



ERIK SPIEKERMANN

VOLVER A PONER EL OJO EN LA TIPOGRAFÍA

Desde su experiencia y con una metodología fundada en aprehender de todas las cosas; en una charla informal, metafórica y en algunos casos testimonial nos habla de diversos aspectos de la tipografía y de su concepción para esta cultura y para este tiempo.

“CADA ÉPOCA PRODUCE SU TIPOGRAFÍA”

De algún modo es como escribir música. Yo no hago la melodía, la melodía es lo que escribe la gente. Yo hago el sonido. Una oración es una oración, y una melodía es una melodía. Y podés tocar en el bajo o en el piano. La podés cantar, y si la canta una chica o si la canta un hombre, el sonido es diferente. Eso es lo que yo hago. Agrego el sonido, sin hacer cambios. Una “a” es una “a”, y una “b” es una “b”, no puedo alejarme mucho de eso. Pero una vez que tengo esa especie de carácter general, simplemente boceto con un lápiz 2B bien duro, haciendo pequeños croquis que no son muy bueno, pero para mí son un pequeño ejercicio. No entro en detalles, simplemente delíneo algunas cosas y empiezo a dibujar, y una vez que los bocetos se ven como yo necesito, entonces hago uno o dos, quizás cuatro o cinco caracteres. Y hay una “a” y una “n”, y una “e”, una “s”, a veces una “g”... y eso define la familia. Estos los hago bien y prolijos, no son grotescos. Entonces me siento con uno de mis diseñadores profesionales de tipografía, y ellos lo convierten en datos.

También tengo un segundo método que es más realista. Encuentro algo que me gusta mucho, algo que creo que funcionaría para el cliente, pero que ya fue usado por alguien más, o es muy viejo, o no puedo pagarlo, o lo que sea... o que sería una estafa. Entonces lo miro durante mucho tiempo. Miro los libros y lo dibujo y hago bocetos por encima. Entonces lo guardo y al otro día me siento y lo dibujo de memoria. Entonces se convierte en algo diferente. Obviamente. Leo una novela y la reescribo al día siguiente, en mi propio lenguaje. Es la misma historia, pero las palabras son diferentes y producen una sensación algo distinta. Eso es lo que hago con las tipografías. En el trabajo que hicimos para Deutsche Bahn, miramos Sabon, una tipografía de Tschichold, que ellos usan mucho y que a mí nunca me gustó demasiado. Pero la miramos un buen rato, y después me senté y la dibujé de memoria, y se veía totalmente distinta, porque en el medio Chris me había estado mandando cosas que él había estado diseñando, y todas esas imágenes se ajustaron en mi cabeza, y lo que yo boceté fue lo que yo pensé que se veía como Sabon. Pero cuando volví a ver a Sabon me di cuenta que era totalmente distinta, entonces el diseño era original!. Está influenciado por ella pero no es una copia. Y creo que así es básicamente como trabaja todo el mundo. Porque todo el mundo está influenciado por alguien más.

Cuando uno se sienta a escribir una melodía tiene en su mente todas las melodías que escuchó en su vida. Y es muy difícil escribir una que no haya sido hecha antes. Estoy seguro que hice cosas en las que, sin darme cuenta, copié otra cosa que vi en algún lado y vuelve a tu cabeza quizás 20 años más tarde.

Me gusta desarmar cosas y volver a armarlas, y me gusta entender cómo funcionan las cosas.

Lo que sea. Ya sea una cámara o una pieza impresa, cualquier cosa.

Sin letras no existiríamos, no habría conocimientos, no habría ciencia, no habría historia. Y encuentro fascinante que yo uso las palabras como todo el mundo, escribo palabras, pero voy un poco más profundo, me meto con las letras. Para mí es algo inseparable, están totalmente combinados. La fascinación que me produce la forma física de la letra es la misma fascinación que me produce la escritura. Me encanta leer distintos idiomas y me gusta la manera en que se ven diferente. Para mí es todo la misma cosa, es todo lenguaje. La forma física y visual del lenguaje.

