

Colaboradores en este número  
Norma Alejandra González Vega  
Jesús Villar Rubio  
Paola Ayesha Corral Avilla  
Rutilio García Pereyra  
Alejandro Higuera Zimbrón  
Miguel Ángel Rubio Toledo  
José Mario González Vázquez  
Carlos Daniel Soto  
Adrián Moreno Mata  
José Guadalupe Hernández Quevedo

# H+D

## HÁBITAT MÁS DISEÑO



**PUBLICACIÓN SEMESTRAL / AÑO 2 / NUMERO 3 / 2010 / ISSN: EN TRÁMITE**  
**REVISTA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA FACULTAD DEL HÁBITAT DE LA U.A.S.I.P.**  
PRECIO EN MÉXICO: \$60.00 / EN EL EXTRANJERO: 8.00 USD

## Créditos

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

**Mario García Valdez**

Rector

**Manuel F. Villar Rubio**

Secretario general

**Luz María Nieto Caraveo**

Secretaría académica

**Dr. Fernando Toro Vázquez**

Secretario de investigación

Facultad del Hábitat

**Anuar Abraham Kasis Ariceaga**

Director

**María Dolores Lastras Martínez**

Secretaría académica

**Fernando García Santibáñez Saucedo**

Coordinador del Posgrado de la Facultad del Hábitat

**Jesús Victoriano Villar Rubio**

Coordinador de Investigación de la Facultad del Hábitat

**Carla de la Luz Santana Luna**

Coordinadora editorial

**Eulalia Arriaga Hernández**

Comité de redacción

**Diseño editorial**

CEDEM, Centro de Diseño Editorial y Multimedia, Facultad del Hábitat

**Ismael Posadas Miranda García**

**H+D HÁBITAT MÁS DISEÑO**

Revista semestral de divulgación científica de la Facultad del Hábitat de la U.A.S.L.P.

Número 3, Año 2,

Enero-Junio de 2010

ISSN: En trámite

Número de reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor y número de certificado de licitud del título y contenido en trámite.

© Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Álvaro Obregón 64

San Luis Potosí, S.L.P., México.

Prohibida su reproducción parcial o total, bajo cualquier medio, sin la debida autorización por escrito de los poseedores de los derechos del autor.

Impreso en los Talleres de la Editorial Universitaria Potosina.

### Comité editorial y de arbitraje

Dra. Eugenia María Azevedo Salomao.

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Dr. Adolfo Gómez Amador.

Universidad de Colima

Dr. Felix Beltrán Concepción

Universidad Autónoma Metropolitana

Mtro. Jorge Alberto Ramírez Gómez

Universidad de Colima

Dr. Arq. Gerardo Arista González.

Universidad Autónoma de San Luis Potosí/DADU

Mtro. Fernando Madrigal Guzman

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Mtra. Norma Alejandra González Vega.

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Mtro. Jorge Aguillón Robles

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Los artículos publicados por **H+D HÁBITAT MÁS DISEÑO** son sometidos a un estricto arbitraje de pares académicos, en la modalidad de árbitros y autores desconocidos. Los pares académicos son en su mayoría externos a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

## Índice

Carta de la Coordinadora editorial	3
Presentación	5
<b>Operadores básicos en el proceso creativo, una propuesta desde la modularidad*</b>	<b>12</b>
Norma Alejandra González Vega	
<b>Pérdida de memoria e identidad. El mercadeo de la Av. Venustiano Carranza en la ciudad de San Luis Potos</b>	<b>20</b>
Jesús Villar Rubio	
<b>De molinos y de técnicas de Molienda para obtener Harina</b>	<b>32</b>
Paola Ayesha Corral Avitia Rutilio García Pereyra	
<b>Consideraciones institucionales a los conflictos de la metrópoli del Valle de Toluca</b>	<b>46</b>
Alejandro Higuera Zimbrón Miguel Ángel Rubio Toledo	
<b>La geometría en la arquitectura del centro histórico de la ciudad de Zacatecas. El uso de trazos armónicos en edificios de entre los siglos XVIII al XX</b>	<b>59</b>
José Mario González Vázquez	
<b>Expresión estética con diseño industrial</b>	<b>66</b>
Carlos Daniel Soto	
<b>Urbanización periférica, habitabilidad y desarrollo sostenible en la Zona Metropolitana de San Luis Potosí: el caso de la comunidad periurbana de Milpillas.</b>	<b>78</b>
Adrián Moreno Mata José Guadalupe Hernández Quevedo	
<b>¿Necesitamos más fuentes?</b>	<b>92</b>
Por Cyrus Highsmith Selección y traducción: Félix Beltrán	
Semblanzas	100
Guía para los autores	103



