



Inmaculada Esteban Maluenda y Enrique Encabo Seguí son arquitectos y profesores de la Escuela Superior de Arte y Arquitectura de la Universidad Europea de Madrid, en el Departamento de Expresión Gráfica y Diseño y en el de Tecnología de la Edificación, respectivamente.

03 TIPOGRAFÍAS CONSTRUIDAS

de la gráfica del signo a la identidad de la imagen arquitectónica

INMACULADA ESTEBAN MALUENDA
Y ENRIQUE ENCABO SEGUÍ

"La letra tipográfica es uno de los medios de expresión más elocuentes de cada época y estilo. Próxima a la arquitectura, proporciona el retrato más característico de un periodo y el testimonio más severo del nivel intelectual de un país."

Peter Behrens

LA SEMIÓTICA DEL SIGNO: LA LETRA COMO SOPORTE DE COMUNICACIÓN

La cuestión tipográfica se interpreta erróneamente si se considera segregada, al margen de la concepción del resto de los elementos del edificio, y pese al papel que desempeña en la determinación de su imagen. La arquitectura refuerza esta cuestión confundiendo texto e imagen, lo que viene siendo un argumento destaca-

ble desde los primeros noventa, cuando la influencia de las teorías post-estructuralistas incidió en el entendimiento que hasta entonces se tenía del diseño tipográfico.

De hecho, el problema es la función que debe desempeñar el signo tipográfico como un recurso útil a la propia arquitectura como lenguaje. En el análisis, ya clásico, que Ferdinand de Saussure ^{N1} desarrolla en 1916 sobre lingüística y semiótica se defiende abiertamente la falta de vinculación entre la palabra hablada y el concepto que representa. El lenguaje es entendido como un sistema global de comunicación que, enraizado en el soporte cultural de la comunidad, permite desarrollar una serie de acuerdos semánticos.

FOTOGRAFÍA SUPERIOR:
NUEVA YORK, POR ELLIOTT ERWITT,
1969

^{N1} De Saussure, Ferdinand. *Curso de lingüística general, semiótica y antropología*, 1916.

^{N2} Abbott Miller, J.; Lupton, Ellen. *El abc de (triángulo, cuadrado y círculo) la Bauhaus y la teoría del diseño*. Barcelona; México: Gustavo Gili, 1994.

A cada palabra, entendida como una agrupación de fonemas (significante), se le asocia un concepto concreto que no pertenece de manera intrínseca al signo lingüístico aislado, sino que mediante su agrupación colectiva constituye el sentido (significado). El germen de estas teorías estructuralistas superó el ámbito de la lingüística hasta repercutir notablemente en la práctica de la arquitectura y del diseño industrial, gráfico y tipográfico del movimiento moderno. Al entender el lenguaje como estructura de comunicación se hace posible establecer nuevas relaciones que, a través de mensajes unívocos, empleen como soporte un elemento físico. Fueron precisamente las dudas suscitadas por la tesis estructuralista de Saussure las que generaron cierto recelo sobre el Movimiento Moderno, en lo que supone una defensa del diseñador como autor. En la década de los sesenta, con las teorías post-estructuralistas de Barthes, Foucault y Baudrillard, se abandona definitivamente la idea de que el signo lingüístico es arbitrario. Esta percepción marcará nuevamente la pauta general en el fin de siglo, coincidiendo con el despegue tecnológico de la denominada era digital.

ALGUNOS TRAZOS HISTÓRICOS:

DEL LOGO AL BIT

En relación con la "dualidad perceptiva" del signo tipográfico conviven dos vías de trabajo, según la letra se considere como elemento de comunicación o estrictamente como forma plástica. La confusión es mayor si limitamos el problema a la propia arquitectura, aunque quede atenuada por el papel que como diseñadores ejercieron algunos de los arquitectos más influyentes del siglo XX, y por su aportación a modo de claves sobre el buen uso de la tipografía como recurso expresivo de la arquitectura.

