

¿COMO LA TIPOGRAFÍA SE TRANSFORMÓ  
EN COMPONENTE VISUAL EN LA DÉCADA DE LOS 60S y 70S EN EE.UU?

LAURA ROLDÁN  
YURLEY CUERVO



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA  
**PASCUAL BRAVO**®

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO  
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO  
PROFESIONAL EN DISEÑO GRÁFICO  
MEDELLÍN  
2023

La tipografía como componente visual entre 1960 y 1970 en EE.UU.

Laura Roldán  
Yurley Cuervo

Asesor:  
**Sebastián Castaño Zuluaga**  
**Diseñador Industrial**

Institución Universitaria Pascual Bravo  
Facultad de Producción y Diseño  
Profesional en Diseño Gráfico  
Medellín  
2023

**TABLA DE CONTENIDO**

<b>1. Introducción</b>	<b>8</b>
<b>2. El problema</b>	<b>10</b>
2.1 Identificación del Problema	10
2.2 Planteamiento del Problema	12
2.3 Formulación del Problema	12
<b>3. Justificación</b>	<b>13</b>
<b>4. Objetivos</b>	<b>15</b>
4.1 Objetivo General	15
4.2 Objetivos específicos	15
<b>5. Marco de Referencia</b>	<b>16</b>
5.1 Marco Contextual	16
5.2 Marco Conceptual	17
5.3 Marco Teórico	19
<b>6. Metodología</b>	<b>23</b>
6.1 Cronograma de actividades	
24	
<b>7. Resultados</b>	<b>25</b>
7.1 Tipografía, semiótica y lenguaje visual	25
7.2 Componentes visuales generadores de significación...	27
7.3 Análisis de los elementos significativos	32
<b>Recomendaciones</b>	<b>43</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>44</b>
<b>Referencias</b>	<b>46</b>



**LISTA DE TABLAS**

Tabla 1. Ficha de referentes.....p22  
Tabla 2. Cronograma de actividades.....p24

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas *pág. 11*

Figura 2. Mapa mental *pág. 17*

Figura 3. Cartel de la película *Psycho* *pág. 29*

Figura 4. Poster *pág. 36*

Figura 5. Portada de *Odessey and Oracle* *pág. 39*

## GLOSARIO

**Código:** conjunto de signos producto del convencionalismo que permite transmitir las ideas y experiencias.

**Comunicación visual:** transmisión de mensajes, información o ideas mediante la utilización de elementos visuales.

**Tipografía:** arte y tecnología para ordenar letras o signos de forma que posibilite la enseñanza y conocimiento.

**Semiótica:** ciencia cuyo objetivo de estudio son los signos, donde se analiza la presencia de éstos en diversos contextos principalmente en la sociedad.

**Símbolos:** manifestación que por asociación social es representación de una idea, pensamiento o condición específica.

**Percepción:** instrumento personal dónde se interpreta la sensación que ingresan a través de los sentidos los cuales forman una impresión sobre un elemento determinado.

**Connotación:** hace referencia a la intención que emplea el lenguaje en un sentido figurado, se trata de un mensaje subjetivo que puede ser interpretado de diversas maneras.

**Concepto:** construcción abstracta de un objeto, imagen, proyecto que media entre el signo lingüístico y el significado.

**Signos:** imagen u objeto visual que representa al objeto de interés concreta e identificable mente en el mundo social y cultural.

**Denotación:** término que indica el significado formal y objetivo que se encuentra en la muestra.

**Contexto:** conjunto de ciertas circunstancias que se forman en torno a una situación que permite determinar un significado para su correcta interpretación.

**Signo:** evento recortado del proceso semiótico que funciona por oposiciones y diferencias.

**Significante:** sujeto que significa un evento semiótico.

**Significado:** efecto de significación de un evento semiótico en el sujeto significante tanto el enunciante como el intérprete.

**Subjetividad:** Condición de todo ser vivo y de su capacidad de percepción.

**Semántica:** Parte de la lingüística que estudia el significado de las expresiones lingüísticas.

**Semiosis:** procesos de intercambio de significación y significancia.

**Semiótica:** estudio de los procesos de semiosis.

**Eje:** tema predominante en un escrito o discurso.

**Sans-serif:** aquel en el que cada carácter carece de las pequeñas terminaciones llamadas remates, gracias o serifas.

**Contracultura:** movimiento social que rechaza los valores, modos de vida y cultura dominantes.



## 1. INTRODUCCIÓN

En el campo del diseño gráfico, la tipografía desempeña un papel fundamental como recurso gráfico en la creación de piezas visuales. Más allá de su función de transmitir información escrita, la tipografía tiene la capacidad de generar interpretaciones visuales a través de sus formas, texturas y colores. Estos elementos visuales no solo comunican un mensaje, sino que también revelan diversos aspectos sociales y culturales de una determinada comunidad, cultura o contexto de tiempo. La tipografía, al igual que otros elementos visuales, posee un lenguaje propio. Cada tipo de letra tiene su propia personalidad y estilo, y su elección cuidadosa puede transmitir emociones, evocar sensaciones y establecer una conexión con el espectador. Las formas y estilos de las letras pueden reflejar características de una época o movimiento artístico, transmitiendo su estética y sus valores.

Este proyecto busca exponer el valor representativo de la tipografía como discurso narrativo en determinadas piezas gráficas (pósters) pertenecientes a los años 60's y 70's, un periodo de tiempo, que, por sus acontecimientos, despertaron un estallido social que abrió las puertas a nuevas formas de expresión visual. Estas dos décadas fueron testigos de una serie de acontecimientos sociales y culturales que provocaron una rebelión social y abrieron las puertas a nuevas formas de expresión visual. En este contexto histórico, los pósters se convirtieron en un medio de comunicación y protesta utilizado por diferentes movimientos sociales y culturales. La tipografía desempeñó un papel protagónico en estas manifestaciones visuales, ya que era a través de las letras

y las palabras que se transmitían los mensajes, ideologías y emociones de aquellos tiempos turbulentos. La elección de la tipografía adecuada era crucial para capturar la esencia de los movimientos y lograr que el mensaje llegara de manera clara y contundente al espectador.

La problemática que aqueja a la investigación es cómo la tipografía, a manera de recurso gráfico, es generador y significativo desde su imagen visual, realizando una exploración a través de la semiótica, como herramienta que aporta sentido a partir de la interpretación; los resultados de este proyecto proporcionarán información valiosa para el diseño gráfico y la eficacia de la comunicación visual en diversos formatos gráficos.

El objetivo general del proyecto, se resume en demostrar la importancia de la tipografía en la comunicación visual, comprendiendo este proyecto desde su enfoque de investigación cualitativa, en donde se describe las características o rasgos subyacentes al problema, en donde, según su finalidad, da como resultado una investigación cualitativa que contribuye a la construcción del conocimiento en relación con el tema abordado, por medio de la recolección y documentación de material; como fuente primaria se tomará como principal recurso las piezas gráficas seleccionadas de los años 60s y 70s de EE.UU; la fuente secundaria consta del análisis documental de libros, tesis y documentos académicos que nutran los conocimientos para el estudio objeto de esta investigación.