# ¿Necesitamos más fuentes?

*Do we need more fonts?*

Por Cyrus Highsmith  
Selección y traducción: Félix Beltrán  
Letterspace, Type Directors Club  
Winter-Spring 2008  
New York

Recibido: 13/01/2010 Dictaminado: 18/02/2010

## Resumen

Las siguientes reflexiones sobre el ejercicio de Cyrus Highsmith, diseñador de caracteres, fueron enviados por el Dr. Félix Beltrán, profesor de la Universidad Autónoma Metropolitana, publicadas en la Revista Letterspace por "Type Directors Club" en 2008.

Este ensayo cuestiona qué tanto es necesario seguir diseñando más fuentes tipográficas, exponiendo algunas reflexiones que los diseñadores gráficos habrán de considerar al momento de crear nuevos caracteres. Se menciona el tiempo que verdaderamente requiere un diseñador para la realización de una fuente. Como tomar ésta y hacer que lo plasmado se vea acorde al objetivo principal, o todo lo contrario. Alude a la importancia de considerar el producto final de la fuente diseñada, y la manera en que ésta se presenta al público. La relevancia de verificar cada detalle, donde el éxito de cada uno de los caracteres tipográficos dependen de lo bien que se acoplen todas las partes para formar palabras, además de reflexionar sobre la tecnología digital la cual pudiera inducir a no necesitar más diseñadores tipográficos.

**Palabras claves:** símbolos abstractos, diseñador de caracteres, revolución digital, público meta, nuevos caracteres.

## Abstract

The following reflections about the work of Cyrus Highsmith, character designer, were sent by Felix Beltran, PhD, professor from the Autonomous Metropolitan University. They were published in the Letterspace Magazine by the "Type Directors Club" in 2008.

This paper questions the necessity to continue designing more typographic fonts, exploring some of the issues that the graphic designers need to consider while creating new characters. It is also taking into consideration the actual time that takes a designer to

create a font and to make it according to the main objective. Furthermore, it mentions the importance of considering the final product of the designed font, and the way it is perceived by the audience. The relevance of verifying every detail, where the success of each typographic character depends on how well the parts join together to make words, is observed. The way digital technology may prevent us from needing more typographic designers is also considered.

**Key words:** *abstract symbols, character designers, digital revolution, target audience, new characters.*

Una de las cosas con las que me he peleado como diseñador de tipos es explicar a lo que me dedico. Especialmente al principio. Cuando estaba en una fiesta con mi novia, quien es ahora mi esposa, y conocíamos a alguien. En un momento dado, alguna de estas personas me preguntaba "Cyrus, ¿tú a qué te dedicas?" Yo vivía con cierto miedo a esta pregunta. Sabía que requería montones de explicaciones acerca de lo que es un carácter, cómo el dibujarlos es realmente mi trabajo y que eso es, de hecho, lo único que hago.

Sin embargo, me alegra poder decir que se está volviendo más fácil. Durante los últimos años he notado que cuando le digo a alguien que soy diseñador de caracteres requiero dar menos explicaciones que antes. La gente me dice "ah, como las fuentes de mi computadora". O "creo que leí algo acerca de alguien que se dedicaba a eso en el New Yorker o algo así". Al menos se ha hecho común un cierto tipo de conciencia acerca de los caracteres.

Me gusta hablarle a quienes no son diseñadores acerca del diseño de caracteres. Una tarde de verano en Providence conocí a un matemático durante un asado en el jardín de alguien. (¡Apuesto a que él también recibe bastantes preguntas no informadas acerca de su trabajo!) y me preguntó a qué me dedico. Le contesté que era diseñador de caracteres y él se quedó en silencio un

momento. Su cerebro estaba ocupado en algo. Me preparé para lo peor. Finalmente me dijo "¡Vaya, eso debe requerir mucho pensamiento no lineal!". Asentí lleno de entusiasmo y hablamos acerca del tipo de pensamiento por sistemas que requería el diseño de caracteres. Un carácter es un conjunto de partes diseñadas para combinarse en cualquier orden. Las redes de relaciones entre las partes, y las partes de las partes, forman las estructuras que mantienen unido el carácter.