Peter Behrens consideraba la tipografía a partir de unos condicionantes profundos,

LA CAPACIDAD PLÁSTICA DE LA LETRA COMO SISTEMA DE COMUNICACIÓN ES UN TEMA RECURRENTE EN EL DISEÑO GRÁFICO Y, MÁS CONCRETAMENTE, DENTRO DEL CAMPO TIPOGRÁFICO. SIN EMBARGO, CUANDO LA LETRA SE INCORPORA A LA ARQUITECTURA –BIEN DESDE LA ESCALA ESPECÍFICA DE UN EDIFICIO, BIEN DESDE UN ÁMBITO URBANO–, TANTO EL CÓMO Y EL PORQUÉ DE SU UTILIZACIÓN COMO LA ELECCIÓN DE SU ESTILO (EN CUANTO A PARÁMETROS COMPOSITIVOS O Estrictamente estéticos) CONVIERTEN EN BALDÍO CUALQUIER INTENTO DE SISTEMATIZACIÓN. BAJO ESTOS PLANTEAMIENTOS, NO ES ÉSTE UN ACERCAMIENTO QUE PRETENDA SER EXHAUSTIVO SINO, A TRAVÉS DE UNAS SITUACIONES CONCRETAS, EXPONER UNA SERIE DE PISTAS Y APUNTES SOBRE LAS RELACIONES ENTRE LETRA Y ARQUITECTURA.

intrínsecamente ligados al fenómeno cultural de un tiempo. Nos atañe aquí su labor como arquitecto y creador de la imagen de la firma, a raíz de su nombramiento como consejero artístico en 1907. Tras una experiencia previa dentro del *Jugendstil* en 1900, el logotipo de la AEG (*Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft*) del propio Behrens aparece como un paradigma en el diseño corporativo. Su proyecto de la Turbinenhalle (Berlín-Moabit, 1908) puede entenderse como la culminación de este proceso. Probablemente sea el primer caso en que un arquitecto desarrolla esta doble faceta de constructor de una idea arquitectónica y creador de una imagen corporativa, ejemplificando los ideales de la Deutsche Werkbund en los que el artista debía ponerse al servicio de la colectividad, entendiendo que la razón última del proceso de producción era su propósito social. Otros arquitectos repetirán la fórmula multidisciplinar de Behrens en la que el diseño es abordado desde un punto de vista integral que incluye todos y cada uno de los elementos que aúnan la identificación corporativa de la empresa, desde el diseño de la marca comercial hasta la construcción de la imagen arquitectónica de la sede. Los casos de Arne Jacobsen, con la construcción de la sede para la compañía escandinava SAS (Copenhague, 1961), o de Eero Saarinen trabajando para la TWA (Nueva York, 1962) pueden entenderse, aunque de manera puntual, como continuadores de esta experiencia previa.

De este modo, podría fijarse el mencionado año 1907 como el inicio de la simbiosis entre comunicación y arquitectura y de la incorporación sistematizada de la tipografía a la imagen arquitectónica. La letra pasa a convertirse en un soporte eficaz de transmisión en la percepción del edificio, una pieza de lo que podría denominarse un "lenguaje de la visión". Ello supone la

codificación de un conjunto de formas abstractas destinado a la percepción inmediata **N2**, superando la experiencia como un fenómeno concreto para establecerla como parte de un proceso más amplio que ya forma parte de la escala urbana.

El siguiente paso lo podemos situar en la Bauhaus que, tras la exposición *Arte y Tecnología: una nueva unidad* de 1923, aboga por dirigir el potencial que ofrecen las nuevas tecnologías puestas al servicio de la creación artística y de sus premisas industriales. Resulta irrefutable la influencia que la Bauhaus comienza a ejercer desde su aparición y la plena vigencia que aún

AEG [ALLGEMEINE ELEKTRICITÄTS-GESELLSCHAFT]. SUCESIÓN HISTÓRICA DEL DISEÑO DEL LOGOTIPOS PARA LA COMPAÑÍA POR PETER BEHRENS. 1900, 1907, 1908, 1908, 1912.

AEG. VISTA EXTERIOR. SALA DE MONTAJE DE LA FÁBRICA DE TURBINAS. [TURBINENHALLE]. BERLÍN-MOABIT. PETER BEHRENS, 1909. A LA IZQUIERDA, IMAGEN DEL LOGO DE 1908 CONSTRUÍDO.



BUILT TYPOGRAPHIES

from the sign graphics to the architectural image identity

"Typographic lettering is one of the most eloquent means of expression of a particular time and style. Besides architecture, it provides the most characteristic portrait of a period and the most severe testimony of the intellectual level of a country".