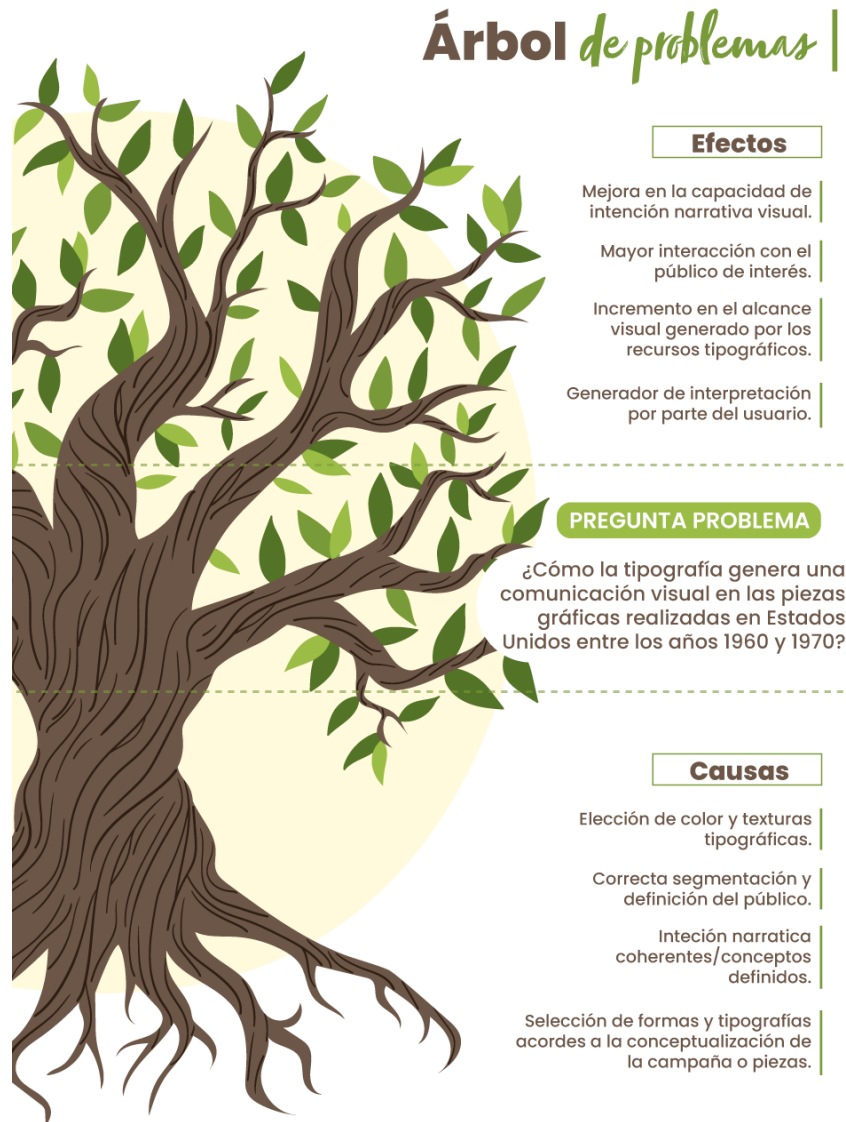
## **2. EL PROBLEMA**

### **2.1. Identificación del problema**

En los años sesentas, Estados Unidos experimentó uno de los periodos más controversiales para su sociedad, para estos años, los estadounidenses se vieron permeados por los nuevos actores políticos, los cuales generarían un cambio abismal para la comunidad. Entre uno de estos cambios, destacan los movimientos sociales, teniendo como protagonistas a la población afroamericana, las organizaciones pacifistas y estudiantiles, dando paso a un cambio revolucionario en la industria gráfica y las comunicaciones, en donde se buscaba llegar al joven, incitar, seducir y hablar su propio lenguaje. A partir de lo anterior, los colores, formas y texturas comunicacionales se vieron envueltos en la sociedad como un movimiento propio (Cultura Hippie), en la cual su narrativa se convirtió en algo netamente visual, la tipografía, además de aplicar su carácter comunicativo primario, se volvió un significante por su parte visual.

**Figura 1**

*Árbol de problemas*



*Nota:* Esta figura muestra el árbol de problemas del proyecto con sus causas y efectos. *Fuente:* Autoría propia.

## **2.2. Planteamiento del problema**

Los diseñadores gráficos, parecen obviar la capacidad representativa y comunicacional de la tipografía en una pieza gráfica, sea poster, video u otro formato que muestre grafismos. Convirtiendo esta en un símbolo plano, carente de significación que solo busca una estética común, generalizando su uso a uno meramente textual, dejando de lado el alcance de significante que posee, desde un carácter de tamaño, grosor, colores formas y texturas; son estas características, entre otras, las que cargan un carácter semántico, capaz de comunicar una idea y llegar de forma más directa, y es que visualmente es tan rica en contenido, que se convierte en un soporte para la comunicación asertiva; donde a partir, de las piezas gráficas seleccionadas de los años 1670 y 1970 en EE.UU, se realizará un análisis que resignifique la importancia de la tipografía, lo que finalmente hace referencia sobre aquello que puede transmitir, provocando una serie de emociones que evocan un significado en específico.

## **2.3 Formulación del problema**

¿Cómo la tipografía genera una comunicación visual en las piezas gráficas realizadas en Estados Unidos entre los años 1960 y 1970?

### 3. JUSTIFICACIÓN

En esta investigación es preciso indagar acerca de la tipografía, la cual tiene una gran carga de información simbólica, que se ocupa de la estructura y organización en el lenguaje visual, dado que estos determinan ciertos aspectos que son variables en un contexto cultural donde hay símbolos, colores, gestos y actitudes que permutan en cada cultura.

La importancia de este trabajo radica en que permitirá conocer cómo mediante el uso tipográfico, se puede generar una interpretación visual, a partir de su significación y contexto cultural, esto, a través de los componentes semióticos que poseen dichas tipografías.

El presente estudio se delimita en la observación de una serie de piezas gráficas de los años 1960 y 1970 en Estados Unidos. En los años 60 y 70, Estados Unidos experimentó una revolución en varios aspectos, incluyendo el diseño gráfico y la tipografía. Durante esa década, la transformación de la tipografía se convirtió en un elemento visual fundamental que reflejaba y potenciaba los cambios culturales y sociales en curso, es fundamental entender el contexto cultural de los años 60 en Estados Unidos. Durante esa década, hubo movimientos importantes como los derechos civiles, la contracultura, la revolución sexual y la oposición a la guerra de Vietnam. Estos eventos generaron una conciencia social renovada, lo que llevó a los diseñadores a buscar maneras de expresar visualmente la rebeldía, la libertad y la creatividad emergente. Comprendiendo la importancia de dicha época demostraremos cómo el uso de la tipografía genera una interpretación visual, todo esto mediante un análisis de diferentes campos, como el lenguaje visual y la semiótica.

## LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL

Se estudiará para aportar una investigación de valor que ayude a la población interesada, no solo en el campo del diseño, sino a todo aquel que desee expandir sus conocimientos, en la comprensión del uso tipográfico como agente comunicador, proporcionando un análisis, a través de la mirada del investigador, donde se dará cuenta de cómo el uso de la tipografía como elemento visual funciona como significante por medio de sus aspectos semióticos y el contexto cultural en el cual se exponga; dando como resultado, una pieza capaz de exponer una idea o pensamiento a través de su imagen visual.

El resultado de esta investigación busca generar un impacto que enfatice la importancia que se encuentra en la tipografía como medio de comunicación, de esta manera, recobrar el valor que otorga la comunicación visual tipográfica abarcando su función como símbolo, su narrativa textual y su retórica visual.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo General**

Determinar la importancia de la tipografía en la comunicación visual basada en el análisis de los posters de 1960 y 1970 en EE.UU

### **4.2 Objetivos Específicos**

1. Estudiar los conceptos básicos de tipografía, semiótica y lenguaje visual.
2. Identificar los componentes visuales y generadores de significación en las tipografías de los posters de 1960 y 1970 en EE.UU.
3. Analizar los elementos significativos que generan una interpretación visual en los posters de 1960 y 1970 en EE.UU.
4. Concretar cuál es la importancia de la tipografía en la comunicación visual basada en el análisis de los posters de 1960 y 1970 en EE.UU.



## 5. MARCO DE REFERENCIA

### 5.1 Marco contextual

Dentro de lo que cabe destacar acerca del marco contextual que aqueja a este proyecto, es meritorio expresar que se encuentra orientado bajo el objetivo de manifestar el valor de la tipografía dentro de la comunicación visual en base a determinadas piezas gráficas de los años 60's y 70's en Estados Unidos, cuya sociedad se encontraba atravesando diversas transformaciones socioculturales, en donde los medios de comunicación y el sistema económico impulsaron el consumo social, influyendo fuertemente en la vida cotidiana. Esta transformación mutó en el arte y las comunicaciones, las cuales permitieron que la comunidad se expresara y revelara frente a los cambios políticos. Naciendo así, el movimiento hippie, una manifestación contracultural que profesaba el pacifismo, la revolución sexual, el rechazo al status quo capitalista y una resistente preocupación por el medio ambiente, opuesto al consumismo que se presentaba en la época, profesaba una vida simple y desprendida, valorando la expresión artística al máximo mediante expresiones como el rock psicodélico, groove y folk.

Es necesario investigar y profundizar en la historia que compete a estos años con el fin de comprender su evolución, y transformación en el contexto planteado, lo que nos permite llegar a una interpretación fundamentada en la semiótica, donde se ha de estudiar los símbolos, signos y la figura retórica, que se expresan en la tipografía de las piezas gráficas analizadas; dando como

resultado final el análisis de las mismas, haciendo énfasis en la importancia de la tipografía como concepto integrado y como herramienta de diseño.

## 5.2 Marco Conceptual

Los principales conceptos asociados a esta investigación se identificaron con la realización de un mapa mental, el cual se presenta en la figura 2.

**Figura 2**

*Mapa mental*



*Nota:* Esta figura muestra el mapa mental, con los conceptos referentes a la investigación. *Fuente:* Autoría propia.

**Tipografía:** El diseño tipográfico basado en palabras y textos, es quizá la extensión visual más lógica de la deconstrucción y argumentan que cuando el enfoque deconstructivista se aplica al diseño, cada sustrato a través del uso del lenguaje y la imagen es un actor intencionado de un juego deliberadamente lúdico en el que el espectador puede descubrir y experimentar las complejidades ocultas del lenguaje. (Byrne, Whitte, 1990, p. 28).

En concordancia con Byrne, Rubén Fontana define a la tipografía como «... uno de los códigos culturales que utilizamos para comunicarnos, probablemente una de las convenciones más masificadas. Podríamos decir que el alfabeto es uno de los mayores acuerdos entre los hombres de una cultura. Las formas, los colores, los gestos y los sonidos conforman las bases de la comunicación humana y la tipografía, de alguna manera, resume esas formas culturales y las expresa a través de signos gráficos».

Hace énfasis en que la tipografía «... es entonces una convención, en este caso gráfica, que sólo existe en la medida en que existe la cultura que permite interpretar la, que a través de sus formas traduce sonidos y expresiones, que también estos deben ser conocidos e interpretados por el lector».

**Semiótica:** Según Umberto Eco ‘la semiótica estudia toda la cultura como proceso de comunicación, y tiende a demostrar que bajo los procesos culturales hay sistemas. La dialéctica entre sistema y proceso nos lleva a afirmar la dialéctica entre código y mensaje’. Eco piensa que ‘para comprender mejor muchos de los problemas que aún nos preocupan, es necesario volver a analizar los contextos en que determinadas categorías surgieron por primera vez’.

