

Los sistemas de comunicación y su evolución: la escritura y una aplicación tipográfica contemporánea.

Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas
y de la Comunicación

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Trabajo de Fin de Grado presentado por Don José Luis Sanz Díez

Tutor Don Javier Herrero Valle

Segovia, 01/07/2015



Universidad de Valladolid

RESUMEN:

Los sistemas de comunicación evolucionan con el paso del tiempo adaptándose al uso que la sociedad de cada época les requiere. Unos aparecen, otros desaparecen y algunos se mantienen. Este trabajo es un breve repaso a los sistemas de comunicación en el siglo XVII y a su actual aplicación, centrándose en uno de ellos, la escritura tipográfica. Haciendo ver cómo ha perdurado en el tiempo manteniéndose vigente en la actualidad.

Para ello, se ha realizado el diseño de una nueva tipografía basada en la adaptación de los caracteres de unas laudes sepulcrales del siglo XVII de la Catedral de Santa María de Segovia desarrollando posteriormente una aplicación tipográfica contemporánea.

PALABRAS CLAVE: sistemas de comunicación, evolución, escritura, tipografía

ABSTRACT:

Communication systems evolve over time adapting to the time and the society required use them. Some appear, others disappear and some remain. This paper is a brief review of communication systems in the seventeenth century and its current implementation, focusing on one of them, typographic writing. Showing how it has endured use over time keeping force. Today, with the use of fonts in the current design computer tools.

For this, it has designed a new typeface based in the characters of a sepulchral lauds seventeenth century from the Cathedral of Santa María on the adaptation subsequently developing a contemporary font application.

KEY WORDS: communication systems, evolution, writing, typography

Índice

| | |
|--|----|
| 1. Marco teórico. | 7 |
| 1.1 La necesidad de comunicación en el ser humano. | 8 |
| 1.2 Sistemas de comunicación utilizados en el siglo XVII. | 10 |
| 1.3 Sistemas de comunicación utilizados en la actualidad. | 11 |
| 1.4 La comunicación escrita: análisis y evolución tipográfica. | 12 |
| 1.5 Contexto actual en la escritura. | 13 |
| 1.6 Antecedentes de recuperación tipográfica. | 14 |
| 2. Desarrollo tipográfico. | 19 |
| 2.1 Documentación. | 20 |
| 2.2 Digitalización. | 24 |
| 2.3 Creación de la tipografía. | 33 |
| 3. Resultado tipográfico. | 35 |
| 4. Conclusiones del trabajo. | 37 |
| 5. Bibliografía. | 39 |
| 6. Anexos. | 41 |
| Anexo 1. | 42 |
| Anexo 2. | 44 |



1.1 La necesidad de comunicación en el ser humano.

El ser humano se comunica por instinto, desde el nacimiento en el que el neonato llora para anunciar su llegada al mundo, hasta los últimos suspiros de vida en el que toda persona trata de transmitir lo que más le pesa en el fondo de su ser.

La comunicación, a la par que el ser humano, ha ido evolucionando a lo largo de los siglos según se ha ido enfrentando a situaciones cada vez más complejas: al principio, el hombre plasmaba una serie de símbolos en las cuevas donde vivía representando sus hazañas de caza, más tarde, buscó formas para que el conocimiento adquirido a lo largo de sus días sobreviviese a su existencia, hasta llegar al momento actual en el que los estímulos comunicativos le bombardean cada vez que pisa la calle.

Pero, ¿qué entendemos por comunicación?

Según la Real Academia de la Lengua, las acepciones de comunicación son las siguientes:

1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse.
2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas.
3. f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
4. f. Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujeas, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.
5. f. Cada uno de estos medios de unión entre dichas cosas.
6. f. Papel escrito en que se comunica algo oficialmente.
7. f. Escrito sobre un tema determinado que el autor presenta a un congreso o reunión de especialistas para su conocimiento y discusión.
8. f. Ret. Figura que consiste en consultar la persona que habla el parecer de aquella o aquellas a quienes se dirige, amigas o contrarias, manifestándose convencida de que no puede ser distinto del suyo propio.
9. f. pl. Correos, telégrafos, teléfonos, etc.

Comunicación. (consultado el 1 de mayo de 2015). Diccionario de la Real Academia Española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=comunicación>

De todas ellas, la que se utilizará como definición para este Trabajo de Fin de Grado es la número 3 “Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”, aunque la 1 y la 6 también se refieren al contenido que trata esta investigación.

Según el trabajo de Baylon, Christian y Mignot, Xavier (1994, p.13), podemos encontrar diferentes aplicaciones del sustantivo comunicación:

1. El sistema de comunicaciones es caro.
2. En esta región las comunicaciones son fáciles.
3. Entre las dos habitaciones existía una comunicación.

En el ejemplo (3) se trata de un paso similar a una puerta o a un corredor, designado así porque permite ir de una habitación a la otra, es decir, desplazarse. Se podrá pensar en el famoso principio de los casos comunicantes, en el que el desplazamiento es de líquidos y no de personas. En el ejemplo (2), comunicaciones se refiere a los transportes, es decir, siempre a desplazamientos a gran distancia de personas o cosas, imposibles sin una red de vías llamadas justamente de comunicación y sin vehículos para recorrerlas; comunicación es pues, más o menos sinónimo de medios de transporte en sentido amplio (carreteras y coches, trenes, aeropuertos y aviones, etc). El ejemplo (1) describe una operación que no consiste tanto en relacionar a dos personas alejadas como en utilizar un artefacto a cambio de una remuneración. Ya no se trata de desplazar seres o cosas, sino de transferir señales.

Como se ve, es una palabra ambigua que posee diferentes significados en función del contexto en el que sea aplicada.

El ser humano percibe lo que tiene a su alrededor a través de los sentidos, por lo que podemos establecer que es a través de los mismos, como el ser humano obtiene una serie de estímulos que le indican algo (que le comunican). Por ello, la manera que tiene el ser humano de recibir una comunicación le viene a través del tacto, del olfato, del gusto, del oído o de la vista.

Es a través de los sentidos como el ser humano recibe las distintas señales que tiene que decodificar, señales que vienen recogidas en sistemas de comunicación.

Entendemos la comunicación como sistema tomando como referencia el trabajo de Manuel Martín Serrano (2009, p. 150): “Las condiciones que hacen de la comunicación un sistema real se manifiestan a dos niveles. Por una parte, en la forma en la que está organizada; por otra, en la naturaleza de sus componentes.”

Según la forma en la que está organizada, “Todas las actividades en los que se opere con señales que cumplen una función informativa, están organizados como sistemas” (Martín Serrano, 2009, p. 150).

Según la naturaleza de sus componentes, “Los sistemas comunicativos no sólo operan con la información. Además poseen información que les configura” (Martín Serrano, 2009, p. 151).

Por tanto, entenderemos por sistema de comunicación aquel vehículo que hace llegar la información de uno a otro ser humano.

Esta investigación repasa diferentes sistemas de comunicación, clasificados según el sentido por el que el ser humano los recibe, que se han utilizado en el siglo XVII comparándolos con los sistemas de comunicación de la actualidad.

1.2 Sistemas de comunicación utilizados en el siglo XVII.

La investigación realizada deja vacantes de uso comunicativo intencionado, excluye la comunicación del día a día de modo interpersonal, los estímulos recibidos a través del olfato y del gusto, centrándose así en el tacto, el oído y la vista.