La pregunta más común que me hacen acerca de ser diseñador de caracteres es ésta: "¿No hay ya suficientes caracteres?" La mejor respuesta que he escuchado para esta pregunta es "¿Sabes? ¡Lo mismo me dijeron pero respecto a la gente!". Es graciosa pero probablemente un poco descortés, especialmente con la gente que uno acaba de conocer. Durante mucho tiempo, la mejor respuesta que tuve fue más diplomática, aunque no tan bien formulada, de que "pues sí, ya sabes cómo es esto, ja ja". Y después intentaba cambiar de tema. Sin embargo, la pregunta "¿No hay ya suficientes caracteres?" no es mala. Hay muchos caracteres. Incluso a un diseñador de caracteres le podría parecer que ya todo ha sido hecho.

## Perder el control

Además de aprender a tener charlas triviales sobre el diseño de caracteres en las fiestas, tuve que aprender algunas otras cosas acerca de ser un diseñador de caracteres. Por ejemplo, un diseñador de caracteres tiene que acostumbrarse a perder el control de su trabajo una vez que ha sido publicado. Yo puedo pasar meses o años dibujando, espaciando, perfeccionando una serie de caracteres. Y luego los suelto al mundo. La siguiente vez que los veo es en una página creada por un diseñador gráfico que probablemente nunca haya conocido ni con quien jamás me haya comunicado. Un diseñador gráfico tiene mucho control sobre el aspecto de un carácter. Puede hacer que se vea increíble. Y puede hacer que se vea horrible. Un día, uno puede encontrar su

carácter puesto en forma bellísima. Y la siguiente vez que lo ve, puede encontrarlo es- trujado y apretujado en la línea a dos pasos de la muerte.

Aunque trabajo por comisión, cuando colaboro de cerca con el director de arte y sé cómo se usará el carácter conociendo hasta el detalle del tamaño del punto, el espaciado en la línea (tracking) y el espaciado entre líneas, incluso en ese caso, el resultado final, la página impresa, no es algo creado por mí. Yo creé uno de los elementos que alguien más usaron para componer la página. Existe esa brecha entre mi producto final y la manera en que se presenta al público.

Muchas veces cuando veo usado uno de mis caracteres en la portada de una revista en el exhibidor o en el libro que se encuentra en un estante de la librería, de primera instancia no lo reconozco. Por un segundo capta mi atención pero sin estar seguro de por qué. Hay algo en él que me resulta familiar. Y finalmente reconozco mis dibujos. Por lo general me descubro sonriendo con ganas de decirle hola.

Mis alumnos parecen tener una experiencia similar cuando se topan conmigo fuera del campus universitario. Al principio no pueden recordar quién soy pero están seguros de conocerme. Pero un segundo después se dan cuenta - mira es mi profesor. Siempre piensan que es muy gracioso y me preguntan "¿Qué está haciendo usted aquí?" La existencia de un profesor fuera de la escuela les llega de sorpresa. ¿Qué estoy haciendo afuera? Yo me pregunto lo mismo acerca de mis caracteres cuando los veo fuera en el mundo, lejos del abrigo de mi estudio, haciendo lo suyo.

Me recuerda lo que dicen algunos novelistas cuando hablan de sus personajes y cómo casi pueden tener vida propia. Stephen King dice que cuando escribe a él le gusta "poner un grupo de personajes en un predicamento y después mirarlos cómo tratan de liberarse. Los personajes hacen las cosas a su manera. Yo no puedo adivinar con ninguna precisión en qué va a acabar todo el asunto". A mí me gusta imaginar

mis caracteres de la misma manera. Después de un tiempo, un buen carácter casi cobra vida propia y yo observo lo que sucede conforme las letras se van de mi escritorio y después van trazando su propio camino hacia el mundo.