**Diseño gráfico:** Para Wucius Wong, el diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor.

### 5.3 Marco teórico

“La tipografía es el arte y técnica de organizar las letras o caracteres de una manera que permita el aprendizaje y el reconocimiento. También implica una disposición y selección cuidadosas del tamaño de los puntos, la longitud de las líneas y el espaciado, tanto en una sola línea como en toda la página.” (Santos, 2023) Para iniciar, como compete, es necesario comprender qué es la tipografía y de manera concisa cómo ha evolucionado hasta la actualidad. “La historia de la tipografía tiene su origen cuando se dispone de la capacidad de creación del papel. Las primeras impresiones, que surgen a partir de bloques de madera tallada, tenían como objetivo la producción de textos a través de la mecanización de tipos móviles.” (Andhell, 2019) a partir del sistema creado por Johannes Gutenberg en 1440, la imprenta, el diseño tipográfico se ha modificado y ha adquirido los movimientos artísticos de cada época que incluye así los cambios tecnológicos.

En 1990 nació el movimiento artístico “Art Nouveau” con formas orgánicas imitando a la naturaleza, haciendo uso de colores pastel principalmente, para este momento la tipografía creada

## LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL

por Otto Eckmann, fue un re-representación de la escritura gótica, durante este tiempo se diseñó Copperplate Gothic de Frederic Gaudí y News Gothic de Morris Fuller Benton. En esta década aparecen nuevos conceptos, la síntesis, técnica o procedimiento en el cual desaparecen partes de las letras y nace el recurso de los ilustradores de incorporar la tipografía como imagen; por lo que la tipografía deja de ser un elemento meramente textual.

En 1920 con el Art Decó, se dejó atrás formas orgánicas y se pasa a las formas geométricas, momento de expresión para la tipografía, con el diseño de Futura aparece el concepto de familia tipográfica y se diseñan muchas variables además de las clásicas "normal" o "regular", "negrita" o "bold", "cursiva" e "itálica". Para los años siguientes con el desarrollo de varios movimientos artísticos y la creación de los ordenadores, dio el principio del progreso hacia la tipografía digital. “Los avances tecnológicos siempre han afectado a la tipografía. Las innovaciones científicas, políticas y sociales de los años sesenta tuvieron un reflejo inmediato sobre el mundo de la tipografía. Sin embargo, lo que provocó realmente un antes y un después fue la aparición de los ordenadores, que cambiaron todo hasta nuestros días” (Andhell, 2019).

De manera general, hemos dado a conocer hechos dentro de la historia de la tipografía que posteriormente se ha de explorar con mayor profundidad. Para proseguir dentro de lo que atañe a esta investigación, es necesario comprender cómo influye la tipografía dentro del diseño gráfico.

Al hablar de diseño gráfico surge la definición de este por parte de Jorge Frascara (2000, p. 123) en su aterrizaje gráfico como: “La actividad de concebir, programar, proyectar, y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a públicos determinados”. En el contexto moderno y en la era del diseño

digital, Bob Gordon (2002) plantea el diseño gráfico como “el producto del intelecto creativo soportado por el uso innovador de sofisticadas herramientas digitales.”

Teniendo en cuenta las definiciones apreciadas durante el recorrido de esta lectura, podemos proseguir en el mundo de los temas que concentran esta investigación, en la cual la semiótica se percibe de gran manera, puesto que es la encargada de otorgar un significado-significancia dentro de la lectura de una tipografía la cual, en el diseño gráfico, se convierte en una imagen completamente visual. Es gracias a esto que podemos encontrar un valor significativo y generar una interpretación a la hora de ver una pieza, en la cual, ya no es necesario en su mayoría, leer tradicionalmente el texto ya que este tiene la capacidad de comunicar meramente desde la visualidad. “Así las cosas, para aprovechar dicha posibilidad, es necesario contar con una orientación semiótica que invite a explorar cómo se da la relación entre significante y significado tipográfico, sin olvidar que el contexto donde se manifiesten determina unos códigos que pueden modificar este último” (Pérez, N. C. 2011). Es por esto que las condiciones bajo las cuales se puede explotar la función semiótica en un mensaje visual —para este caso en la tipografía— pueden darse en diferentes contextos y presentar resultados o usos completamente diversos, pero generados desde las cualidades visuales de cada fuente tipográfica, es decir, desde su forma, su color y su textura. Con relación a esto, Klinkenberg afirma que: “los colores, las formas y las texturas que pueden servir para la representación de las cosas [...] pueden liberarse de esta servidumbre y valer por ellas mismas” (2006: 66).

Estas consideraciones desde un punto de vista semiótico y de diseño, por una parte, fundamentan la idea de qué color, forma y textura se articulan para manifestar la belleza tipográfica y la coherencia con el mensaje lingüístico; y por otra, permiten que el receptor reconozca las letras

## LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL

e identifique la función comunicativa como función principal de la tipografía, sin restar importancia a la función poética o retórica centrada en el aspecto visual, pues es lo que permite que se tengan en cuenta sólidas bases semióticas que permiten ir más allá del carácter lingüístico de la tipografía.

**Tabla 1***Referentes bibliográficos.*

FICHA DE REFERENTES BIBLIOGRAFICOS				
AUTOR/S	TIPO DE DOCUMENTO	REFERENCIA BIBLIOGRAFICA EN APA	UBICACIÓN (Dirección Electrónica Específica)	COLOQUE ACA EL PARRAFO COPIADO QUE LE SERVIRA PARA SU PROYECTO Y LA PAG.
Diego Santos	Artículo web	Santos, Diego. «Qué es una tipografía, para qué sirve y qué tipos existen». Accedido 3 de mayo de 2023.	<a href="https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-tipografia">https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-tipografia</a>	"La tipografía es el arte y técnica de organizar las letras o caracteres de una manera que permita el aprendizaje y el reconocimiento. También implica una disposición y selección cuidadosas del tamaño de los puntos, la longitud de las líneas y el espaciado, tanto en una sola línea como en toda la página."
Andhell	Artículo web	Andhell. (1 de mayo de 2019) Historia de la tipografía. Tipos con Carácter. <a href="https://tiposconcaracter.es/historia-de-la-tipografia/">https://tiposconcaracter.es/historia-de-la-tipografia/</a> .	<a href="https://tiposconcaracter.es/historia-de-la-tipografia/">https://tiposconcaracter.es/historia-de-la-tipografia/</a>	"La historia de la tipografía tiene su origen cuando se dispone de la capacidad de creación del papel. Las primeras impresiones, que surgen a partir de bloques de madera tallada, tenían como objetivo la producción de textos a través de la mecanización de tipos móviles."
Juan Ramón Dávila Urrutia	Trabajo de Grado	Dávila, U. (2015) Fundamentos de diseño gráfico hipermedia. Principios teóricos y aportaciones metodológicas. <a href="https://eprints.uom.es/id/eprint/33359/1/T36461.pdf">https://eprints.uom.es/id/eprint/33359/1/T36461.pdf</a>	<a href="https://eprints.uom.es/id/eprint/33359/1/T36461.pdf">https://eprints.uom.es/id/eprint/33359/1/T36461.pdf</a>	"La actividad de concebir, programar, proyectar, y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a públicos determinados". En el contexto moderno y en la era del diseño digital, Bob Gordon (2002) plantea el diseño gráfico como "el producto del intelecto creativo soportado por el uso innovador de sofisticadas herramientas digitales."
Natalia Carolina Pérez P.	Revista	Peña, Natalia Carolina Pérez. «Significación Plástica de a Tipografía Desde La Mirada de La Semiótica Visual». Accedido 3 de mayo de 2023. <a href="https://www.academia.edu/37837318/Significaci%C3%B3n_pl%C3%A1stica_de_a_tipograf%C3%ADa_desde_la_mirada_de_la_semi%C3%B3tica_visual">https://www.academia.edu/37837318/Significaci%C3%B3n_pl%C3%A1stica_de_a_tipograf%C3%ADa_desde_la_mirada_de_la_semi%C3%B3tica_visual</a> .	<a href="http://vip.ucaldas.edu.co/heces/downloads/Revista7_15.pdf">http://vip.ucaldas.edu.co/heces/downloads/Revista7_15.pdf</a>	"Así las cosas, para aprovechar dicha posibilidad, es necesario contar con una orientación semiótica que invite a explorar cómo se da la relación entre significante y significado tipográfico, sin olvidar que el contexto donde se manifiestan determina unos códigos que pueden modificar este último"
Natalia Carolina Pérez P.	Revista	«Semiótica digital en redes digitales sucesos   Resúmenes de Tipografía   Docsty». Accedido 3 de mayo de 2023. <a href="https://www.docsty.com/es/semiota-digital-en-redes-digitales-sucess-s-38094812/">https://www.docsty.com/es/semiota-digital-en-redes-digitales-sucess-s-38094812/</a> .	<a href="https://www.docsty.com/es/semiota-digital-en-redes-digitales-sucess-s-38094812/">https://www.docsty.com/es/semiota-digital-en-redes-digitales-sucess-s-38094812/</a>	"los colores, las formas y las texturas que pueden servir para la representación de las cosas [...] pueden liberarse de esta servidumbre y valer por ellas mismas"

*Nota:* Esta ficha refleja algunos referentes bibliográficos utilizados en la investigación.. *Fuente:* Autoría propia.