Peter Behrens

THE ARTISTIC CAPACITY OF LETTERING AS A COMMUNICATION SYSTEM IS A RECURRENT THEME IN GRAPHIC DESIGN AND, PARTICULARLY, IN THE TYPOGRAPHIC FIELD. HOWEVER WHEN LETTERING IS INCORPORATED INTO ARCHITECTURE, EITHER FROM THE POINT OF THE SPECIFIC SCALE OF A BUILDING, OR FROM THE POINT OF ITS URBAN SURROUNDINGS, BOTH THE HOW AND THE WHY OF THEIR UTILIZATION AS WELL AS HOW THE STYLE IS CHOSEN (IN RELATION TO COMPOSITIONAL OR STRICTLY AESTHETIC PARAMETERS) MAKE ANY ATTEMPT AT SYSTEMATIZATION USELESS. IN ACCORDANCE WITH THIS WAY OF LOOKING AT THINGS, THIS IS NOT AN ATTEMPT TO BE EXHAUSTIVE, BUT RATHER THROUGH CERTAIN SPECIFIC SITUATIONS, TO SHOW A SERIES OF CLUES ABOUT THE RELATIONSHIP OF LETTERING AND ARCHITECTURE.

THE SEMIOTICS OF SIGNS:

LETTERING AS A MEDIUM OF COMMUNICATION

The typographic issue is wrongly interpreted if it is considered to be segregated, omitted from the conception of the other elements of the building despite the role it will play in the final appearance, a matter which is reinforced by the confusion between text and image in architecture, -which has been a notable point of discussion in architecture since the early nineties, when the post-structuralist theories started to have an influence on the understanding of typographic design held until that time.

In fact, we can frame the problem as being one of the role that a typographic sign should play as a resource that is useful to architecture as a language itself. In his, now classic, analysis developed in 1916 on linguistics and semiotics Ferdinand de Saussure **N1** openly defends the lack of connection between the spoken word and the concept it represents. Language is understood as a global system of communication which, rooted in the cultural background of the community, allows the development of a series of semantic agreements. A particular concept is associated to each word, understood as a group of phonemes (signifier), this does not belong in an intrinsic way to the isolated linguistic sign but rather through its collective grouping constitutes the meaning (significance). The seed of these structuralist theories went beyond the realm of linguistics to have notable repercussions in the practice of the architecture and industrial, graphic and typographic design of the modern movement. When we understand language as a structure of communication it is possible to establish new relationships which, through univocal messages, employ a physical element as a support. It was, to be precise, the doubts arising from the structuralist thesis of Saussure which generate a certain distrust about the modernist movement, in what can be taken as a defence of the designer as author. In the Sixties, with the post-structuralist theories of Barthes, Foucault, and Baudrillard, the idea that the linguistic sign was arbitrary was definitively abandoned. This perception once again indicates the general guidelines of the end of the century, coinciding with the technological leap of the so-called digital era.



hoy mantienen muchos de sus postulados. En este sentido, es esclarecedor el apunte que la diseñadora Ellen Lupton realiza en su *Diccionario Visual*: "Una parte del legado de la Bauhaus es el intento de identificar un lenguaje de la visión, un código de formas abstractas dirigido a la percepción inmediata, biológica, antes que el intelecto culturalmente condicionado".

A mediados de los años veinte, con el nacimiento de la *Futura* de Paul Renner (con su *A* triangular, su *O* circular y su *H* cuadrada) y de la *Universal* de Herbert Bayer, comienza un movimiento de clara oposición a las corrientes tradicionalistas, defensoras del clasicismo más férreo y del uso exclusivo de las familias romanas. El fenómeno tipográfico se encuadra dentro de una nueva posición artística que aboga por la claridad, la legibilidad, la concisión y el abandono por lo superfluo, en definitiva, por el funcionalismo. En arquitectura, paralelamente, tanto el Estilo Internacional con Mies a la cabeza como L'Esprit Nouveau de Le Corbusier, aglutinarán un amplio sector en defensa de estos preceptos que derivan de la herencia de las vanguardias —especialmente del constructivismo— y nuevamente de la escuela bauhausiana, principal promotora de la tipografía de palo seco **N3**. También el momento refleja en el campo tipográfico una clara evolución asentada en el desarrollo industrial y tecnológico, recuperando el gusto por el compás y la regla, así como por la medida y la proporción. En este sentido, ambas disciplinas abandonan lo ornamental para buscar una estética que materialice una condición eminentemente práctica. El uso de las tipografías *sans serif* se identifica con la esencia de un momento, y alcanza su máxima afinidad con la arquitectura de finales de los treinta.