En cuanto al tacto, el principal ejemplo de comunicación lo encontramos en la numismática. En el siglo XVII ya se marcaban las monedas (figura 1) con el fin de que las personas invidentes identificasen el valor de las mismas con el objeto de que no fuesen engañadas en sus transacciones económicas.



FIGURA 1. Moneda de 1621 de los Países Bajos.



FIGURA 2. *El charlatan veneciano* (1765) de Giandomenico Tiepolo.

Respecto al sentido del oído, destaca la actividad de los charlatanes (figura 2), que en su mayoría vendían remedios medicinales para el pueblo llano, “vestido con traje talar de médico, aparecía el “famoso y doctísimo medicí” que les lanzaba un discurso muy preparado, frecuentemente acompañado de citas bíblicas y relatos de curas maravillosas” (Raúl Eguizábal, 1998, p. 70).

Con predominancia, está la comunicación percibida a través de la vista. Las pinturas o ilustraciones representaban una parte importante en esta manera de comunicar, aunque la mayoría de la comunicación a través del sentido de la vista era escrita: la imprenta (inventada por Gutenberg en 1440) seguía siendo el mayor y predominante instrumento de comunicación masiva por lo que la escritura estaba en todas partes: libros (figura 3), almanaques, grabados en piedra...

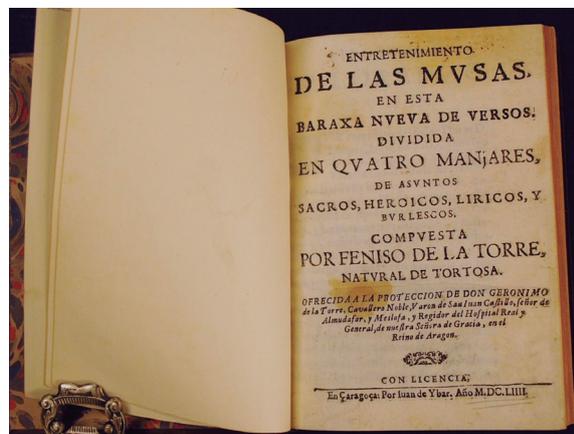


FIGURA 3. *Entretimiento de las musas* (1654) de Francisco de la Torre y Sebil.

1.3 Sistemas de comunicación utilizados en la actualidad.

A día de hoy no existe ningún sentido humano que no sea utilizado para desarrollar una comunicación con algún fin concreto.

Por el olfato se desarrolla una actividad denominada *marketing olfativo o sensorial* cuyo objetivo consiste en generar impulsos y recuerdo en los clientes mediante el uso de olores corporativos. Con esta técnica se busca comunicar la presencia del establecimiento o marca al notificar la existencia de ese olor característico.

El sentido del gusto se emplea sobre todo en el sector de la alimentación, dando un toque característico a los productos que los haga reconocibles; la marca de refrescos Coca Cola (figura 4), con su receta secreta hace su producto característico e inconfundible.



FIGURA 5. Semáforo.

En cuanto al sentido del oído, una de las aplicaciones comunicativas contemporáneas es el uso del sonido en semáforos (figura 5) para confirmar a las personas invidentes que pueden cruzar la calle cuando llega el turno de los peatones para cruzar la calzada.



FIGURA 4. Botella de Coca Cola.

El sistema braille (figura 6) es el sistema de escritura y lectura que permite a los invidentes conocer información a través de su tacto, facilitándoles el acceso a la información sin necesidad de ser ayudados de otras personas.

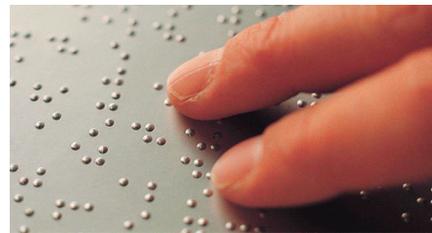


FIGURA 6. Sistema braille.

La comunicación a través del sentido de la vista sigue siendo la primordial, estando presente en ininidad de sitios:



FIGURA 7. Diferentes logotipos de marcas globales.

internet, televisión, exterior, prensa... En todos esos medios aparecen marcas, comerciales o no, de diferentes empresas o instituciones. Hoy, nuestra vida sería inimaginable sin las marcas que comercializan todo tipo de productos o las instituciones que nos garantizan unos servicios. Estas marcas son reconocibles por sus símbolos, cuya representación visual son los logotipos. Los encontramos (figura 7) a cada paso que damos y cada uno de ellos es asociado por nosotros con una serie de rasgos y datos con sólo mirarlos.

1.4 La comunicación escrita: análisis y evolución tipográfica.

Una vez visto los anteriores puntos del marco teórico, el sistema de comunicación elegido para analizar en este Trabajo de Fin de Grado es la escritura.

La escritura es el acto de escribir. ¿Y por qué escribimos? Porque como seres humanos necesitamos dejar registro de nuestros pensamientos, acciones, conocimientos, etcétera. La escritura