## 6. METODOLOGÍA

## LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL

La metodología de la presente investigación “La tipografía como componente visual entre 1960 y 1970 en EE.UU” es de corte cualitativo, la cual se llevará a cabo en cuatro etapas interconectadas y complementarias. En primer lugar, se realizará una revisión bibliográfica de libros, artículos, documentos y ensayos para comprender los conceptos fundamentales de tipografía, semiótica y lenguaje visual, lo que permitirá establecer una base teórica sólida. Posteriormente, se procederá a una fase de análisis visual de los posters de la década de 1960 y 1970 en EE.UU., donde se identificarán los componentes visuales y generadores de significación presentes en dichas tipografías, a través de un análisis documental, consultando diferentes fuentes bibliográficas y autores que se relacionen con los temas aquí tratados. Esta etapa será seguida por un análisis semántico y semiótico para examinar cómo estos elementos visuales influyen en la interpretación del espectador, tales como: los colores, esto se refiere a la paleta cromática utilizada en los pósters que se han de analizar. Los colores pueden evocar emociones, transmitir mensajes y establecer conexiones con el contexto cultural de la época. Por ejemplo, ciertos colores pueden estar asociados con movimientos artísticos o políticos de ese periodo. La diagramación: Se refiere a la disposición y organización de los elementos visuales en el poster. Esto incluye la distribución de texto, imágenes y espacios en blanco. La diagramación puede influir en cómo el espectador percibe y comprende la información presentada. El contexto cultural en el cual se desarrolló la pieza hace referencia al entorno sociocultural y político en el que fueron creados los posters. Este contexto puede tener un impacto significativo en la forma en que se diseñaron y percibieron las obras. Por ejemplo, eventos históricos, movimientos sociales o tendencias culturales pueden haber influido en las decisiones de diseño. En resumen, en esta etapa de la investigación se analiza cómo los colores, la diagramación y el contexto cultural, especialmente el de la época posguerra,



## LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL

contribuyeron a la creación y recepción de los posters de las décadas de 1960 y 1970 en EE.UU.

Estos elementos son fundamentales para comprender la influencia y relevancia de la tipografía en la comunicación visual de ese periodo histórico y cultural específico.. el contexto cultural en el cual se desarrolló la pieza. Finalmente, se realizará una síntesis de los hallazgos para determinar la relevancia y la influencia de la tipografía en la comunicación visual, específicamente a través del estudio de los posters de las décadas mencionadas en EE.UU. Este enfoque metodológico integral permitirá alcanzar los objetivos planteados y proporcionar una comprensión detallada de la importancia de la tipografía en la comunicación visual en el contexto histórico y cultural específico.

## 6.1 Cronograma de actividades

**Tabla 2.**

*Cronograma de actividades.*

ACTIVIDADES A REALIZAR ( colocar acá los objetivos específicos del proyecto)		RESPONSABLE(S)		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE					
				SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	
1. Documentar los conceptos básicos de estética, semiótica y lenguaje visual.	Laura Roldán	x	x	x																	
2. Identificar los componentes visuales y generadores de significación en las tipografías de los posters de 1960 y 1970 en EE.UU.	Yurley Cuervo			x	x	x	x														
3. Analizar los elementos significativos que generan una interpretación visual en los posters de 1960 y 1970 en EE.UU.	Laura Roldán									x	x	x	x								
4. Concretar cuál es la importancia de la tipografía en la comunicación visual basada en el análisis de los posters de 1960 y 1970 en EE.UU.	Yurley Cuervo																				

## 7. RESULTADOS

## 7.1 Tipografía, semiótica y lenguaje visual

En concordancia con Byrne, Rubén Fontana «... es entonces una convención, en este caso gráfica, que sólo existe en la medida en que existe la cultura que permite interpretarla, que a través de sus formas traduce sonidos y expresiones, que también estos deben ser conocidos e interpretados por el lector». Abriendo camino con esta cita, podemos hallar la similitud en cuanto a definición de la semiótica y la tipografía; alejándonos del conjunto de formas simples y partiendo de la construcción cultural para la explicación de estas, pues cierto es que estas a su vez forman un único significado. Umberto Eco plantea que la semiótica aborda el estudio de la cultura como un proceso de comunicación y busca demostrar que detrás de los procesos culturales existen sistemas. La interacción entre sistema y proceso nos conduce a reconocer la relación dialéctica entre código y mensaje. La tipografía y la semiótica están estrechamente relacionadas a través del proceso del lenguaje visual. La semiótica como el estudio de los signos y sus significados, y la tipografía de representar esos signos gráficamente. Tanto la tipografía como la semiótica están influenciadas por el contexto cultural y social en el que se utilizan; determinadas fuentes tipográficas pueden evocar ciertos estilos o épocas, y este contexto cultural afecta cómo se percibe el mensaje.

Partiendo de esta premisa, podemos ligar ambos significados en una aparente relación intrínseca, pues no puede existir el uno sin el otro. La necesidad de la representación gráfica a su vez, del entendimiento del símbolo gráfico, que no se queda únicamente en la relación entre símbolo primario sino, que permite cambiar su connotación a través del campo visual (Colores, formas y texturas) es allí donde entra en juego la connotación del lenguaje visual como propiedad detonante para cambiar el significado de un juego de símbolos. La interpretación de la tipografía

implica activar diversas competencias y códigos que representan lenguajes codificados de variada índole. La tipografía constituye una entidad en la que es difícil distinguir cohesiones de códigos específicos, ya que, de manera análoga da lugar a la polisemia o las múltiples interpretaciones. El lenguaje visual resulta altamente funcional para designar y expresar lo tangible del mundo visible, accediendo a la expresión del pensamiento abstracto mediante alegorías de distintos tipos.

La fusión de estos tres significantes genera un acertijo entendido por la cultura de la cual nace, por un ejemplo simple, cada cultura tiene un entendimiento distinto a determinado color, forma o textura, de allí parte que la tipografía pueda jugar de forma visual con el espectador, pues está cargada de diferentes significantes que cuando se aplica el enfoque deconstructivista al diseño, cada elemento a través del uso del lenguaje y la imagen se convierte en un participante intencionado en un juego deliberadamente lúdico, en el cual el espectador puede descubrir y experimentar las complejidades ocultas del lenguaje (Byrne, Whitte, 1990, p. 28).

Entender los conceptos de tipografía, semiótica y lenguaje visual es fundamental para el proyecto en cuestión, dado que la tipografía, como elemento central de la comunicación visual, va más allá de representar palabras, ya que tiene el poder de moldear la percepción y el impacto de un mensaje. Por otro lado, la semiótica nos proporciona las herramientas necesarias para interpretar los signos y símbolos presentes en la tipografía, revelando significados y connotaciones culturales que enriquecen la comprensión de los carteles de esa época. El lenguaje visual establece el marco conceptual para analizar la interacción entre los elementos visuales y su capacidad para transmitir mensajes complejos y persuasivos. Estos tres conceptos en conjunto nos permiten comprender el papel crucial que la tipografía desempeña en la comunicación visual de los años 1960 y 1970 en

EE.UU., brindando una perspectiva enriquecedora y contextualizada sobre el impacto cultural y social de esta forma de expresión artística.

## **7.2 Componentes visuales generadores de significación en las tipografías de los posters de 1960 y 1970 en EE.UU.**

En los años 1960 y 1970, los posters en Estados Unidos se convirtieron en una forma de expresión artística y comunicación visual distintiva. Estos posters no solo transmitían mensajes, sino que también utilizaban componentes visuales y generadores de significación en sus tipografías para captar la atención del espectador y reflejar el espíritu de la época.

“Malalana (2002) en la obra Teoría y práctica de la documentación informativa, «el cartel es el tipo de imagen publicitaria más complicada a la hora de realizar la catalogación y el análisis» (Galdón, 2002, p. 104).” Tabuenca et al. (2020)

Para el análisis de un póster es importante primeramente verificar y estudiar los datos de referencia del póster en cuestión, tales como: a quién corresponde la autoría del póster, fecha de lanzamiento con el fin de ubicarlo en el contexto temporal y aspectos formales como el formato (vertical, horizontal u otro) y dimensiones métricas (ancho por alto). Posteriormente se ha de realizar un análisis de contenido en el que se apuntan los aspectos que conforman el cartel,

relacionados éstos con variables como: la disposición en función de la trayectoria de la lectura, el empleo de la técnica de la fotografía o el dibujo, la aparición de personas, animales u objetos; así como la acción que realizan o la situación que ocupan. Se señala también, dónde y cómo se usa el color, tanto como fondo o en el texto; así como los detalles de la carga textual y su ubicación.. (Tabuenca et al, 2020, p. 272).

Finalmente se estudia el póster desde un análisis connotativo, ya que «aunque para el caso de la publicidad entramos en un mundo repleto de subjetividad, tanto desde el punto de vista del creativo como del receptor de la comunicación, es bueno entrar en la interpretación del cartel y del mensaje persuasivo» (Galdón, 2002, p. 105).

Adentrándonos en el análisis de contenido, uno de los aspectos más destacados de los posters de esta época era el uso audaz y llamativo de la tipografía. Las letras se presentaban en estilos tipográficos distintivos, como la sans-serif, la condensada y la decorativa, creando un impacto visual único. Además, las tipografías eran de gran tamaño y peso, ocupando un lugar central en el diseño del poster. Este enfoque ayudaba a transmitir mensajes de manera impactante y a capturar la atención del espectador.

En los posters, la fuente tipográfica juega un papel fundamental como componente visual y generador de significación. La elección de una fuente específica puede transmitir diferentes emociones, estilos y mensajes al espectador. Una fuente en negrita y de aspecto retro puede evocar un sentido de nostalgia y vintage, mientras que una fuente delicada y elegante puede comunicar sofisticación y refinamiento. “La tipografía define el estilo de una composición y da peso a una marca, depende del tipo de letra se transmite elegancia, autoridad, firmeza, autosuficiencia y

osadía. Por todos estos detalles la tipografía es el alma de una composición visual” (Moreno, 2019, p. 37) La fuente utilizada en un póster puede ser un elemento visual distintivo que refuerza el mensaje y crea una identidad visual única. En resumen, la fuente tipográfica es un componente esencial en los posters, ya que no solo aporta legibilidad, sino que también contribuye a la estética y al significado visual del diseño. La forma de la tipografía también puede ser un generador de significado, ya sea a través de formas orgánicas y suaves, o formas geométricas y angulares, que pueden comunicar diferentes sensaciones y conceptos. Además, el espaciado entre las letras y las palabras (tanto el espaciado entre caracteres como el espaciado entre líneas) contribuye a la legibilidad y al impacto visual. Un espaciado ajustado puede crear una apariencia compacta y pesada, mientras que un espaciado amplio puede transmitir una sensación de calma y claridad. En conjunto, el estilo, la forma y el espaciado de la tipografía en los posters son elementos visuales poderosos que generan significado y ayudan a comunicar la estética, el tono y el mensaje del diseño de manera efectiva.