La gente hoy lee mucho más que nunca antes, porque en Internet lo que uno hace es leer. Mirás imágenes, mirás videos, pero la mayoría del tiempo leés, aunque sean 140 caracteres en Twitter, o emails cortos. Leemos mucho más que lo que nunca leímos. Y está pasando lo que siempre paso: desarrollamos lenguajes inseparables. Siempre hubo un lenguaje para la ciencia, que solía ser el latín. El lenguaje de los diplomas era el francés, el lenguaje del correo era francés, el lenguaje de los exploradores era el inglés, el lenguaje de la ciencia era el alemán, después del latín y hasta la primera guerra mundial. Si trabajas en comunicación tenés que conocer twitter, que es un lenguaje particular, uno debe saber expresarse así, usando esos pocos signos, y creo que esos se van sumando, nada va a reducirse. Hay un lenguaje de Twitter, hay un lenguaje de Internet... va a haber un lenguaje de iPad. Van a hablar muchos lenguajes diferentes, así como tenemos fotografía en blanco y negro, fotografía a color, creo que va a haber cada vez más y más, en lugar de fusionarlos todos juntos. La obra de mi vida no son las cosas que yo hice, sino la gente a la que he influenciado. Encuentro mucha más satisfacción en eso, y es por lo que creo que me dieron el premio, es por haber entrenado o educado a varios, cientos de personas en los últimos

APUNTE 11
VOLVER A PONER EL OJO
EN LA TIPOGRAFÍA

página 1 de 2

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo.
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Profesor Titular
Jorge Gaitto

Profesor Adjunto Nivel 2
Carlos del Río

J.T.P. Nivel 2
Patricia Rodríguez Telis



treinta y cinco, cuarenta años. He entrenado gente, contratado gente, trabajado con gente. Hay una lista de como 500 personas que después pusieron su propio estudio. Si vas a cualquier estudio de Berlín probablemente no encuentres alguno en el que no haya alguien que trabajó conmigo. Mismo en Londres y otros lugares. Tuve una gran influencia debido al momento en el que empecé esto. Introduje el diseño corporativo desde Inglaterra, que no existía todavía en Alemania como tal. Básicamente invente con FontShop la distribución de tipografías electrónicas, de fuentes. Tuve suerte de estar ahí, en el momento justo. Hice muy pocas cosas por mi cuenta, la mayoría fue hecha con otras personas. Creo que soy responsable de mostrarle a la gente que esto es siempre trabajo de equipo, que no hay genios, no hay individuos increíbles que hagan todo el trabajo como un Miguel Ángel, y hasta él tuvo asistencia.

Este tipo de trabajo es, por definición, trabajo de equipo, cooperativo. Y es importante que, cada tanto, tenemos la oportunidad de hacer trabajos que cambian el lugar en el que vivimos, por eso en mi exhibición voy a mostrar el trabajo que hicimos para la BVG en Berlín, la gente del transporte, porque eso tuvo una profunda influencia en la ciudad en la que vivo, y es trabajo de diseño. Tuvimos mucha suerte de tener la unificación de Berlín, y un cliente que entendió esto. Y esto no va a volver a pasar. Esto fue hace 20 años, y tuvimos la oportunidad de cambiar la apariencia de Berlín. Y lo mismo va para el trabajo que hice para Deutsche Bahn, para los ferrocarriles, que uno tiene la suerte de estar en un determinado lugar y momento que te permite tener una gran influencia en la cultura visual de tu país.

Mi interés siempre estuvo en intentar mejorar las cosas que ya se encuentran en el dominio público. Vos hablaste de la arquitectura... pero al final eso depende de los clientes. Tenemos grandes arquitectos, tenemos grandes diseñadores, grandes ingenieros... no tenemos clientes. Lo que necesitamos es una cultura de clientes. La comunicación del gobierno sigue siendo horrible, si mirás los formularios, siguen siendo tan malos como hace 40 años. Podrían hacerlos cien veces mejor en dos días, pero no son concientes de que hay gente que puede hacer eso. Van a las agencias de publicidad, y las agencias de publicidad no están interesadas en formularios, ellos hacen grandes campañas. Si recurrieran a mi yo haría los formularios, no las campañas. Todavía necesitamos educar a los clientes. La razón por la que digo esto no es que quiero que sea estéticamente agradable, quiero que la comunicación sea más abierta. Por ejemplo, los malos formularios del Estado sirven para separarnos del Estado. Nos hacen estúpidos, porque no los entendemos entonces hacemos lo que nos dicen. Si las cosas estuvieran más diseñadas, en el sentido de ser más abiertas, más accesibles, podríamos comunicarnos mejor entre nosotros. A veces me dan a entender que el gobierno, el estado, la administración, el sistema en sí mismo no quiere comunicarse en realidad, porque entonces las cosas se vuelven desordenadas, turbias. Se supone que tenemos que callarnos, hacer crucecitas, llenar los formularios y estar en silencio. Por eso creo que los diseñadores deberíamos estar intentando de abrir las cosas. El ejemplo famoso fueron las boletas en Florida. El formulario era tan malo que la gente votó al presidente equivocado. ¿Y se definió por cuántos? ¿8000 mil personas que Bush salió presidente la segunda vez? Lo cual no es nada. Porque el formulario era tan malo que la gente no sabía donde hacer las malditas cruces, entonces votaron a un tarado. Y se inició una guerra. ¿Sabés? Es increíble que a veces el diseño gráfico realmente puede cambiar vidas.