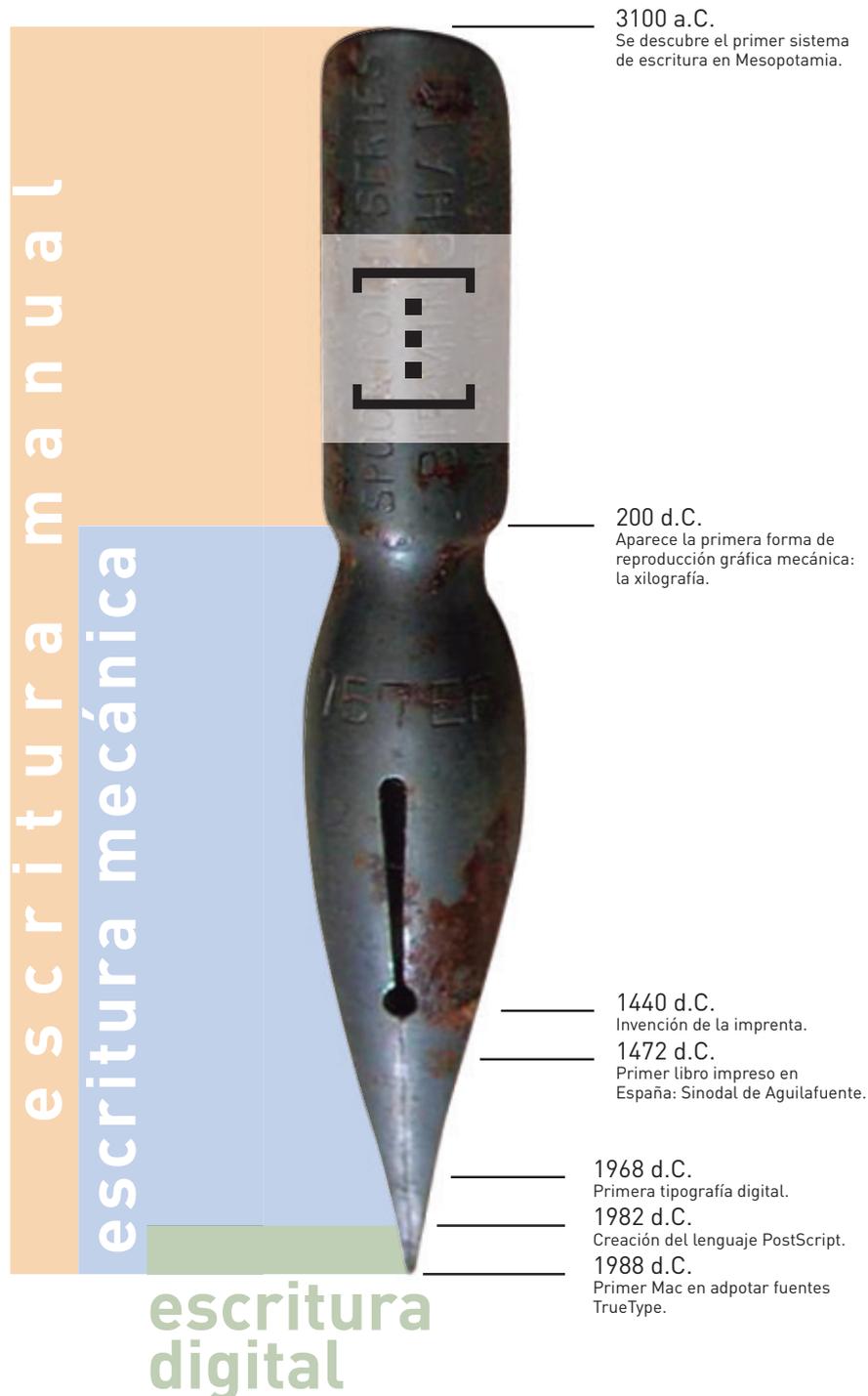


FIGURA 8. Línea del tiempo de la historia de la escritura.

genera por tanto un tipo de comunicación entre seres humanos. Tenemos varias opciones para comunicarnos, y una de ellas es la escritura.

Los inicios de la escritura se remontan a la utilización de elementos gráficos como representación de un significado. Ejemplo de esto es la cueva de Lascaux,

en la que encontramos imágenes de bisontes, caballos o ciervos asociadas con líneas de puntos. Se desconoce el significado de tales líneas, que a menudo constan de entre seis y siete puntos, y es que hasta ahora no disponemos de un «código» en virtud del cual pudiésemos descifrar el contenido simbólico de las líneas (Haarmann, 2001, p.54).

Los sistemas complejos de escritura se originaron por primera vez en Oriente, esa extensa masa de tierra que se extiende desde las costas orientales del Mediterráneo al Pacífico Occidental, dice Gelb, Ignace J. (1987, p.90). El más complejo de ellos, el sumerio, lo sitúa sobre el año 3100 a.C en Mesopotamia.

Desde entonces, toda forma de escritura ha sido realizada por la mano del hombre; esto pasa hasta el año 200, fecha de la que datan los primeros ejemplos de xilografía



FIGURA 9. Matriz xilográfica y punzones.

en China. Esta tecnología (figura 9) supuso el cambio de lo manual a lo mecánico a la hora de reproducir elementos gráficos.



FIGURA 10. Imprenta de Gutenberg.

El siguiente paso, hito histórico por su repercusión, fue en 1440, cuando Johannes Gutenberg inventa la imprenta de tipos móviles (o tipografía). La imprenta de Gutenberg (figura 10) supuso un hecho clave para la comunicación: multiplicó el acceso a la información a través de una forma rápida de producción de libros, pasando de la manualidad a la mecanización de la escritura.

Pasaron unos cinco siglos hasta el siguiente avance significativo (sin desmerecer inventos como la linotipia o la monotipia) en el que se introducía la escritura en un nuevo medio: las pantallas electrónicas. Fue en el año 1968, cuando se diseñó la Digi Grotesk, con la función de usarse en máquinas de rayos catódicos. En este momento la tipografía pasó de ser algo físico a digital. A principios de la década de 1970 la marca Xerox desarrolló Xerox Alto, una máquina precursora del ordenador actual en la que introdujo un sistema de creación gráfica, con diferentes tipografías. En 1979 Xerox permitió a Apple investigar el funcionamiento del sistema que permitía la utilización de tipografías y debido a eso Apple pudo promover desde sus orígenes productos con variedad tipográfica.

1.5 Contexto actual en la escritura.

Se ha escogido la escritura para este análisis debido a la atemporalidad de su labor, ya que tanto en el siglo XVII como en la actualidad sigue desempeñándose en iguales usos. Igual atemporalidad tiene el vehículo de la escritura, la tipografía. Podemos utilizar en la actualidad una tipografía diseñada en el siglo XVII, como por ejemplo la Janson, siendo totalmente válida aún habiendo una diferencia temporal de cuatro siglos.

Tanto ahora como en el siglo XVII la escritura se utiliza en innumerables lugares: libros, inventarios, etcétera.

Esta investigación se centra en el trabajo tipográfico encontrado en las lápidas. Hoy en día es una aplicación más de la escritura, pero en el siglo XVII era de suma importancia. La referencia de los sepulcros, siendo la minoría grabados, identificando a quién estaba enterrado mediante la escritura.

Como objeto de este trabajo de fin de grado, se va a recrear en una tipografía digital los diferentes caracteres encontrados en laudes sepulcrales del siglo XVII de la Catedral de Santa María de Segovia.

Estos caracteres son de tipo romano ya que eran los predominantes en la imprenta española del siglo XVII.

“El siglo XVII fue un período desalentador para el arte de imprimir en España. Los tipos que se utilizaban eran principalmente romanos: la primera edición de Don Quijote fue impresa utilizando una fuente romana de estilo antiguo y ordinario. [...] Las estrechas relaciones políticas con Italia en aquella época también tuvieron su influencia en la imprenta española, y las modas tipográficas italianas de los siglos XVII y comienzos del XVIII eran, por lo general, bastante mediocres. [...] El tipo de fuente utilizado era, por lo habitual, romano de estilo antiguo y rudimentario.” (Albert Corbeto, 2011, p. 31).

El objetivo de este trabajo es mostrar como una de las diferentes aplicaciones de un sistema de escritura del siglo XVII, se adapta a la época contemporánea con otros objetivos aplicativos; basándose en el diseño original, y cumpliendo igualmente funciones comunicativas.

1.6 Antecedentes de recuperación tipográfica.

Con el objetivo de lograr una mejor ubicación de este Trabajo de Fin de Grado se mostrarán a continuación diferentes ejemplos de recuperación tipográfica existentes. Ejemplos como los de la recuperación de la tipografía creada por Jerónimo Antonio Gil en el siglo XVIII (figuras 11 y 12), la identidad corporativa del Monasterio de San Antonio el Real en Segovia (figuras 13, 14 y 15), el proyecto tipográfico Granaina diseñado a partir de la cerámica de las calles de Granada (figuras 16 y 17) y la tipografía Cibalina basada en las rotulaciones de los azulejos que dan nombre a las calles del centro de Madrid (figuras 18 y 19).