El tamaño, posición (Jerarquía visual) son componentes visuales clave en la creación de significado en los posters. El tamaño de la tipografía puede transmitir jerarquía y énfasis, destacando palabras o frases importantes en el diseño. Un tamaño grande puede captar la atención del espectador y comunicar un mensaje principal de manera impactante. Por otro lado, un tamaño más pequeño puede utilizarse para detalles o información secundaria. La posición de la tipografía en el póster también desempeña un papel crucial. La ubicación central y prominente de la tipografía principal puede indicar importancia y ser el punto focal del diseño, además, la disposición asimétrica o el uso de capas pueden crear dinamismo y flujo visual en el diseño; en definitiva, el tamaño y la posición de la tipografía en los posters son elementos visuales que contribuyen a la

jerarquía, el énfasis y la organización del mensaje, generando significación y atrayendo la atención del espectador de manera efectiva. La composición y disposición de las letras también desempeñaban un papel crucial en la creación de significado visual. Las letras se superponían en los pósters de las décadas de los 60s y 70s, se alineaban de forma asimétrica y se variaba el tamaño para generar un equilibrio visual y un interés estético. Esta disposición, cuidadosamente diseñada, no solo ayudaba a transmitir el mensaje de manera efectiva sino que también contribuía a la estética general del poster.

El color es un componente visual crucial y un generador significativo en los posters. El uso del color en la tipografía puede transmitir emociones, crear asociaciones y captar la atención del espectador, por lo mismo, éste genera una atmósfera que completa en gran medida el diseño de un poster. Los colores brillantes y llamativos pueden evocar energía, entusiasmo y alegría, mientras que los tonos más suaves y apagados pueden transmitir tranquilidad, seriedad y elegancia. Además, el color puede utilizarse para establecer una coherencia temática o para resaltar ciertas palabras o frases clave, como lo indica Eva Heller en su estudio sobre la psicología del color:

Ningún color carece de significado. El efecto de cada color está determinado por su contexto, es decir, por la conexión de significados en la cual percibimos el color. El color de una vestimenta se valora de manera diferente que el de una habitación, un alimento o un objeto artístico. El contexto es el criterio para determinar si un color resulta agradable y correcto o falso y carente de gusto. Un color puede aparecer en todos los contextos posibles —en el arte, el vestido, los artículos de consumo, la decoración de una estancia— y despierta sentimientos positivos y negativos. (Heller, 2008, p.28)

El uso de un color contrastante para la tipografía principal puede hacer que destaque y se convierta en el foco de atención del diseño. Además, el color puede ayudar a transmitir la identidad de un concepto o reflejar el tema o el mensaje del poster. En resumen, el color es un componente visual poderoso que genera significado en los posters al transmitir emociones, destacar información importante y establecer una estética coherente.

Además de los conceptos anteriores, los posters de esta época a menudo incluían elementos gráficos complementarios, como ilustraciones, fotografías y patrones. Estos elementos se combinaban con la tipografía para crear una composición visualmente dinámica y transmitir el mensaje de manera eficaz. La interacción entre estos componentes visuales generaba una experiencia visual única, memorable y poderosa.

### **7.3 Análisis de los elementos significativos**





*Figura 3. Cartel de la película Psycho.*

La década de los años 60 en Estados Unidos fue un período de agitación y transformación cultural sin precedentes. En medio de la efervescencia del movimiento por los derechos civiles, la Guerra Fría y la contracultura, la película "Psicosis" de Alfred Hitchcock llegó a las pantallas en 1960, desafiando las convenciones cinematográficas de la época. Este thriller psicológico, audaz y provocador, abordó temas de violencia y trastornos mentales de una manera que desconcertó y cautivó al público. En un contexto donde la sociedad estaba experimentando cambios profundos y buscaba nuevas formas de expresión y libertad, "Psicosis" se convirtió en un punto de inflexión,

desafiando los límites del cine convencional y dejando una huella indeleble en la cultura popular estadounidense. Su impacto perdura hasta el día de hoy como un testimonio del poder del cine para reflejar y cuestionar los valores y normas de una sociedad en evolución. El autor escogido para el diseño de dicho cartel, Saul Bass, se caracteriza por su enfoque innovador, el uso de formas geométricas planas, tipografías llamativas, colores vibrantes, con el uso de tonos puros a la vista, como lo es el negro usado para el fondo del cartel, el azul como un segundo fondo para el texto y el amarillo que se convierte en el centro de atención visual, y metáforas visuales, principalmente en el nombre de la película “Psycho”, esta metáfora visual se aplica por medio de los cortes o rupturas de la palabra, que permiten al espectador deducir el propio significado de esta. Saul Bass diseña el cartel en formato vertical (68 x 104 cm), con un eje de lectura principalmente vertical.

Los elementos textuales que conforman el cartel utiliza una fuente sans-serif gruesa y condensada para el título. Esta elección de tipo de letra es impactante y crea un contraste fuerte con el fondo negro, la tipografía del título en amarillo llamativo y chillón como color de advertencia, en concordancia con Heller “El amarillo reluce como un relámpago. Por eso es el amarillo el color de lo espontáneo, de la impulsividad. El amarillo es más llamativo que el rojo. Junto al oro simboliza el brillo falso y llamativo de lo presuntuoso” Podemos sacar de aquí una idea de porqué la decisión de tomar este color como el principal en el poster, pues, como un ejemplo de señal de tráfico, el uso del amarillo con fondo negro, podemos asociarlo con la advertencia y peligro. Tiene un espaciado muy ajustado, lo que contribuye a la sensación de tensión y suspenso, lo que refuerza la sensación de claustrofobia. Este contraste de colores refuerza la atmósfera inquietante y misteriosa de la película. Para el nombre del director y del estudio se utiliza una fuente más sencilla y elegante, posiblemente una serif moderna. Esto proporciona un equilibrio visual y permite que el

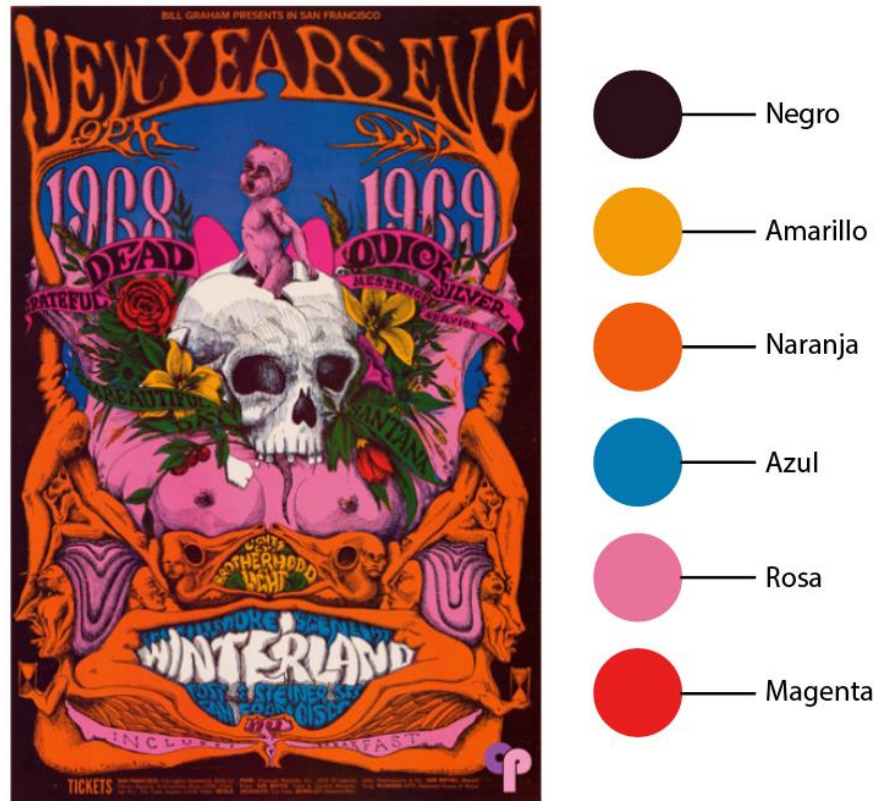
## LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL

título resalte aún más. Las letras son más delgadas y tienen un espaciado más amplio que el título, lo que las hace más legibles y proporciona un contraste con la tipografía del título. El nombre del director y el estudio están en blanco, para Helen en su apartado del blanco, se derivan y se le atribuyen diferentes significados de acuerdo a la cultura, para ese caso específico, podemos optar por dos de sus atribuciones de forma parcial, el blanco como el color del diseño minimalista y el blanco como vacío, pues difícil es situarlo entre ambos, a su vez, el blanco se convierte, en el cartel, se convierte en una forma rápida y menos pesada para la lectura, dejando de lado la intención narrativa por algo más funcional. La tipografía se coloca en la parte inferior del póster, ocupando un espacio significativo, lo que guía la mirada del espectador hacia abajo, creando un sentido de anticipación. El uso de un fondo oscuro (negro) y texto blanco crea un fuerte contraste, evocando una sensación de misterio y suspenso, lo cual es característico del género de thriller y horror. La imagen y la tipografía se complementan de manera efectiva en este póster. La tipografía angular y moderna del título contrasta con la temática clásica y el blanco y negro de la imagen. Esto crea un equilibrio visual y atrae la atención del espectador hacia el título, sin restar importancia a la poderosa imagen central. El uso tipográfico en el póster de "Psycho" es fundamental para establecer la atmósfera y anticipar el tono de la película. La elección de fuentes, colores y diseño está cuidadosamente seleccionada para transmitir la esencia del thriller psicológico de Alfred Hitchcock.

