración de Gerard Joan, y que hemos producido en formato A2 con dos tintas flúor sobre papel Fedrigoni Arena Ivory de 80 g.

El espécimen saca todo el jugo a esta familia tipográfica estencil, formada por cuatro estilos (Roman, Uncial, Rustic y Brutalist) en dos pesos (Regular y Bold) con un toque caligráfico.

¿Y cómo es Ella?

Parafraseando a José Luis Perales... Ella comparte los principios lógicos de construcción de letras con la caligrafía, pero lo hace bajo un enfoque tipográfico. Los estilos Roman, Uncial y Rustic tienen distintas mayúsculas que reflejan la evolución de la escritura romana. Comparten un único conjunto de minúsculas que unifica las características de los tres estilos.

El cuarto estilo de Ella, Brutalist, explora el siguiente nivel de plasticidad y lleva la expresión caligráfica a los límites de la construcción.

Una tipografía que muestra cómo los modelos caligráficos clásicos pueden adaptarse a fuentes de estilo estencil y funcionar como un tipo de letra digital contemporáneo.

Es, además, una tipografía que está dando muchas alegrías a Laura, puesto que, coincidiendo con la preparación de este número, resultó ganadora del TDC 2023 y obtuvo un Certificado de Excelencia Tipográfica. 🏆

¡Bravo por Ella!





El cliente

This Project Works, 'boutique creativa' con enfoque multidisciplinar

This Project Works es una 'boutique creativa' que se distingue por su enfoque multidisciplinar y su capacidad para llevar sus proyectos más allá de los límites convencionales.

Desde su inicio en 2014, cada miembro del equipo provenía de un trasfondo profesional diferente, lo que les ha permitido aportar perspectivas diversas a su trabajo. Con experiencia en diseño, dirección de arte, moda, cosmética, diseño estratégico y entornos digitales, han logrado desarrollar una visión holística de los proyectos en los que participan.

La creatividad y la pasión por los nuevos modelos artísticos y culturales llevaron a This Project Works a lanzar

Art.Army hace un par de años, aprovechando la creciente popularidad de los NFT. Han sido capaces de transformar cada proyecto en una realidad digital, ya sea diseñando colecciones de moda, *packaging* para alimentos o productos completamente digitales. Su equipo de cinco personas, con miembros en Valencia, Madrid y Barcelona, colabora en proyectos globales que requieren una sensibilidad cultural única.

Un aspecto clave de su éxito es la diversidad de habilidades dentro del equipo. Cada miembro ha desarrollado destrezas en edición de vídeo, desarrollo web, fotografía, *motion graphics* e ilustración, lo que les permite abordar proyectos de manera integral.

Se incorporan completamente en la estructura de cada encargo, lo que les ayuda a sumergirse en la cultura y la escala de cada proyecto. Un ejemplo notable es su último trabajo con Impresum: Sustentable, una guía de restaurantes sostenibles de la Comunidad Valenciana.

La dedicación, adaptabilidad y pasión de This Project Works por sumergirse en la cultura de cada proyecto los convierte en un cliente con el que siempre conseguimos resultados fascinantes. ✈ thisprojectworks.com



TIPIR

Print es una iniciativa de Impresum.
Diseño y edición: estiu.
Colaboran: Rafa Rodríguez y María Mira.
Corrección de textos: Marta Salvador.

De este nº13 de *Print* se han impreso 2.500 ejemplares con
papel Fedrigoni Arena White Rough 120 g.
El sobre con el envío de este número se ha realizado
en impresión digital con dato variable.



Tipografía: Graveur de Juanjo López para texto general y elementos complementarios.
Tipografía invitada en titulares: Magasin de Laura Meseguer.

Puedes suscribirte en www.impresum.es/print

Escríbenos al *e-mail* dani@impresum.es (Dani Matoses)
si tienes un proyecto interesante para imprimir.

IMPRESUM

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