Suiza tomará el relevo de la experiencia alemana. Mientras en arquitectura será la

revista *ABC* el estandarte de la Neue Sachlichkeit **N4** —opuesto enérgicamente al idealismo y estética del grupo De Stijl sobre el arte y la forma elemental—, en el campo tipográfico se iniciará el fenómeno acuñado como Nueva Tipografía de la mano de Jan Tschichold. Conocedor tanto del suprematismo y del constructivismo como del clasicismo tipográfico, con su manifiesto "Tipografía Elemental" **N5** en pro de los tipos *san serif*, Tschichold fue el único difusor de las corrientes de vanguardia cuyo mensaje podía ser entendido por los impresores y la gente de las artes gráficas. El documento aboga por la recuperación de las formas y geometrías más puras en favor de la claridad y concentración en lo esencial, al tiempo que defiende la idea de proporción dinámica como solución al equilibrio y armonía del conjunto. Esta huida de lo artístico, la clara ausencia de intencionalidad expresiva y la continuada búsqueda de la funcionalidad tienen su correlato en la claridad estructural de los edificios de la etapa americana de Mies y en general del auge del Estilo Internacional.

Ahondando en la figura del arquitecto diseñador, el suizo Max Bill defendió un nuevo sistema de composición basado en la aplicación de principios básicos matemáticos que quedaron reflejados en sus diseños gráficos e industriales. Caracterizadas por su componente geométrica y por la esmerada planificación de las relaciones tonales, sus primeras experiencias en estos campos se trasladaron posteriormente a la arquitectura al emplear sus fundamentos de Diseño Concreto —cuya reinterpretación dará paso a la Nueva Simplicidad que arraigará en los noventa tras la superación del deconstructivismo **N6**—. Persiguiendo la funcionalidad a través de distintas disciplinas, en el Pabellón Suizo para la Trienal de Milán en 1936 comenzará la elaboración de una meto-

N3 Sobre este aspecto, conviene referir lo que Philip Johnson y Henry-Russell Hitchcock afirman en *El Estilo Internacional: Arquitectura desde 1922*: "Los letreros en fachada son lo más cercano al adorno arbitrario a que han llegado los arquitectos del estilo internacional [...] El tipo claro y sin serifa es el más legible a buena escala y el que de manera más armoniosa se adecúa al carácter geométrico del diseño contemporáneo [...] Hay unas enormes posibilidades de lograr grandes sutilezas, tanto en la elección del tipo de letra y la distancia entre éstas, como en el uso de la iluminación, color y adecuados materiales; pero, sobre todo, la sutileza residirá en la relación de las escalas de la inscripción y del edificio".

N4 La revista *ABC* estaba dirigida por los suizos Hans Schmildt y Emil Roth, el holandés Mart Stam y el ruso El Lissitzky, y surge como consecuencia de las conexiones helvético-holandesas establecidas previamente a través de los arquitectos K. Moser y H.P. Berlage.

N5 Tschichold, Jan. "Elementare Typographie". *Typographische Mitteilungen*, 1925.

N6 Max Bill inicia su formación cursando orfebrería en la Escuela de Artes Aplicadas de Zürich (al no existir aún Escuela de Bellas Artes en Suiza) para pasar luego a estudiar tipografía en la Bauhaus de Dessau. Tras asistir a una conferencia de Le Corbusier, decide dedicarse definitivamente a la arquitectura. En 1925 había viajado a París para visitar la Exposición Internacional de Artes Decorativas, donde se encuentra con tres obras que supondrán el inicio de los postulados que defenderá a lo largo de su producción artística; se trata de los pabellones de L'Esprit Nouveau de Le Corbusier (Francia), el de Konstantin Mélnikov para la URSS, y la Ciudad Espacio de Frederick Kiesler (Austria).

SOME HISTORIC ILLUSTRATIONS: FROM THE LOGO TO THE BIT

Two distinct lines of work co-exist in relation to the 'perceptive duality' of the typographic sign, depending on whether the lettering is considered as an element of communication or solely as an artistic form. The confusion is greater if we restrict the problem just to architecture, although some of the most influential architects of the twentieth century remain exempted for the role they have played as designers, their principles were the keys to the good use of typography as an expressive resource in architecture.