Desde una perspectiva subjetiva, la imagen de la mujer mirando hacia un lado, con un rostro joven y aparentemente inocente, sugiere que está reaccionando a algo que está fuera del cuadro visual, lo que despierta curiosidad al espectador sobre lo que está ocurriendo, este elemento de incertidumbre invita a saber más, en contraposición que por su postura, la ropa que usa da a

## LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL

entender o que está en su casa o en un lugar donde se siente cómoda, por lo que la leve sorpresa que expresa, refleja que algo inusual puede que haya entrado en el espacio donde está. Los personajes con la diferencia de color transmite una inquietud, por saber quienes son, por qué todos tienen pocas prendas de vestir, el título, con la fragmentación en varias partes con un color tan llamativo (amarillo), refleja la metáfora sobre la fractura de la mente, del psyche y así mismo, da la sensación que se trata de una película sobre terror, suspenso o thriller, esta sensación con el uso del color amarillo no podría ser posible sin el uso del color negro del fondo, pues la asociación creada de forma inconsciente con las señales de advertencia (de tránsito por ejemplo) es innata, dejando el mensaje impregnado en el observador desde el uso de estos colores, causando una emoción primaria que muta hacia el cartel y su género.



*Figura 4. Cartel de The cream en royal albert hall winterland grateful dead, quicksilver, messenger service, it's a beautiful day y santana, 1968.*

El lanzamiento del cartel para el concierto de "The Cream en Royal Albert Hall/Winterland" en 1968 tuvo lugar en medio de un contexto cultural de efervescencia y transformación en Estados Unidos. Los años 60 fueron testigos de una revolución social y artística sin precedentes, donde movimientos como el de los derechos civiles, el auge de la contracultura y la explosión del arte psicodélico definieron la época. Las tensiones sociales por la guerra de Vietnam y la lucha por la igualdad de derechos estaban en su apogeo, mientras que la música se convirtió en un poderoso vehículo de expresión y cambio. Bandas emblemáticas como The Cream, Grateful Dead,

Quicksilver Messenger Service, It's a Beautiful Day y Santana encarnaron la rebeldía y la experimentación artística de esta era. El cartel mismo, impregnado de colores vibrantes, con el uso principal de los colores primarios (Azul, amarillo y magenta) que se desplazan a mezclas como el rosa y el naranja, todos estos, con contrastes altos que permiten percibir el color vivo y puro, además de elementos psicodélicos, reflejaría la estética visual de la contracultura, y serviría como un llamado a la unión y la celebración de la libertad creativa que caracterizó a esos tiempos tumultuosos y creativos.

El diseñador que realizó el cartel en cuestión, Lee Conklin, es un renombrado artista y diseñador gráfico conocido por su trabajo icónico en el mundo del rock y la contracultura de los años 60 y 70. Es reconocido por sus intrincadas ilustraciones psicodélicas que capturaron la esencia de la época. Sus diseños a menudo presentan una fusión de formas orgánicas y patrones abstractos, creando composiciones complejas y detalladas. Conklin es especialmente famoso por sus carteles de conciertos, que se han convertido en piezas de colección altamente valoradas. Su estilo distintivo y su habilidad para traducir la energía y la esencia de la música en imágenes visuales lo han convertido en un pionero en el mundo del diseño gráfico relacionado con la música. Sus obras continúan siendo celebradas y su influencia en el diseño gráfico y la cultura visual perdura hasta el día de hoy. El cartel en formato vertical (60.96 x 91.44 cm). El póster sigue una composición simétrica y equilibrada, dividida en varias secciones. Cada banda tiene su propio espacio designado, lo que permite una fácil identificación y lectura de la información. La paleta de colores es vibrante y evoca una sensación de energía y vitalidad. Los tonos cálidos (rosados, naranjas y amarillos) se combinan con tonos más frescos (azules y verdes) para crear un contraste visual interesante y dinámico. Las imágenes de las bandas se presentan en ilustraciones detalladas y

## LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL

psicodélicas. Los gráficos complementan la sensación de la época y la música psicodélica, la información sobre las bandas participantes y las fechas del concierto se presenta en una fuente sans-serif limpia y legible. Esto proporciona un contraste efectivo con la tipografía del título y garantiza que la información sea fácilmente comprensible. El estilo artístico refleja claramente la influencia de la psicodelia y el arte pop de los años 60. Los patrones y diseños abstractos se combinan con elementos naturales y figurativos para crear una estética única. El título "The Cream" utiliza una tipografía manuscrita, con letras fluidas y curvilíneas, las letras están adornadas con patrones y rasgos gráficos que añaden un toque artístico.

El uso audaz de colores vivos y patrones psicodélicos en el diseño del cartel es emblemático, transporta al espectador a los años 60-70s por los tonos brillantes, la interacción de formas y líneas que reflejan el espíritu libre y experimental de esa época. La lista de bandas en el cartel sugiere una colaboración y un sentido de comunidad entre los músicos. Estos conciertos en los que varias bandas compartían el escenario eran eventos importantes para la cultura musical y social de la época. La combinación de colores vibrantes, formas audaces y la disposición dinámica de los elementos sugiere una energía palpable y una atmósfera festiva. El cartel parece transmitir la emoción y la anticipación que rodea al evento. El diseño del cartel es intrincado y requiere una observación detallada para apreciar completamente sus elementos. Hay una riqueza de detalles visuales, desde las figuras estilizadas hasta las formas abstractas y las texturas complejas. El diseño del cartel es una expresión de la libertad creativa y la experimentación que caracterizaron a la década.

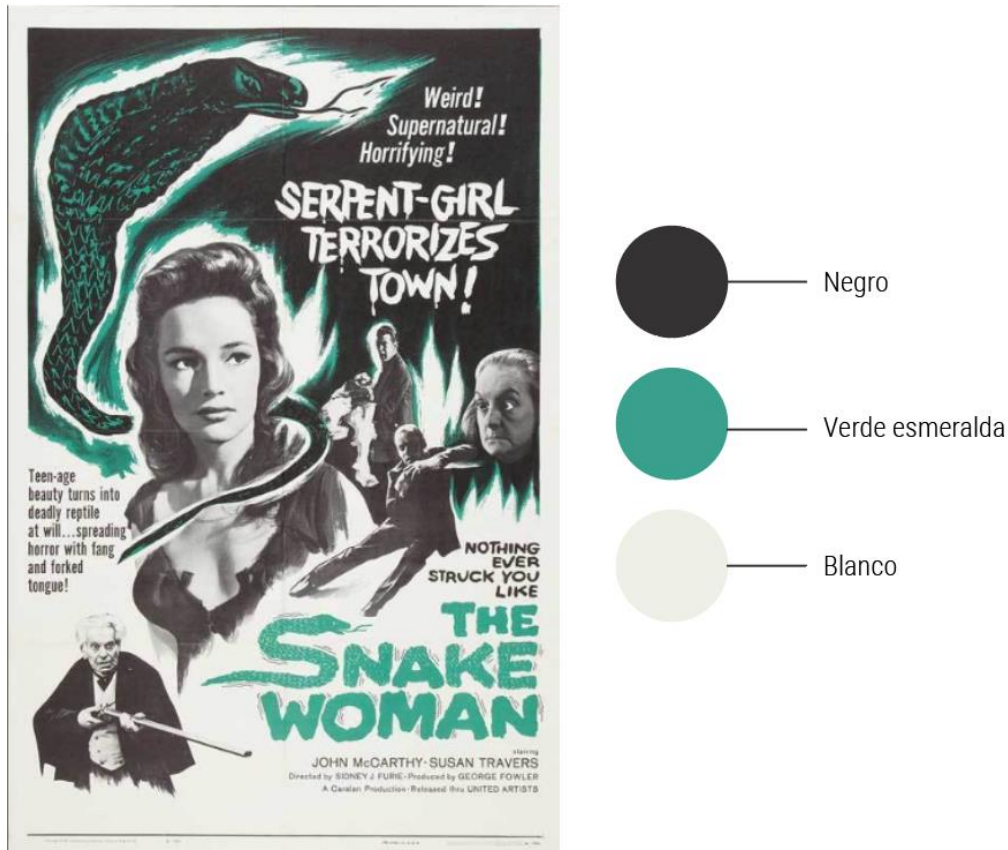


Figura 5. Cartel de la película *The Snake Woman*

Los carteles cinematográficos son una forma de arte y publicidad en sí mismos. Son la primera impresión que los espectadores tienen de una película, y juegan un papel crucial en la promoción y la creación de expectativas en torno a la obra cinematográfica. La tipografía, o el uso de letras y palabras en el cartel, es un elemento esencial de su diseño, y en el caso de "The Snake Woman", esta elección tipográfica juega un papel significativo en la comunicación visual y la creación de una atmósfera que captura la esencia de la película. "The Snake Woman", lanzada en 1961, se ubica en el género de terror y drama, lo que nos proporciona una pista sobre el tipo de



tipografía que se podría esperar en su cartel. En este contexto se convierte en una herramienta fundamental para transmitir elementos temáticos y narrativos de la película.