Me gusta el desprendimiento de Stephen King con respecto a sus personajes. Le resulta cómodo perder el control. Lo disfruta. yo he intentado adoptar esta actitud cuando se trata de ver mi propio trabajo mientras es usado. De hecho, he aprendido de los novelistas muchos trucos para ser diseñador de caracteres.

Yo pienso que hay muchas similitudes entre ser un novelista y ser un diseñador de caracteres. Al principio podría no pensarse eso porque de primera impresión parece que escribir y el dibujar letras tienen muchas diferencias fundamentales. Por ejemplo, el trabajo del novelista es contar una historia. A diferencia de los diseñadores de caracteres, quienes crean símbolos abstractos. Dibujar caracteres es un ejercicio mayormente formal, que no se ocupa del contenido como lo es el escribir una novela. Otra diferencia está en la voz. El nombre del autor está en la portada del libro, escuchamos su voz a lo largo del relato. A diferencia de lo que pasa con los caracteres, que son mayormente invisibles. En un sólo párrafo, los dibujos que yo he hecho serán reproducidos miles de veces. Sin embargo, el lector lo ve de otra manera. Piensa en el texto. Pero a mí no me importa; de hecho, así es por lo general como debe funcionar. El diseño de caracteres es una gran ocupación cuando eres una persona privada que sin embargo tiene la necesidad de publicar y ver su trabajo en todas partes.

## Avanzar despacio

La imagen popular del escritor es la de un borracho. Escriben en un frenesí explosivo de inspiración, después se hunde en la desesperación hasta que le surge la siguiente idea mágicamente. Entran en la clásica imagen romántica del creador como el alma atormentada a quien visita una misteriosa musa. Yo nunca he podido identificar-

me con este estilo de trabajo ni esta manera de verse a sí mismo. En realidad, la mayoría de los escritores son personas que avanzan muy laboriosamente. Escriben todos los días. No esperan a que les llegue la inspiración. Simplemente mantienen sus dedos en movimiento. Mi rutina diaria de dibujar es bastante similar.

Otra cosa de avanzar despacio es que al trabajar casi todos los días, es más fácil recordar lo que se está haciendo. Tanto los novelistas como los diseñadores de caracteres, cuando se encuentran en la mitad de un proyecto, están sosteniendo estructuras complicadas en la cabeza, redes de relaciones y detalles.

La broma en Font Bureau es que dibujar caracteres es fácil. Mantenerse al tanto de todos los detalles es lo difícil. El éxito de un carácter depende de lo bien que se acoplen todas las partes para formar palabras y líneas en una página. El diseñador tiene que mantenerse al tanto de las relaciones entre todas las partes, de tal forma que encajen juntas y formen una estructura fuerte.

El novelista avanza lentamente, por lo general en una habitación silenciosa, lejos de las distracciones. Escribir ha sido tradicionalmente una ocupación solitaria. En un punto dado, un editor necesita participar, así como todo el aparato de la editorial. Sin embargo, el escritor pasa la mayor parte del tiempo en su cabeza, a solas, en el escritorio de su hogar.

## Fábrica y personal

Pienso que la mayoría de los diseñadores de caracteres tienen un temperamento similar. Sin embargo, hasta hace poco tiempo el diseñador de caracteres ha podido realmente trabajar en casa, como ha hecho la mayoría de los escritores. Antiguamente, se necesitaba toda una fábrica y personal de dibujantes de letras para hacer un carácter. Se llevaba mucho tiempo, era costoso. No se podía ser diseñador de caracteres de tiempo completo y trabajar por cuenta propia, en una oficina en su hogar.

Yo he tratado de pensar en un diseñador de caracteres previo a la era digital que

trabajara en casa. Tal vez William A. Dwiggins es quien más se acercó a ello. Soñaba sus innovadores diseños y métodos para trabajar por su cuenta en su estudio en Hingham, Massachusetts. Sin embargo, la mayor parte del trabajo lo hacía el personal de Linotype en Brooklyn. Dwiggins tenía que esperar semanas para que la oficina de dibujos tradujera sus bocetos de algunos caracteres en dibujos de producción y después hiciera un prototipo y una prueba del mismo. Finalmente, Dwiggins recibía las pruebas por correo y podía evaluar su progreso, así como decidir el siguiente paso. Cuando se terminaba el diseño, la oficina de dibujo de Linotype trabajaba en los dibujos de producción para el juego completo de caracteres y los dibujos para los tamaños de punto adicionales. Mucha gente participaba. Le hubiera sido imposible a Dwiggins producir un carácter totalmente por su cuenta.