Peter Behrens looked at typography from certain deep influences, intrinsically linked to the cultural phenomenon of a time. What concerns us here is his work as an architect and creator of the image of the company, as a result of him being named as artistic counsellor in 1907. After some previous experience in the *jugendstil* in 1900, the logo for AEG (Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft) by Behrens himself appears to be a paradigm in corporate design. His project for the Turbinenhalle (Berlin-Moabit, 1908) can be understood as the culmination of this process. It is probably the first example of an architect performing the two functions of constructor of an architectonic idea and creator of a corporate image at the same time, thus exemplifying the ideals of the Deutsche Werkbund in which the artist puts himself at the service of the community, understanding that the ultimate reason for the productive process is its social purpose. Other architects have copied the multidisciplinary formula of Behrens in which design is tackled from an integrated point of view which includes each and every one of the elements which make up the corporate image of the company, from the design of their trademark to the building of the architectonic image of their headquarters. The cases of Arne Jacobsen, with the construction of the headquarters for the Scandinavian company SAS (Copenhagen, 1961), or of Eero Saarinen working for TWA (New York, 1962) can be seen as continuations of this previous experience, even if in an isolated way.

In this way, we can date this previously mentioned year of 1907 as the start of the symbiosis between communication and architecture and of the systematic incorporation of typography into the architectonic image. Lettering became an effective method of transmitting the perception of the building, a part of what could be called a 'language of vision'. This supposes the codification of a complex of abstract forms destined for immediate perception **N2**, surpassing the experience as a specific phenomenon to establish it as part of a wider process which already forms part of the urban scale.

The next step we can attribute to the Bauhaus which, after the 'Art and Technology: a new unity' exhibition of 1923, supported the idea of directing the potential which new techno-



to it". They probably refute its artistic nature from the conviction that graphics has no meaning as such but rather that it is a necessary first step before a practical action in the street, given that the whole city is considered as the target for the invasion of *détournement*. What is undeniable, in any case, is the influence of situationism in the incorporation of graphic messages into the urban dimension of architecture.

The activities of the Archigram group in the Sixties and the appearance of Punk in Britain in the Seventies -substituting *détournement* with the underground, and graffiti with the photocopy, and as a consequence, continuing with the demystification of design through a radical graphic language based on the incorporation of collage into typographic usage- which in reality flow from the same sources.

Each of the moments that we have reflected upon indicates a rupture in relation to a particular context. This happened with the vanguards as a response to the social decline in Europe, with the International Style, in support of recuperating a strict scientific discipline compared to the Free stylistic interpretation, exceeding the educational keys of the Bauhaus, it also happened with pop-art, psychedelia and eclecticism in the second half of the Twentieth century, understandable as exercises in marketing in search of a new visual experimentation rather than opposition to the preceding rigidity. From the developments of the Fifties to the Oil crisis of the Seventies, and from the exacerbated capitalism of the Eighties to the new millennium depression, these "traces" incorporate advertising graphics and aesthetics as a means of transmission in the architectural sphere. The image of what is constructed is no longer just one: the typographic element is incorporated in an extremely effective way to this communicative noise that the urban space has become. The buildings speak to us, they express and try to overcome the blindness provoked by the excess in which they are enveloped. In the words of John Berger:

"These days appearances are volatile. Technological innovation allows us easily to separate the apparent and the existent. And this is precisely what the mythology of the present system needs to continue exploiting. It transforms appearances into refractions, as if they were illusions; but they are not refractions of light, but of appetite, of just one single appetite, the appetite for more" **N8**.

N8 Berger, John: *Algunos pasos hacia una pequeña teoría de lo visible*. Ardora Exprés, Segovia, 1997]

N9 Véase Kinneir, Jock. *El diseño gráfico en la arquitectura*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982.

N10 Véase que muchas de las características señaladas son las establecidas por el autor en Chávez, Norberto. *Imagen corporativa*. Barcelona: Gustavo Gili, 1996.

N11 Jürgen Habermas nos alecciona en torno a la incidencia manifestamente creciente del lenguaje publicitario en el mundo: "Una señal evidente que muestra la forma del hábitat urbano está cada vez más influida por relaciones sistémicas, a las cuales no se puede dar forma concreta; son, por ejemplo, los rótulos comerciales y los anuncios de neón, los cuales muestran que la diferenciación de la ciudad deja de lado el lenguaje formal de la arquitectura y sigue caminos bien distintos".