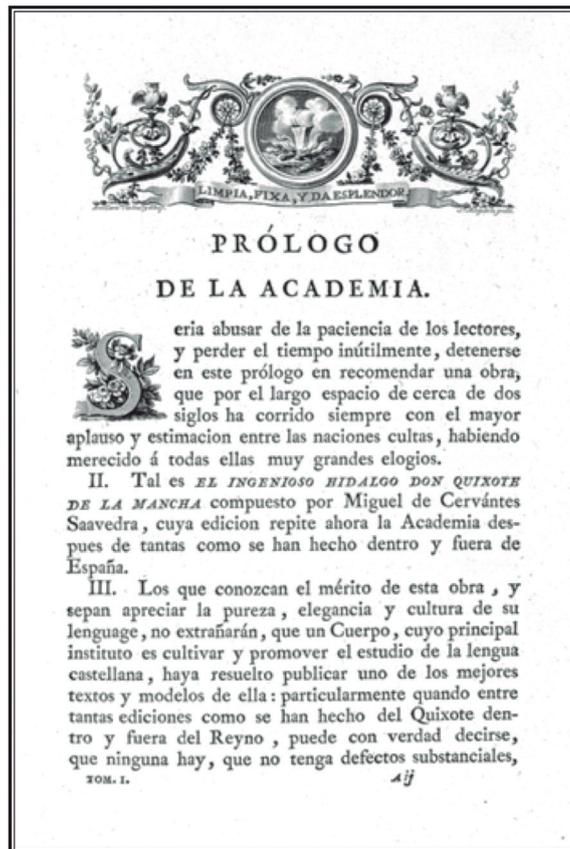


FIGURA 11. Texto original en la tipografía Ibarra Real (siglo XVIII).



FIGURA 12. Reconstrucción de la tipografía Ibarra Real.



FIGURA 13. Fresco encontrado en el monasterio de San Antonio el Real.

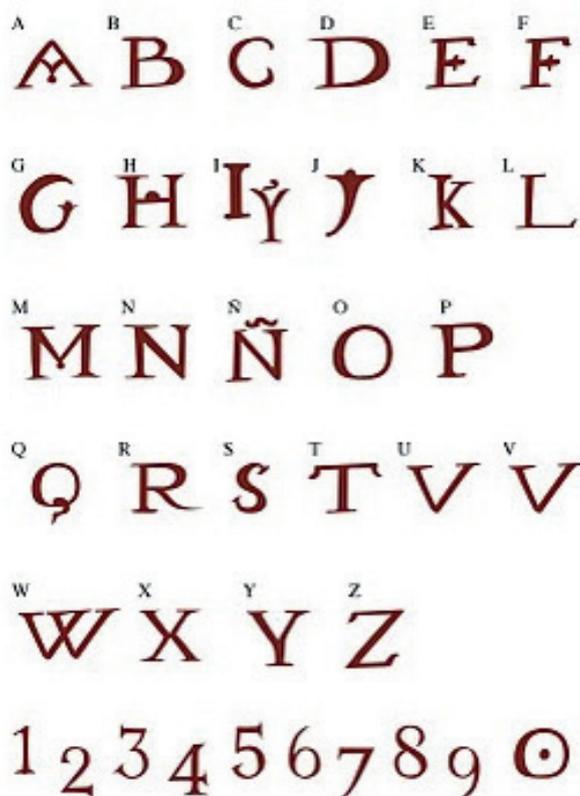


FIGURA 14. Tipografía diseñada para el Hotel San Antonio el Real.



FIGURA 15. Logotipo del Hotel San Antonio el Real.



FIGURA 16. Cerámicas de las calles de Granada.

Mayúsculas

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ÀÁÂÃÄËÊËÈÉÆÆÇÈÌÎÏÒÓÔÕÙÚÛÜÇÝŠ

Versalitas

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ÈÊËÈÁÆÊËÈÀÙÚÛÜòóôõüüïî

Minúsculas

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 àáâãäèéêëïîïìòóôõöüûúüÿÿšœæ

FIGURA 17. Tipografía Granaina basada en las cerámicas de las calles de Granada.



FIGURA 18. Letrero que identifica una de las calles de Madrid.



FIGURA 19. Muestra de la tipografía Cibelina.



CAPÍTULO 2
DESARROLLO
TIPOGRÁFICO

2.1 Documentación.

Esta investigación comienza con la elección de la ubicación del soporte a estudiar: las laudes sepulcrales. Segovia es una ciudad muy rica cultural e históricamente, por lo que tras un estudio previo de posibles localizaciones donde obtener los originales para la investigación se escogió la Catedral de Santa María de Segovia (figura 20) por el buen estado de conservación de sus laudes sepulcrales.



FIGURA 20. Catedral de Santa María de Segovia.

El siguiente paso fue la toma de contacto con los responsables de la Catedral de Santa María. El contacto con los responsables de la Catedral de Santa María se gestionó a través de Doña Mercedes Sanz de Andrés. Para acceder a la toma de originales, obtenidos de manera fotográfica, se necesitó la autorización (figura 21) del deán de la Catedral de Santa María, Don Ángel García Rivilla. Para dotar de consistencia la petición, también se entregaron junto a la petición de auto-

A la atención de don Ángel García Rivilla:

José Luis Sanz Díez, alumno de la Universidad de Valladolid del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en el Campus de Segovia, solicita permiso para fotografiar distintas laudes sepulcrales de la Catedral de Santa María de Segovia. El objetivo de estas fotografías es el estudio de los caracteres inscritos en dichas laudes para el desarrollo de una tipografía digital basada en los mismos, núcleo del Trabajo de Fin de Grado de los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas que estoy realizando.

Creo muy positivo el fin cultural de este trabajo y el hecho de que sea basado en uno de los principales valores patrimoniales de la ciudad de Segovia le da un atractivo particular para que sea realizado.

Atentamente:

José Luis Sanz Díez

FIGURA 21. Solicitud de permiso.



Javier Herrero Valle, profesor asociado del departamento de Historia Contemporánea, de América, Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid (Campus María Zambrano de Segovia) y tutor del Trabajo de Fin de Grado del alumno de "Grado en Publicidad y Relaciones Públicas" **José Luis Sanz Díez**.

Solicita el permiso para que el alumno pueda fotografiar los diferentes laudes sepulcrales ubicados en la **Catedral de Santa María de Segovia** en vista del interés patrimonial y cultural de este trabajo de investigación, que consta del estudio tipográfico de los caracteres realizados en las laudes sepulcrales".

Dicho trabajo será evaluado y publicado a posterior en la Universidad de Valladolid en formato digital, por su interés para el público e investigadores.

Agradeciendo de antemano las facilidades que puedan dar al alumno para la investigación tipográfica.

En Segovia, a 27 de Febrero de 2015

FIGURA 22. Recomendación de Javier Herrero



FIGURA 23. Recomendación de Francisco Egaña

rización las recomendaciones de Don Javier Herrero Valle (figura 22), tutor de este Trabajo de Fin de Grado, y de Don Francisco Egaña Casariego (figura 23), profesor del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Valladolid.

Una vez aceptada la solicitud, se acordó una fecha para la obtención de originales. Para esta tarea se empleó el siguiente equipo:

- Cámara fotográfica Canon EOS 60D
- Objetivo fotográfico Canon EF-S 17-85mm f/4-5.6 IS USM
- Trípode Vanguard Alta+ 203AP
- Dos focos de luz continua Yongnuo YN160

Las condiciones de iluminación para la obtención de las fotografías no era la más idónea por lo que se hizo necesario una segunda persona. El trabajo de iluminación de las laudes fue realizado por Ángel Iglesias Varona. Otra función que realizó Ángel Iglesias Varona fue la documentación fotográfica del proceso de captación de los originales posteriormente utilizados y que se ven en estas páginas (figuras 24, 25 y 26).



FIGURA 24. Captación de originales.



FIGURA 25. Captación de originales.

Para realizar las fotografías, se humedecieron previamente las lápidas para facilitar la visibilidad de los caracteres grabados. Es costumbre hacerlo, según comentaba Doña Mercedes Sanz de Andrés, cuando se documentan en imágenes las laudes como, por ejemplo, cuando se grabaron en vídeo para un documental destinado a televisión.