La computadora ha cambiado todo eso. La computadora puso el medio de producción de caracteres en manos de los individuos. Si Dwiggins viviera, podría hacer caracteres en su laptop con la rapidez con que los dibujaba. Si tuviera suerte trabajaría con otras personas que ayudaran con asuntos técnicos, marcas comerciales, marketing y publicación. No obstante, la mayor parte de un carácter hoy lo puede hacer una sola persona, trabajando sola, como un escritor que trabaja en una novela.

Sin embargo, trabajar solo tiene ciertos riesgos. Y estos riesgos van más allá de olvidarse de salir de casa en tres días para respirar aire fresco o por estar trabajando a deshoras. Cuando no hay necesidad de que otras personas participen en el proceso creativo resulta fácil olvidarse del público. Se tiene el riesgo de caer en el hoyo negro de la visión personal estrechamente definida. Tanto los novelistas como los diseñadores de caracteres necesitan contar con un público para su trabajo.

## Público imaginario

He escuchado a algunos novelistas decir que cuando escriben el público que imagi-

nan es pequeño. Muchas veces es alguien a quien conocen. Por ejemplo, J.K. Rowling dijo que escribe los libros de Harry Potter para su hija. Ella es la lectora más importante de la autora. Otros novelistas han hablado acerca de su lector único. Puede ser un cónyuge o un amante, un hijo o hija, un mentor, un padre. El lector puede estar vivo o muerto. Lo importante es que el novelista siempre tiene en mente un público específico para su producto.

El público de un diseñador de caracteres por lo general no es tan íntimo como el del novelista, pero pienso que también trabajamos con un público específico en mente mientras creamos algo. A menudo los caracteres más amados son aquellos originalmente dibujados para un sólo cliente o propósito. Por ejemplo, está el Bell Centennial de Matthew Carter dibujado para los directorios telefónicos, DIN e Interstate para la señalización en carreteras, Meta para la oficina postal alemana o Frutiger para el aeropuerto DeGaulle, entre muchos otros.

A mí me gusta crear caracteres nuevos sobre una base especulativa, sin un encargo oficial. Si no tengo un cliente real, creo uno imaginario. A veces es para una publicación a la que pienso que le vendría bien usar caracteres nuevos, lo sepa o no. Otras veces es para un diseñador de quien pienso que podría usar estos caracteres en forma interesante. Muchas veces para una publicación que no existe pero que si existiera, sería interesante leerla. Mi esperanza es que si el carácter está por ahí, alguien creará el contenido que va con él. Verán la suma de ideas que tomaron parte en su hechura y se darán cuenta de que refleja perfectamente un zeitgeist poderoso que ellos siempre conocieron pero que hasta ese instante nunca pudieron expresar o definir. Pero ahora, gracias a ese carácter, tienen la voz con la cual lo pueden articular. Hasta ahora esto no ha sucedido en la realidad.

## Clientes reales

Por fortuna, habitualmente tengo un cliente real, una revista o periódico específicos con quienes estoy trabajando. El cliente y

yo hablamos de la personalidad de la publicación, la identidad de los lectores, cómo se usará los caracteres y los otros caracteres que integran la paleta de posibilidades. Todo esto impulsa el diseño de una nueva serie de caracteres.

No siempre es emocionante enfocarse en las habilidades y servir al público. ¿Se imaginan que esto sucediera en una escuela de arte hoy en día? No habría tiempo para hablar de la teoría. Todas esas grandes palabras y ensayos indescifrables estarían desperdiciados. Y pobres de los críticos: no tendrían nada qué explicarnos al resto de nosotros. Pero, real o imaginario, el público es importante. Yo creo que el pensar profundamente en el público y tomar en serio el oficio lleva a un trabajo imaginativo y original.