NUEVA YORK, 1968



rista, estos "rastros" incorporan la gráfica y la estética publicitaria como medio de transmisión en el ámbito de la arquitectura. La imagen de lo construido deja ya de ser una sola: el elemento tipográfico se incorpora de manera sumamente eficaz a ese ruido comunicativo en que el espacio urbano se ha convertido. Los edificios nos hablan, se expresan e intentan vencer la ceguera provocada por el exceso en el que se encuentran envueltos. En palabras de John Berger: "Hoy las apariencias son volátiles. La innovación tecnológica permite separar fácilmente lo aparente de lo existente. Y esto es lo que precisamente necesita explotar de continuo la mitología del sistema actual. Convierte las apariencias en refracciones, como si fueran espejismos; pero no son refracciones de la luz, sino del apetito, de un único apetito, del apetito de más" **N8**.

CRITERIOS DE CONVIVENCIA.

DE LO TIPOGRÁFICO A LO ARQUITECTÓNICO.

En cuanto a la relación establecida entre el edificio y la letra, es necesario calibrar hasta qué punto la incorporación del signo tipográfico forma parte de un proceso integrado en la gestación de la propuesta arquitectónica, y desestimar tanto aquellas aplicadas a *posteriori* como las que desde el inicio quedan separadas del soporte o límite físico de la edificación **N9**. Se podrían establecer cuatro categorías (entendiéndolas más como situaciones que como niveles) que posibiliten diferentes campos de análisis sobre los que concretar los problemas de toda praxis y calibrar la calidad de la incorporación de la tipografía al modelo arquitectónico.

1. Desde la dimensión de la gráfica como lenguaje, se establecen como objetivos su *calidad* (pureza estilística), el *ajuste tipológico* (pertinencia al caso) y la *corrección estilística* (estrategia de identidad), así como la *compatibilidad semántica* (armonía del concepto), la *inteligibilidad* (intención originaria), la *versatilidad* (adaptabilidad al observador público) y la *legibilidad* (facilidad de lectura), siendo este último probablemente el más decisivo **N10**. De hecho, la legibilidad tiene que ver con el tamaño y tipo de letras empleado, pero no cabe la interpretación aislada sino que implica características tan determinantes como las formas, la relación figura-fondo, el contraste cromático, la ubicación específica dentro del contexto y también la facilidad con la que accedemos a la lectura tipográfica —en lo que influye nuestro conocimiento o experiencia previa en este campo—, luego no puede restringirse exclusivamente a parámetros objetivos.

Por supuesto, la posición y el tamaño tienen mucho que ver en la percepción global de un objeto hasta el punto de que, para muchos, basta con que la elección de estos parámetros sea correcta para que su uso sea adecuado. Es cierto que el público, inconsciente del soporte técnico y de lo acertado de las decisiones estéticas, demuestra gran tolerancia frente a cualquier decisión siempre que facilite su buen entendimiento, pero no olvidemos que con la elección del tipo se captura irrevocablemente su atracción emocional.

2. Desde la permanencia del signo y su perdurabilidad en el tiempo, se distinguen su *singularidad* y *expresividad* (carácter identificativo), la *pregnancia* (de la estructura sobre la forma), la *vigencia* (contra un envejecimiento prematuro), la *reproducibilidad* (de cara a intervenciones futuras, ampliaciones y operaciones de reestructuración), así como el *arraigo* (tolerancia al paso del tiempo). Entendida como capacidad plástica en la transmisión de una idea gráfica o desde el significado implícito en una determinada palabra o marca comercial, la expresividad es una de las constantes en la aplicación tipográfica en arquitectura, así como uno de sus mayores condicionantes. La integración del rótulo dentro de la composición general de la fachada, el protagonismo o incluso el significado que adquiere desde el punto de vista de "lo superfluo" (efecto) o de "lo esencial" (estructura) inciden marcadamente en la validez de su percepción a lo largo del tiempo.

3. Desde la elección material y su integración sobre el soporte, destacan como esenciales la *sustracción* (renovación material) y *accesibilidad* (limpieza y preservación), la *durabilidad* (firmeza y solidez) y *armonía* (concordancia del soporte), así como la *flexibilidad* (tolerancia técnica) y *homogeneidad* (identidad unitaria). Nuestras ciudades se llenan de rótulos "fantasmas" que perviven en la memoria de las fachadas, como un palimpsesto de letras antiguas.

4. Finalmente, queda abierto el debate en torno a la dimensión publicitaria del signo tipográfico como incorporación a la imaginaria arquitectónica, entendida desde esta óptica como mero soporte de comunicación. En las dos últimas décadas la publicidad ha ido acaparando cuantitativamente la atención del espectador, hasta transformar la propia ciudad en un escenario propicio para su experimentación **N11**. Este argumento viene siendo un tema recurrente no sólo en la arquitectu-



IZQUIERDA, FERRO-CHEMICAL CORPORATION, OHIO. RICHARD NEUTRA, 1957.