Las difíciles condiciones de iluminación hicieron que se tuviera que probar de diversas maneras hasta encontrar la fórmula acertada. Finalmente, se realizaron las fotografías mientras el técnico de iluminación enfocaba a la zona deseada con dos focos; esto fue debido a que al ser un espacio abierto la necesidad de potencia lumínica era mayor.



FIGURA 26. Captación de originales.

Una vez realizadas las fotografías necesarias para comenzar la labor tipográfica, el trabajo de documentación en la Catedral de Santa María había finalizado. El siguiente paso fue editar las imágenes de manera digital haciendo que los caracteres resultantes contrastaran de la mejor manera posible para su

digitalización. Esto se puede apreciar en la figura 27 (captura original) y en la figura 28 (imagen editada digitalmente).



FIGURA 27. Fotografía original.

FIGURA 28. Fotografía editada.

En la siguiente imagen (figura 29) se pueden apreciar diferentes caracteres grabados en las lápidas, base para el diseño de los caracteres de la tipografía digital.



FIGURA 29. Caracteres de una lápida del s. XVII de la Catedral de Santa María de Segovia.

2.2 Digitalización.

El siguiente paso del proceso es la digitalización de los caracteres. Los caracteres a crear están basados en los encontrados en las lápidas pero no son una reproducción idéntica, son una estandarización informática en base al estilo que los ha otorgado el autor. Hay que tener en cuenta distintas apreciaciones tipográficas que en su día (cuando se grabaron estas lápidas) no se tuvieron en consideración por la imposibilidad técnica debido al material en el que se reproducían, y que para el objetivo de este trabajo (la creación de una tipografía digital) sí se pudo tener en cuenta como la no variación en la forma de los caracteres o la definición siempre del mismo tipo de remate. Por otra parte, el diseño de estas letras trata de ser lo más atractivo posible por lo que puede que haya algunos aspectos de la tipografía digital que no se reproduzcan fielmente como aparecen en los caracteres grabados en las lápidas (como, por ejemplo, algún terminal, remate o contraforma).

PROCESO

Para la digitalización, se ha utilizado el software vectorial Adobe Illustrator. El proceso de diseño de los caracteres se basa en las curvas de Bézier.

1. Se localiza un caracter y se lleva a un documento de Adobe Illustrator (figura 30).

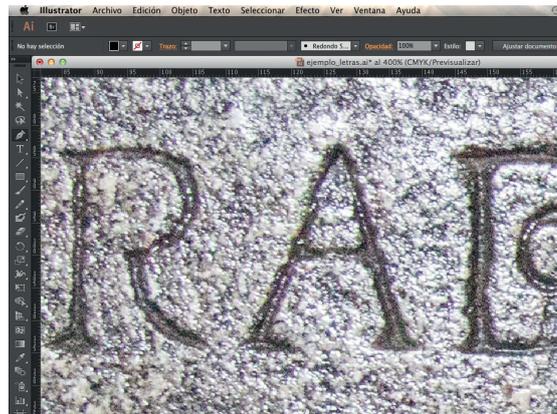


FIGURA 30. Caracter en Adobe Illustrator.

2. Se delimita el caracter con guías (figura 31).

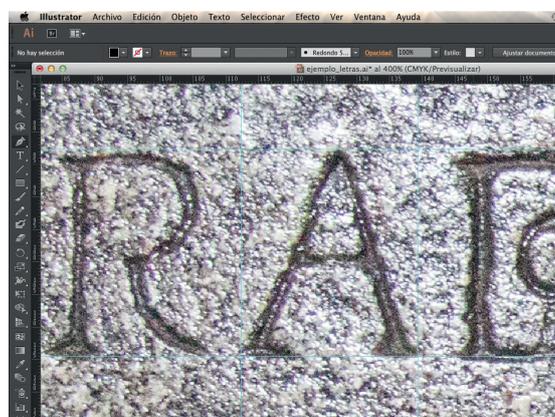


FIGURA 31. Delimitación con guías del caracter en Adobe Illustrator.

3. Se traza con la herramienta Pluma los contornos del carácter (figura 32).

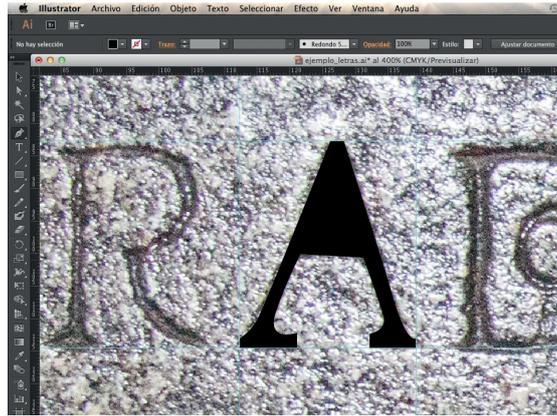


FIGURA 32. Trazado con pluma en Adobe Illustrator.

4. Se va dando la forma al carácter mediante los manejadores Bézier hasta dejarlo como se desea (figura 33).

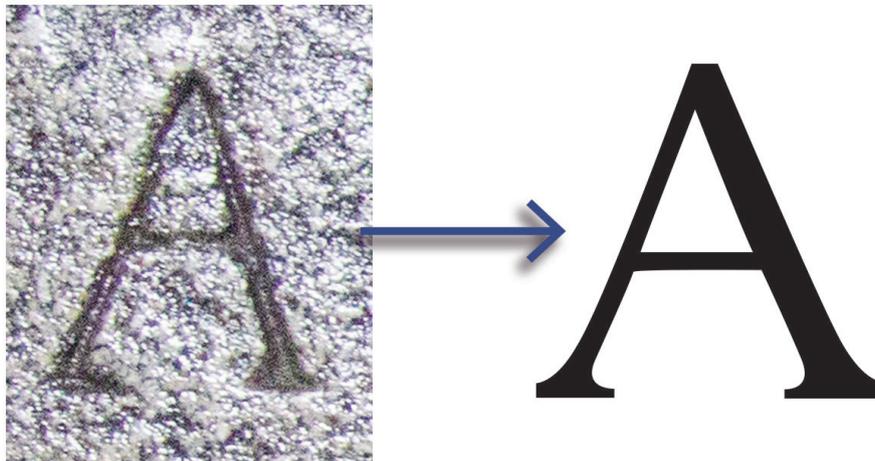


FIGURA 33.

Otros ejemplos de digitalización de caracteres son los siguientes:

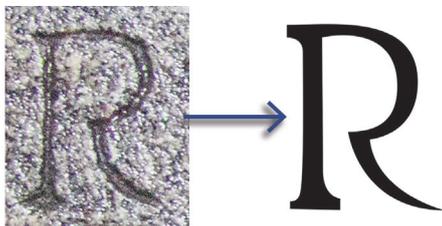


FIGURA 34.

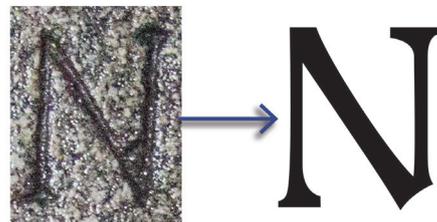


FIGURA 35.