Somos muy sofisticados, las sociedades occidentales, ciertamente Alemania. Siem-

pre tuvimos estándares muy altos en cuanto a lo técnico. Alemania siempre tuvo las mejores máquinas de impresión y composición del mundo, porque fuimos los inventores y aun al día de hoy, tres de los mayores fabricantes dominan el 80% del mercado mundial, así que aún hacemos las máquinas que hacen las impresiones. Y también hacemos las cámaras, y hacemos las ópticas. Tenemos esta tradición de proveer las herramientas para la producción de la cultura visual, y se nota.

En cuanto a lo técnico, todo nuestro trabajo siempre ha estado en un alto nivel, quizás no así en lo conceptual. En lo conceptual siempre hemos mirado a Nueva York o Londres, hasta los Países Bajos, y algunas veces a Italia. Pero lo que veo ahora es que, una vez que se resolvieron los asuntos técnicos, la gente se está volviendo tan ecléctica que apenas puedo reconocer la diferencia entre algo hecho en Berlín o Nueva York o Londres, o Australia... Porque los diseñadores están tan sintonizados entre sí, viajan. La mitad de la gente en nuestro estudio es de otro lado, y a donde quiera que vaya se habla –bueno, claro, ahora hablamos inglés– también hablamos el mismo lenguaje visual. No significa que hagamos las mismas cosas, pero ya no reconozco diferentes estándares. Las diferencias están más en los dialectos, la gente habla diferentes dialectos visuales. Y es fascinante.

La tipografía es todo sobre ritmo y espacio. No tiene mucho que ver con las formas en realidad. Miramos el ritmo y los contrastes en la palabra. Ves que la palabra tiene unas determinadas bajadas, cruces, trazos finos y trazos gruesos, las hay redondeadas y cuadradas, hay doble “eles” y hay “os”, y cada palabra tiene un ritmo. Es como ver un parque o un edificio, no se ven los detalles, se mira el todo. En un buen edificio, los ojos del edificio, las ventanas, conforman una trama agradable, memorable, como tus ojos o mis ojos, es un rostro. Y una tipografía (typeface), por eso se llama face (rostro) en inglés, tiene un rostro. Todo se combina a la vez y lo que leemos es contraste, entre fino y grueso, claro y oscuro, cuadrado y redondo...y el ritmo es el ritmo de las palabras, los espacios entre palabras, los espacios entre caracteres. Igual que en la música, eso lo hace emocionante. Si fueran solo las notas, sin un compás, un tempo, todas las melodías sonarían igual.

Mi papel es el de ponerle el ritmo. El contraste entre forma interior y exterior. El exterior es lo negro, y lo blanco adentro es en realidad, lo que es como las pausas en la música, cuando no hay nada sonando, eso genera el ritmo. Y ese silencio en el medio es en realidad el diseño, más que las notas negras.

No podés convertirte en un buen diseñador quedándote en tu casa y mirando un solo libro. Tenés que estar afuera. Hablar con otra gente, viajar. Porque no hay nada mejor que descubrir que a 200 kilómetros de tu puerta las cosas son diferentes. Porque donde sea que vivas, sea Berlín, Nueva York, el medio de la nada, o los suburbios de Beijing, las cosas son diferentes cuando te movés. Y eso es lo primero, cuando tenés 21 años “¡Dios mío! ¡No tiene que ser azul, no tiene que ser cuadrado, puede ser diferente!”: Leé todo lo que puedas, escuchá todo lo que puedas, viajá todo lo que puedas, conocé tanta gente como puedas, simplemente acumulá todas esas cosas por años y años, y cuando creas que tu cabeza está casi llena... entonces empezás de nuevo. Porque tu cabeza está muy muy vacía. Mi cabeza está vacía, aunque por momentos la siento llena. Estoy seguro que solo estoy usando un 10% de mi capacidad cerebral. Podría usar muchísimo más, nuestro cerebro es algo increíble. Es el disco rígido más grande que conocemos, y el más rápido. El problema es que nunca puedo encontrar nada, ¡como en mi disco rígido!

APUNTE 11 VOLVER A PONER EL OJO EN LA TIPOGRAFÍA

página 2 de 2