Si bien la película, no representó un punto de partida ni de revolución contundente, pues no fue bien recibida por la crítica, en términos del diseño del cartelismo sí podemos hablar de modo más a gusto. La elección de la tipografía y colores (en tres tonos: blanco, negro y verde esmeralda) especialmente poderosos permitieron comunicar el género y el tema de la película, revelando el ambiente inquietante y misterioso. La elección de fuentes con un aspecto serpenteante resultaron ser apropiadas para transmitir la presencia de elementos sobrenaturales y el misterio que rodea a la protagonista.

En una película como esta, donde el misterio y el suspenso son fundamentales, la tipografía puede utilizarse para generar anticipación y emoción en el espectador. Un juego de sombras, efectos de iluminación y letras distorsionadas podrían añadir un elemento de inquietud y suspenso, de este modo, añadiendo jerarquía en la tipografía nos permite guiar al espectador en cuanto a la lectura y dirigir la atención hacia elementos clave del cartel, como el título de la película y el nombre de los actores principales. Esto se logra mediante la elección del tamaño, color, posición y estilo de la tipografía.

En el cartel podemos apreciar el juego de tres colores claves, entre ellos el uso del verde, un verde luminoso, que se asemeja mucho al verde del que habla Hellen en su psicología del color como un verde venenoso, ya que para lograr el verde luminoso se mezclaba colorantes con arsénicos, convirtiendo el color en un veneno para quien lo usara. De allí que se parta del verde con la consigna de un color tóxico, a su vez, asemejamos el verde puntual del cartel, con un verde

## LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL

esmeralda lleno de misticismo y sobrenaturalidad. El uso de colores más clásicos y con más funcionalidad respecto a su uso, el blanco y negro, se presta para resaltar el color principal del cartel, funcionando como lienzo para la interpretación. La tipografía usada para el título, se convierte en un componente importante, pues llena de significado el texto debido a su uso de formas que juegan con el objeto de la serpiente, permitiendo al lector hacer una analogía entre el título y lo que ve, a su vez, los créditos al igual que frases atrayentes, permanecen en un color blanco que permite generar funcionalidad de lectura, en cuanto a la frase “Serpent-girl terrorizes town” que aunque no tiene el mismo protagonismo del título, se desarrolla con una tipografía diferente, esta se asemeja a un texto escrito con fluido, permite al espectador asociarlo con la sangre.

En concordancia con Gary Hustwit, en su crítico documental sobre la Helvetica, la tipografía es un carácter gráfico con la capacidad de transmitir emociones, y no solo esto, pasa a ser un vehículo clave para transmitir un mensaje visual. El carácter gráfico otorgado a la tipografía del título, nos permite llevar el mensaje de forma más clara y contundente al espectador, el cual no requerirá más de dos segundos para captar la información, y es que al final, la tipografía se convierte en el centro del poster, marcando de una primera vista la asociación que se pueda obtener a través de la visualidad.

En la década de los 60s, tipografías como "Helvetica" y "Univers" se convirtieron en íconos de esta debido a su apariencia moderna y limpia. Estas fuentes se utilizaron en una amplia variedad de aplicaciones, en su oposición se encontraron los tipos más experimentales que se asociaron a la psicodelia, lo cual dio paso a un estilo de grafismo diferente, que dio mayor libertad a la creatividad del artista para expresar por medio de la tipografía, el lettering hecho a mano también era común.

#### LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL

Esto implicaba la creación de letras a mano con un estilo único y creativo, algo que podemos ver bien reflejado en el cartel analizado, que partió de una forma experimental hecha a mano, un juego de ilustración y tipografía.

## 8. RECOMENDACIONES

Para la mejora del tema de tipografía en carreras afines al diseño gráfico o a las artes, la academia puede ofrecer cursos y talleres especializados en tipografía, esto proporcionará a los estudiantes una base mucho más sólida en teoría y práctica tipográfica. Estableciendo un espacio equipado con recursos para la investigación, como biblioteca especializada, acceso a software de diseño, impresoras y otros equipos necesarios para el diseño y experimentación tipográfica junto con el establecimiento de una base de datos o plataforma en línea que recopile y organice investigaciones, artículos, libros y recursos relacionados con la tipografía. Esto facilitará el acceso a la información y promoverá el intercambio de conocimientos.

Mejorar el estudio de la tipografía requiere un enfoque en la educación práctica, la colaboración y la adaptación a las tendencias y las necesidades cambiantes de la industria del diseño. Como recomendación para lograr adaptar la importancia en el ámbito universitario para los sectores creativos, podemos hablar de eventos, conferencias y exposiciones relacionados con la tipografía para fomentar la participación de los estudiantes en la comunidad que interactúa con el área, crear espacios con diseñadores tipográficos profesionales para dar clases magistrales o talleres. Esto proporcionará a los estudiantes una perspectiva real del mundo laboral y les permitirá aprender de expertos en el campo.

## 9. CONCLUSIONES

La tipografía desempeña un papel crucial en la comunicación visual; es el medio principal a través del cual se transmite texto en cualquier diseño visual, permitiendo la comunicación efectiva de mensajes e información. Además, diferentes tipos de letra transmiten diferentes estilos y tonos, estableciendo una atmósfera particular y reflejando la identidad de una marca, película, álbum etc. La variación en tamaño, peso y estilo de la tipografía contribuye a crear una jerarquía visual, guiando al espectador a través del contenido y enfatizando elementos importantes, añade interés visual y estético al diseño. Es esencial que la tipografía elegida sea legible y adecuada para el contexto y la audiencia del diseño, ya que una tipografía inapropiada puede dificultar la comprensión. Además, las formas y estilos de las letras pueden evocar emociones y crear una atmósfera particular, añadiendo una capa adicional de significado al diseño. Por último, una elección única y original de tipografía puede ayudar a un diseño a destacarse y diferenciarse en un mercado saturado, captando la atención del espectador de manera efectiva. En resumen, la tipografía es un elemento esencial en la comunicación visual y su selección y aplicación adecuadas son cruciales para el éxito de cualquier diseño. Afecta la legibilidad, la estética y la transmisión de mensajes, y juega un papel fundamental en la creación de una experiencia visual efectiva y atractiva para el espectador.

La tipografía dejó el ámbito plano de la lectura y se convirtió en un componente visual fundamental que reflejaba la transformación cultural y estética de la época. A medida que la sociedad experimentaba cambios significativos y surgían movimientos culturales y sociales, la

## LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL

tipografía se adaptó para expresar la creatividad y la experimentación del artista. Desde la simplicidad modernista hasta la exuberancia psicodélica, la tipografía en los años 60 fue un método de expresión de las distintas masas, que se veían identificadas por medio de los colores y formas. Los distintos grupos sociales se caracterizaron por medio de diferentes tipografías, que permitieron definir públicos y su forma de llevar el mensaje a estos, desde grafismos más elaborados hasta los más simplistas, es por esto que el contexto cultural fue una base para la comunicación y el carácter visual para comunicar. La década de 1960 y 1970 fue una época significativa que presenció el surgimiento y la consolidación de movimientos importantes que influyeron en la forma en que se concebía y se aplicaba el diseño, fue un momento en el que surgieron avances en el ámbito tipográfico, con la introducción de nuevas fuentes y estilos de carácter. Diseñadores gráficos experimentaron con tipografías más audaces y expresivas, rompiendo con las convenciones tradicionales y dejando huella en el mundo del diseño, una huella que permitió a nuestra generación ver de un modo distinto la comunicación visual a partir de la tipografía, de allí que sea una año representativo para el tema tratado, ya que fue una época que abrazó la experimentación visual y la libertad creativa, explorando nuevas formas, diseños abstractos y composiciones no convencionales, lo que condujo a la evolución de la estética del diseño gráfico.

## 10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andhell. (1 de mayo de 2019) Historia de la tipografía, Tipos con Carácter. <https://tiposconcaracter.es/historia-de-la-tipografia/>.

Bengoa, María Tabuenca, Laura González-Díez, y Belén Puebla Martínez. «Propuesta metodológica para el análisis gráfico, tipográfico y cromático de cartelería». Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias 14, n.º 2 (15 de diciembre de 2020): 269-80. <https://doi.org/10.5209/pepu.72134>.

Benito Cabello, Mario Francisco, y María José Sánchez Leyva. «Cómo grita la tipografía. Procesos de mediación cultural y condición de lo visible». Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales, n.º 28 (junio de 2019): 133-50. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n28a07>.

Carrere González, A. (2009). Retórica tipográfica. Editorial de la Universitat Politècnica de València.

Cordero, Luiggy Andrés Valverde, Stalyn Arnoldo Acosta Andino, y Franklin Isidro Alume Cusme. «TEMA: LA IMPORTANCIA DE LA TIPOGRAFÍA EN LA COMPOSICIÓN VISUAL PARA LOS ESTUDIANTES DE TERCER SEMESTRE DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL EN EL PERÍODO 2016-2017. PROPUESTA: DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA GUÍA DIDÁCTICA IMPRESA ACERCA DE LA IMPORTANCIA DEL USO DE LA TIPOGRAFÍA», s. f.

Dávila, U. (2015) Fundamentos de diseño gráfico hipermedia. Principios teóricos y aportaciones metodológicas . <https://eprints.ucm.es/id/eprint/33359/1/T36461.pdf>

Galdón, G. (2002): Teoría y práctica de la documentación informativa, Madrid, Ariel

«Teoría y práctica de la documentación informativa». Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales, 4 de diciembre de 2003, 261-62. <https://doi.org/10.31921/doxacom>.

Gary Hustwit. (Director). (2007). Helvetica [Documental]. Estados Unidos: Veer.