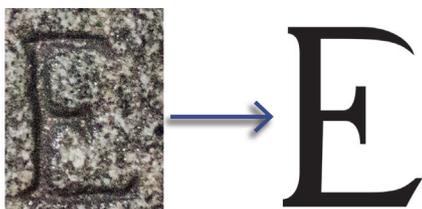


FIGURA 36.

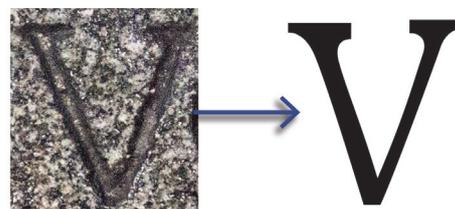
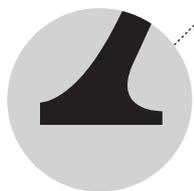


FIGURA 37.

Estos son todos los caracteres desarrollados:

Mayúsculas y minúsculas.

Los caracteres inexistentes en las laudes están marcados con un asterisco ().*



Remates de pie que varían en dimensiones simulando la realización manual del grabado en piedra.

A A B B
C C D D
E E F F
G G H H
I i J j
K K L L

M M N N

Ñ Ñ* O O

El tamaño de las
letras minúsculas
es el 85% del
tamaño de las
letras mayúsculas.

x P P 0,85x

Q Q

R R S S

T T V V

W W X X

Y Y Z Z

Tildes.

Á Á* É É*

Í Í* Ó Ó*

Ú Ú* Ü Ü*

Números

0

1

2

3*

4

5*

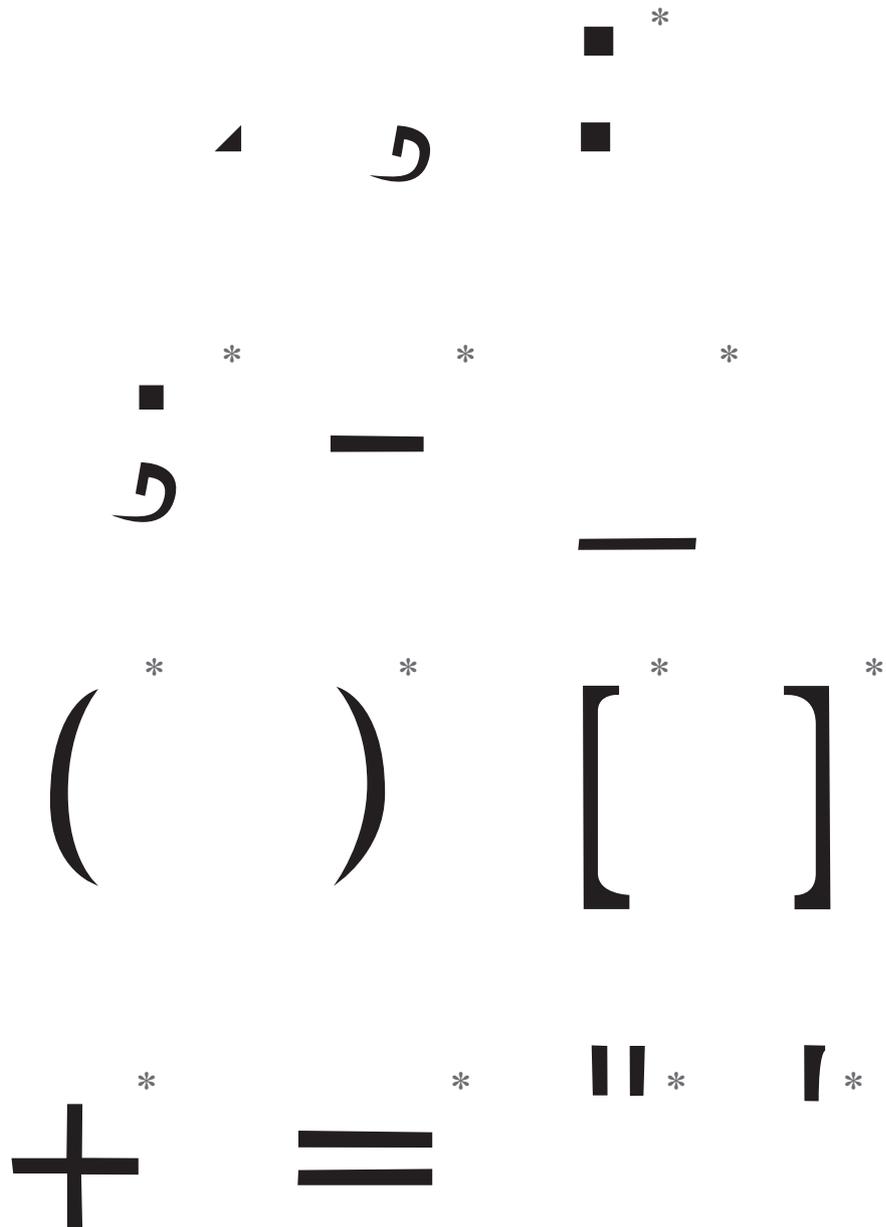
6

7

8

9

Símbolos.



¿ ? ¡

< > &

\ * / %

\$ € @

Ligaduras.

Æ Æ

Ŧ Ŧ

Ꝣ Ꝣ*

Ð Ð

Ɔ Ɔ

Ꝥ Ꝥ*

ꝺ ꝺ

Ꝼ Ꝼ

ꝼ ꝼ

Ᵹ Ᵹ

Ꝿ Ꝿ

ꝿ ꝿ

Ꝼ Ꝼ

ꝼ ꝼ

2.3 Creación de la tipografía.

Una vez dibujados los caracteres en Adobe Illustrator el siguiente paso es llevarlos a un software de creación tipográfica. En este caso el elegido es Glyphs. Glyphs también permite el dibujo de los caracteres en el mismo programa, pero por comodidad el proceso se ha hecho como se ha escrito en anteriores páginas. Los pasos seguidos son los siguientes:

1. Creación un nuevo archivo en Glyphs (figura 38).

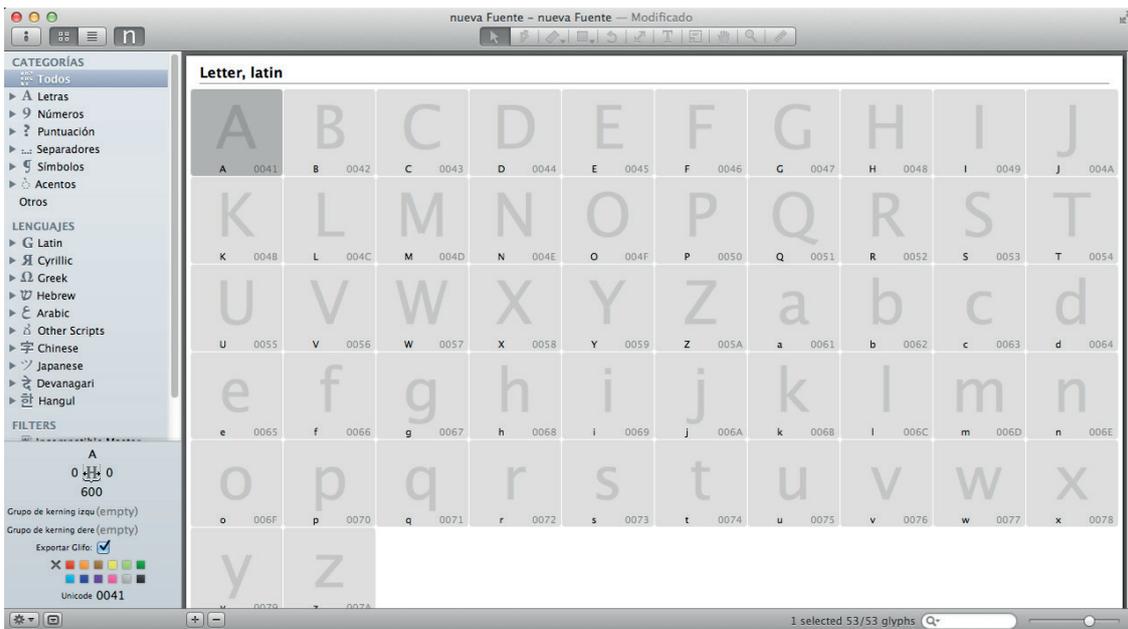


FIGURA 38.