DERECHA, NATIONAL CHARITY LEAGUE (NCL), LOS ÁNGELES. RICHARD NEUTRA, 1953.



ra sino también en el ámbito cognitivo, psicológico y sociológico. Y es que parece transgredirse un límite en el proceso disolutivo consecuencia de la nueva estructura socio-económica –responsable del fenómeno *mass-media*– que lleva a la mutación de la arquitectura en elemento publicitario.

Evidentemente, aun cuando se puede evaluar el peso de todas estas categorías en la elección de una determinada propuesta tipográfica, estas decisiones no son interpretables de manera aislada. A partir de esta reflexión se mostrará la relevancia que ha adquirido la incorporación de los caracteres tipográficos al proceso de gestación de la arquitectura, entendiéndolo como factor expresivo esencial, bien desde una componente estrictamente semántica, bien desde una dimensión iconográfica.

En este sentido, sería paradigmática la actuación del edificio PanAm de Walter Gropius (Nueva York, 1963), en la que la totalidad del remate se destina a la inclusión del logo de la compañía, y cuya situación frente a Park Avenue propicia su entendimiento inmejorable como una suerte de gran cartel publicitario. También en muchos proyectos de Richard Neutra la relación con la tipografía es algo más que circunstancial, existiendo notable cuidado y atención en la elección de los tipos y en el modo de establecer su vinculación con el propio edificio. En la sede de la Ferro Chemical Corporation (Ohio, 1957) unas letras de palo derivadas de formas puras se sitúan exentas sobre el pórtico de fachada, favoreciendo así una impresión de liviandad que acentúa el aspecto tecnológico del edificio. Ya había materializado con éxito una experiencia opuesta mediante el empleo de la robustez en los caracteres que sirvieron como insignia del edificio Aloe (Los Ángeles, 1948), unas oficinas para una empresa de material médico en las que la solución resulta acorde con la sensación de solidez y seguridad

que la empresa demandaba. Ambos ejemplos resultan muy ilustrativos en cuanto a la utilización que hace Neutra de los caracteres tipográficos, entendiéndolos desde el concepto de compatibilidad semántica que ayuda a subrayar el carácter inherente a la arquitectura de sus edificios y a la imagen de la propia compañía, defendiendo así el concepto de la gráfica como lenguaje, y considerando de esta forma la tipografía como una decisión más dentro del proceso de proyecto, no como mero añadido *a posteriori*.

OMA: EL PENSAMIENTO DIAGRAMÁTICO, SOPORTE DE TRANSMISIÓN CONCEPTUAL

Rem Koolhaas es una de las figuras más provocadoras contra la idea del edificio como arquetipo estático y, en cambio, mucho más ligada al sentido de lo público por su trascendencia como elemento de comunicación en la sociedad actual. Así sucede con uno de sus proyectos más recientes, la Biblioteca Pública de Seattle (2004), en la que el interior –al margen de la compleja geometría, resuelta en fachada como un híbrido entre la técnica del *curtain wall* y de la filosofía japonesa del origami– ofrece una singular experiencia espacial por el modo de establecer la configuración y comunicación entre los diversos espacios. El lenguaje de los libros se traslada a los planos plegados de sus paredes y forjados en los que la tipografía a tamaño gigante brinda una expresividad aún mayor a la singularidad de los espacios que encierran.

Nuevamente con esta visión, entre sarcástica y analítica, OMA trasmuta la letra en puro signo en el contenedor diseñado para el museo Guggenheim Hermitage (Las Vegas, 2001), que refuerza el carácter de lo proyectado: un paralelepípedo hermético alojado en un ecosistema *kistch* que sólo se vuelve expresivo en la rotunda Haettenschweiler, impresa sobre la superficie de acero de la fachada y extruida sobre el espacio principal de acceso.

CRITERIA OF COEXISTENCE. FROM THE TYPOGRAPHIC TO THE ARCHITECTONIC.

As for the established relationship between the building and the lettering, it is necessary to gauge up to what point the incorporation of the typographic sign forms part of an integrated process of managing the architectonic proposal, and reject both those applied *a posteriori* and those which are separate from the support or physical limit of the construction **N9**. Four categories can be established (to be understood more as situations rather than levels) which allow different fields of analysis on which to define the problems of all praxis and to gauge the quality of the incorporation of typography to the architectonic model.