Hontanilla Pizarro, Beatriz. «El papel de la tipografía en la percepción de una marca». gráfica 8, n.o 16 (8 de julio de 2020): 11-20. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.158>.

Malalana, Antonio. (2022) «LA DOCUMENTACIÓN EN PUBLICIDAD», s. f. [https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/1453/1/Documentacion\\_Malalana\\_2002.pdf](https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/1453/1/Documentacion_Malalana_2002.pdf)

Moragas, F. J. N. (2016). Aproximación a una semiótica tipográfica: Claves de relación entre el mensaje y la forma en la micro y macrofotografía (Doctoral dissertation, Universidad de Sevilla).

Moreno, Gabriela Mariuxi Figueroa, y Lcda Rosa Armijos Acosta. «GUÍA DIDÁCTICA PARA ESTUDIANTES DEL TERCER SEMESTRE DE DISEÑO GRÁFICO», s. f.

Peña, Natalia Carolina Perez. «Significación Plástica de a Tipografía Desde La Mirada de La Semiótica Visual». Accedido 3 de mayo de 2023. [https://www.academia.edu/37637818/Significaci%C3%B3n\\_pl%C3%A1stica\\_de\\_a\\_tipograf%C3%ADa\\_desde\\_la\\_mirada\\_de\\_la\\_semi%C3%B3tica\\_visual](https://www.academia.edu/37637818/Significaci%C3%B3n_pl%C3%A1stica_de_a_tipograf%C3%ADa_desde_la_mirada_de_la_semi%C3%B3tica_visual).

Pérez, N. C. (2011). Significación plástica de la tipografía desde la mirada de la semiótica visual. Kepes, 8(7), 269-288.



Quintana, Iván Andrés Salamanca. «LA TIPOGRAFÍA ENTRE GÉNEROS, ESTEREOTIPOS Y PERCEPCIONES», s. f.

Romero, G. G. (2022). La mirada de la comunicación y la expresión en la tipografía. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, (172).

Santos, Diego. «Qué es una tipografía, para qué sirve y qué tipos existen». Accedido el 3 de mayo de 2023.

«Semiotica digital en redes digitales success | Resúmenes de Tipografía | Docsity». Accedido el 3 de mayo de 2023. <https://www.docsity.com/es/semiotica-digital-en-redes-digitales-success-3/8094812/>.

## 11. ANEXOS

### **Lee Conklin:**

Nació en Englewood Cliffs, Nueva Jersey, el 24 de julio de 1941. estudió literatura y filosofía y publicó como dibujante. Fue allí donde conoció a su esposa Joy; Se casaron en 1965, justo antes de que Conklin fuera reclutado en el ejército. Estuvo de servicio en Corea, donde continuó ejerciendo sus habilidades artísticas trabajando en murales en los comedores del ejército. Fue liberado del servicio activo en mayo de 1967, momento en el que se instaló en Los Ángeles, donde algunas de sus ilustraciones con pluma y tinta fueron publicadas por Los Angeles Free Press. Buscó trabajo como dibujante.

Después de leer en la revista Time un artículo sobre los carteles y la escena musical en San Francisco, decidió mudarse allí. Al llegar se dirigió a las oficinas del Fillmore Auditorium, donde mostró su portafolio a Bill Graham. Para asombro de Conklin, lo contrataron en el acto y le pidieron que creara su primer cartel de Fillmore ese mismo fin de semana. Conklin estuvo a la altura de las circunstancias y contribuyó con 33 carteles solo para la serie Fillmore. Sólo Wes Wilson, Bonnie MacLean y David Singer han contribuido más a este lugar.

Conklin representó tanto los gráficos como la caligrafía con gran detalle. Lo que comenzó como un desafío personal para disfrazar imágenes dentro de imágenes y letras pronto se convirtió en un esfuerzo concertado para convertir cada letra y figura en otra forma, llevando la imaginación a nuevos límites.

A primera vista, y dada su buena fe de los años 60, el efecto Conklin podría parecer producto de los psicodélicos, pero según las conversaciones de Montgomery con el artista, que promete que uno de estos días quedará plasmado en un libro, las imágenes psicodélicas a menudo alucinatorias de Conklin precedió a su experiencia personal con los psicodélicos. “Su trabajo resuena profundamente con la visualidad psicodélica”, coincide Montgomery, “pero es algo que desarrolló de forma independiente. Su trabajo no estaba inspirado en el ácido, sino que resonaba con el ácido.

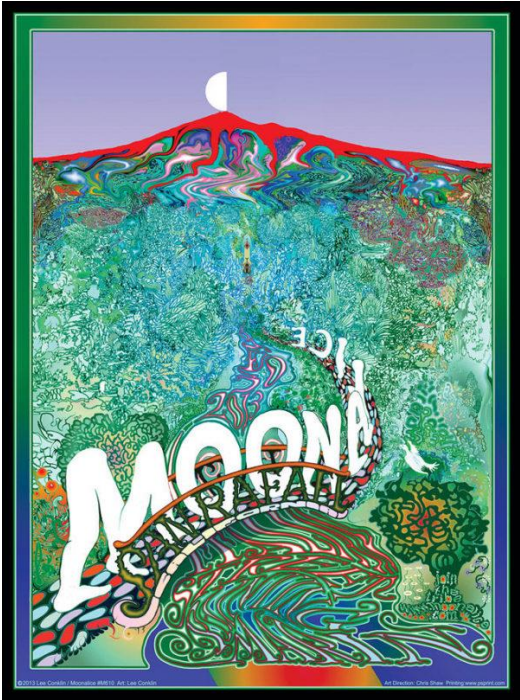
Algunos de sus trabajos:



*Portada del álbum de Santana.*



“Quintessential Poemster”



Un póster de Lee Conklin para Moonalice de 2013.

**Saul Bass**

Saul Bass (8 de mayo de 1920 – 25 de abril de 1996) fue uno de los mejores diseñadores gráficos norteamericanos de su época junto a Paul Rand y Milton Glaser. Meggs dice de él que “redujo el diseño gráfico a una imagen dominante, sencilla, usualmente centrada en el espacio” gracias a “una habilidad extraordinaria para identificar el núcleo de un problema de diseño”.

También afirma que “despojó al diseño gráfico estadounidense de la complejidad visual y redujo la comunicación a una imagen pictográfica sencilla”.

El diseñador gráfico Saul Bass trabajó tanto para la industria cinematográfica como para empresas estadounidenses diseñando sus identidades corporativas.

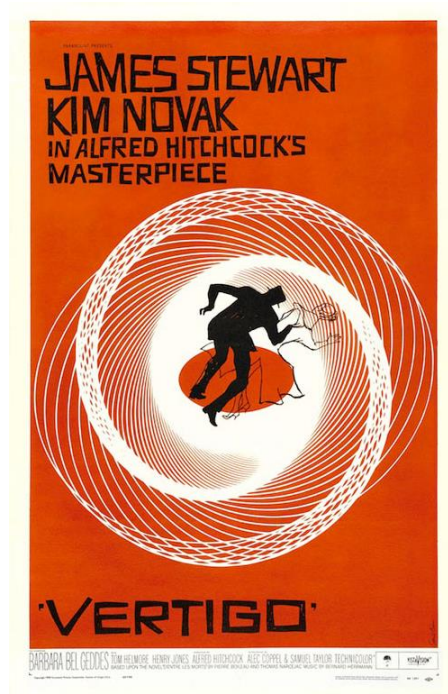
Bass comenzó su carrera en Nueva York hasta que a finales de los años cuarenta se mudó a Los Ángeles para dedicarse de forma independiente a la publicidad. Un día, el cineasta estadounidense Otto Preminger lo invitó a diseñar el póster de su película *Carmen Jones* (1954) y quedó impresionado por su trabajo, así que le pidió también que diseñara la secuencia de los títulos.

Así, Saul Bass comenzó a trabajar en el cine y diseñó los títulos de películas como *The Big Knife* (1955) de Robert Aldrich y *The Seven Year Itch* (1955) de Billy Wilder. A lo largo de su trayectoria colaboró con varios cineastas, incluidos Martin Scorsese y, por supuesto, con Alfred Hitchcock.

## LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL

Vértigo (1958), Intriga internacional (1959) y Psicosis (1960) fueron las tres películas en las que Saul Bass colaboró con el aclamado director británico y en las cuales dejó su sello, un estilo que muchos aún consideran de los más llamativos e inquietantes del cine estadounidense.

Algunos de sus trabajos:

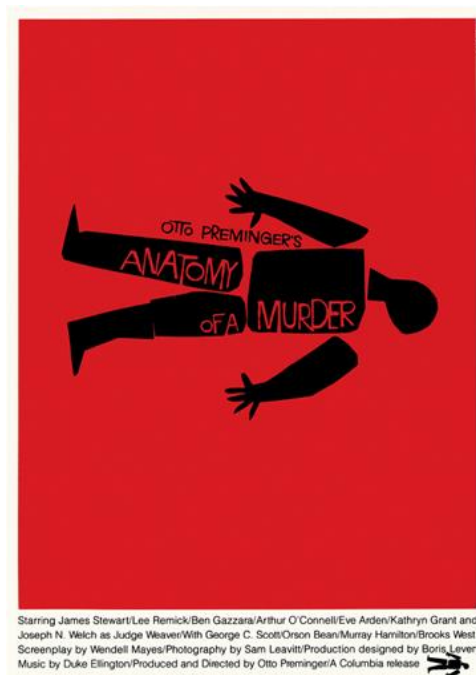


*Poster para la película "Vértigo"*

## LA TIPOGRAFÍA, COMPONENTE VISUAL



Poster para la película “North by northwest”



Poster para la película “Anatomy of a murder”