2. Selección de un caracter deseado. Se traspasa el caracter vectorizado en Adobe Illustrator copiándolo y pegándolo a su correspondiente ubicación en Glyphs (figura 39).

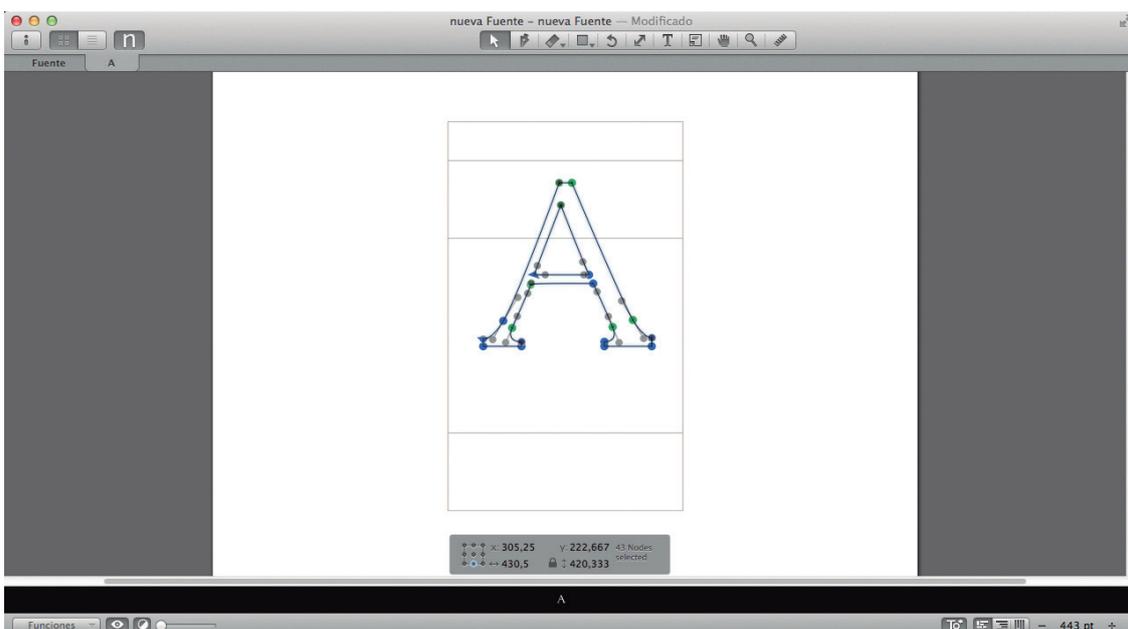


FIGURA 39.



CAPÍTULO 3
RESULTADO
TIPOGRÁFICO

Resultado tipográfico

De manera demostrativa del trabajo realizado, con el objetivo de ver claramente de dónde hemos partido y a dónde hemos llegado, se muestra el original del que se ha partido para realizar el trabajo (figura 42) y junto a él se muestra un diseño realizado de ese original con la tipografía creada (figura 43).



FIGURA 42.

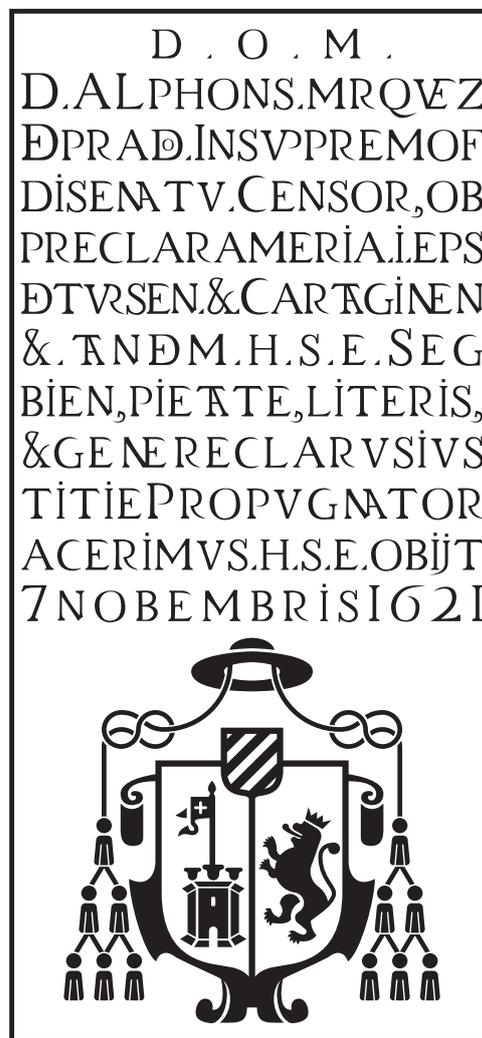


FIGURA 43.

Finalmente, el resultado final de esta investigación se concentra en un archivo OpenType, extensión otf. OpenType es un formato para tipos de letra en el que las letras que contiene se pueden aumentar o disminuir sin que pierdan calidad de definición.

Este archivo contiene la tipografía creada, llamada Laude indicando el origen de su diseño. El archivo se puede encontrar en el siguiente enlace:

<http://www.josesk.com/es/laude/>



CAPÍTULO 4 CONCLUSIONES

Conclusiones

Una vez narrado el proceso de creación de la tipografía partiendo de los caracteres hallados en las lápidas del siglo XVII en la Catedral de Santa María de Segovia, éstas son las conclusiones a las que se llega tras esta investigación:

- Se demuestra cómo una de las diferentes aplicaciones de un sistema de comunicación en el siglo XVII, la escritura, se adapta a la época contemporánea con otros objetivos aplicativos. Basándose en el diseño original, que cumple y amplía sus funciones comunicativas.
- Por muchos años de historia que tenga, queda patente con este trabajo, que la escritura es un medio de comunicación vivo y en continua actualización.
- El diseño gráfico es una herramienta fundamental en la mejora y evolución de la comunicación.
- La escritura es uno de los sistemas de comunicación más utilizados por el ser humano para comunicarse.
- La tipografía es un elemento caracterizador y representativo, que aporta personalidad.
- El reciclaje, en este caso de los caracteres de unas lápidas, puede ser una opción a la hora de renovar la comunicación de una empresa o institución, en este caso la Catedral de Santa María de Segovia.
- La evolución de la escritura se hace patente en la necesidad de nuevos caracteres y símbolos (acentos, arrobas, guiones...).
- La tipografía puede ser usada además en la creación de productos de mercadotecnia (souvenirs, folletos, ropa, etc.).
- La cultura es un recurso a tener en cuenta muy importante a la hora de caracterizar una comunicación.
- La comunicación influye fuertemente en el legado cultural de las sociedades y viceversa.
- La escritura digital apenas tiene unos años de vida y es una técnica totalmente a desarrollar con muchas posibilidades de utilización aún por descubrir.
- Los sistemas de comunicación no cambian con el tiempo, se adaptan a las épocas tomando la forma de los medios existentes.