Recientemente escribí un argumento nuevo para la revista Brides. Estaba hablando de las diferentes opciones con la directora de arte cuando me dijo "Quiero una letra que me haga sentir bonita". ¡Qué manera tan grandiosa de pensarlo! Una letra es para más que leerla. Las letras también tienen un lado emocional.

Cuando la directora de arte estaba hablando de querer que una letra la hiciera sentir bonita, estaba hablando del tono de voz de la revista: esto es quienes somos, esto es lo que pensamos de nosotros mismos, esto es lo que pensamos acerca de nuestros lectores. Los lectores que compran la revista se identifican con el tono de la revista. Están diciendo "Así también es como nosotros nos sentimos".

El público de la revista Brides está constituido por mujeres jóvenes que están planeando su boda. Una boda es un evento especial, un evento emocional. El no ocuparse de esto en el diseño de la revista y la tipografía sería en perjuicio para nuestro oficio. Pero este tipo de atenciones no debería limitarse a las revistas de bodas o para jóvenes mujeres estresadas.

Todos nos identificamos con las publicaciones que consumimos. Yo pienso que es por eso que los lectores, quienes no son tipógrafos, pueden manifestarse tan emocio-

nales cuando las publicaciones cambian sus tipografías. No es sólo que su publicación favorita esté de pronto hablándoles con una voz diferente. El impacto también consiste en que de pronto los lectores se ven forzados a verse a sí mismos de manera distinta. Parte de su identidad cambió también.

## Revolución digital

La tecnología del diseño de caracteres ha cambiado desde la época en que Dwigins estaba trabajando. Ya no necesitamos fábricas para producir fuentes. Gracias a las herramientas digitales, una persona lo puede hacer por sí misma en casa. ¿Pero a dónde nos lleva esto? En el New York Times, Stephen Heller escribió "Durante la revolución tipográfica digital siguiente a los 90's... el diseño de caracteres se convirtió en un arte expresivo".

Me gusta comparar al diseñador de caracteres de hoy en día con el novelista solitario que avanza lentamente, trabajando diario, escribiendo su historia, escribiendo para un público. Sin embargo, como el sr. Heller observa, y tal vez hasta promueve, el diseñador de caracteres de hoy podría también compararse con el artista, avanzando con dificultad en su estudio, creando hermosas obras de arte. Hay un gran atractivo en esta imagen romántica del artista solitario. Sin embargo, el bajo estado actual de las bellas artes nos muestra que debemos tener cuidado.

Conforme el acto de producir arte se hace más individualista, la visión del artista se hace más singular. El artista se retira en su estudio, lejos del mundo y dentro del mundo de la autoexpresión. Crea su obra únicamente para sí, en vez de producir algo para un público. El artista es visto como el alma solitaria y torturada. El propósito del arte se vuelve más una terapia para su creador que para la contemplación del espectador.

Las herramientas digitales han llevado a una explosión de creatividad e innovación en el diseño de caracteres. En mi opinión, durante los últimos diez años, debido a esta democratización, hemos visto tal vez algu-

nos de los mejores caracteres. Y también algunos de los peores. Estos son tiempos interesantes en el mundo de la tipografía. Hoy hay más caracteres que nunca y hay más tipos diferentes de caracteres disponibles que nunca. No es sólo que los diseñadores gráficos tienen más de dónde escoger, el lector promedio está expuesto a más tipos diferentes de caracteres que el lector promedio de hace veinte años.

Tenemos que definir el papel del diseñador de caracteres en todo esto. No creo que el diseño de caracteres tenga que caer en el hoyo negro de la autoexpresión en que ha caído el arte, si no es lo que queremos. El trabajo de los novelistas ha demostrado que podemos hacer un trabajo creativo, lleno de visión personal, sin perder de vista al público.

Nuestro público es diverso y tiene ideas muy definidas acerca de lo que quiere. Los caracteres pueden ocuparse de estas identidades y necesidades. Es por ello que existe todavía la necesidad de los nuevos caracteres. Y si respetamos a nuestro público, continuará existiendo la necesidad de nuevos caracteres. Por lo que, en otras palabras, no, todavía no hay suficientes caracteres. Finalmente tengo una respuesta para esa pregunta. Debería realmente intentar recordar todo esto la próxima vez que me encuentre en alguna fiesta y alguien me haga la pregunta.