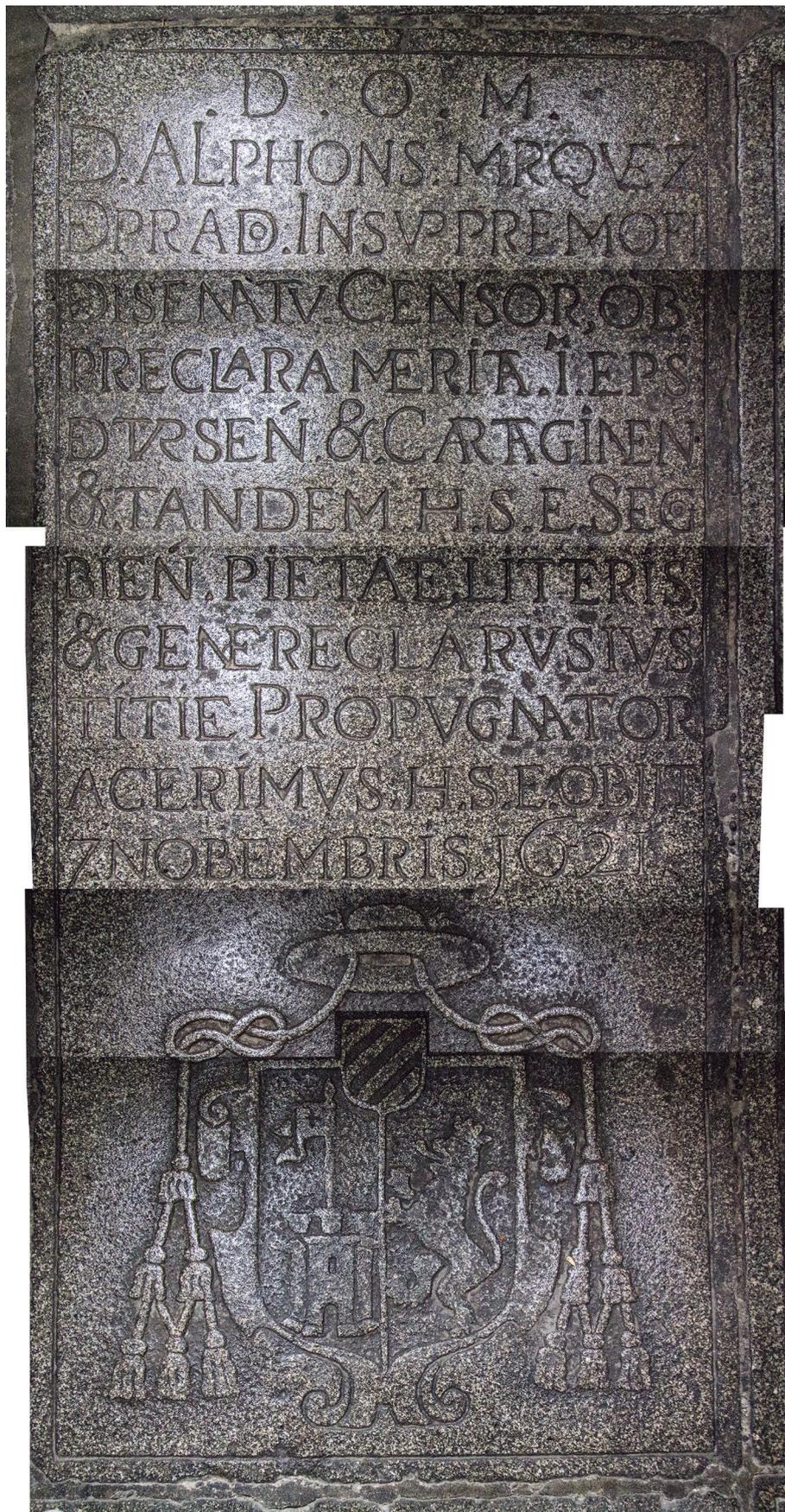
CAPÍTULO 5
BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

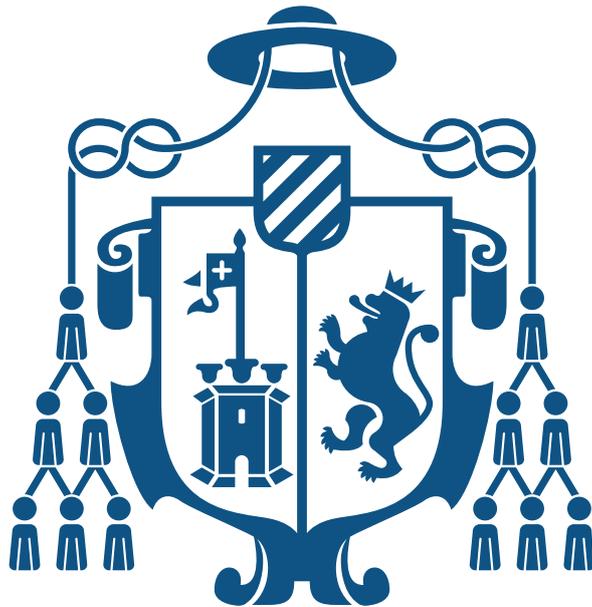
- Corbeto, Albert (2011). Daniel B. Updike impresor e historiador de la tipografía. Ed. Campgrafic.
- Eguizábal, Raúl (1998). Historia de la publicidad. Ed. Eresma.
- Martín Serrano, Manuel (2009). Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad. Ed. McGraw-Hill
- Baylon, Christian y Mignot, Xavier (1994). La comunicación. Ed. Catedra.
- Gelb, Ignace J. (1987). Historia de la escritura. Alianza Universidad.
- Haarmann, Harald (2001). Historia Universal de la Escritura. Ed. Gredos.



CAPÍTULO 6
ANEXOS

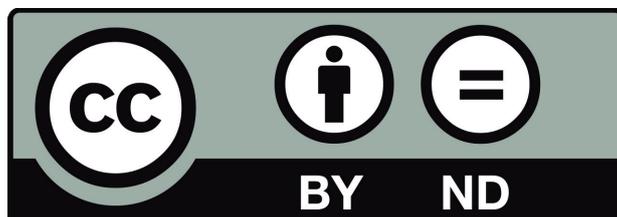


D . O . M .
D. ALPHONS. MRQVEZ
DPRAD. IN SVPREMOF
DISENATV. CENSOR, OB
PRECLARAMERIA. IEPS
DTRSEN. & CARTAGEN
& ANDM. H. S. E. SEG
BIEN, PIETATE, LITERIS,
& GENERE CLARVSIVS
TITIE PROPVGATOR
ACERIMVS. H. S. E. OBJT
7 NOBEMBRIS 1621



Bibliografía

Los derechos de autor sobre la utilización y distribución de este trabajo se rigen por una licencia Creative Commons. La elegida ha sido la variante *Reconocimiento – SinObraDerivada (by-nd)*, en la que se permite el uso comercial de la obra pero no la generación de obras derivadas.



Con esta licencia la tipografía se puede utilizar de manera personal y comercial sin coste ninguno pero no se puede modificar.