1. From the dimension of graphics as language, establishing as objectives its quality (stylistic purity), the typological composition (appropriacy to the situation) and the stylistic correction (strategy of identity), likewise its semantic compatibility (harmony of concept), the intelligibility (original intention), versatility (adaptability to the public observer) and legibility (ease of reading), this last one being probably the most decisive **N10**. In fact, its legibility has a lot to do with the size and the type of lettering employed, but there is no room for the isolated interpretation but rather it should include characteristics which are so important, such as the forms, the relationship between figure and background, the chromatic contrast, the specific siting within the context and also the ease with which we can approach the typographic reading, which is influenced by our knowledge and previous experience in this field, –so it can not be exclusively limited to objective parameters. Of course, the position and the size has a big effect on the global perception of an object to the extent that, for many people, it is enough if the choice of these parameters is correct for their use to be adequate. Without doubt the public, unaware of the technical support or the appropriacy of the aesthetic decisions, show enormous tolerance to whatever decision as long as it facilitates good understanding, but we should not forget that the choice of type irrevocably captures its emotional attraction.

2. From the permanence of the sign and its durability in time, the distinctive elements are singularity and expressivity (identificational character), pregnancy (of the structure over the form), validity (against premature aging), reproducibility (in relation to future works, extensions, and restructuring operations), and the appeal (tolerance to the passing of time). Understood as artistic capacity in the transmission of a graphic idea or from the implicit meaning of a particular word or commercial trademark, expressiveness is one of the constants in typographic application in architecture, as well as one of the major conditioning factors. The integration of the sign into the general composition of the façade, its prominence or even the meaning it acquires from the point of view of the ‘superfluous’ (effect) or the ‘essential’ (structure) have a marked bearing on the validity of the perception through time.

3. From the choice of material and its integration on the support, the essential factors are subtraction (material renovation) and accessibility (cleaning and conservation), the durability (firmness and solidity) and harmony (concordance with the support), and also the flexibility (technical tolerance) and homogeneity (single identity). Our cities are full of ‘phantasmal’ signs which remain in the memory of the façades, like a palimpsest of old letters.

4. Finally, the debate about the advertising dimension of the typographic sign as an incorporation to the architectonic imagery is still open, it is understood from the view that it is a mere support to communication. In the last two decades advertising has increasingly dominated the attention of the spectator, so much so that it has transformed the city itself into a favourable scenario for its experiencing **N11**. This argument is a recurrent theme not only in architecture but also in the cognitive, psychological, and sociological sphere. It also appears to infringe a limit in the dissolute process as a result of the new socio-economic structure, -responsible for the mass-media phenomenon, which leads to the mutation of architecture into an element of advertising.

Obviously, even when the importance of all these categories can be evaluated in the choice of a specific typographic proposal, these decisions can not be interpreted in an isolated way. This reflection shows the relevance that the incorporation of typographic characters in the process of gestation of architecture has acquired, understood as an essential expressive factor, equally from a strictly semantic component, and from an iconographic dimension.

In this sense, Walter Gropius's work on the PanAm Building (New York, 1963) would be paradigmatic, in that the whole of the top was dedicated to the inclusion of the company logo, and its site -facing Park Avenue, gives us a clear understanding of it as a type of enormous advertising hoarding. Also in many of Richard Neutra's projects the relationship with the typography is rather more than incidental, obvious care and attention was taken in the choice of type and in the manner of its connection to the building itself. At the headquarters of the Ferro-Chemical Corporation (Ohio, 1957) some stick letters derived from pure forms stand free over the portico of the façade, thus giving an impression of lightness which accentuates the technological aspect of the building. Previously he had successfully achieved the opposite sensation by employing robustness in the characters which made up the insignia of the Aloe Building (Los Angeles, 1948), - the offices of a medical supplies company where the solution fits with the sensation of solidity and security that the company desired. Both examples are very illustrative for the use that Neutra makes of typographic characters, which are understood from the concept of semantic compatibility which helps to underline the inherent architectural character of his buildings and the image of the company itself, thus supporting the concept of graphics as a language, and in this way understanding typography as yet another decision within the project process, not as a mere addition a posteriori.

DIAGRAMMATIC THOUGHT AS A MEANS OF CONCEPTUAL TRANSMISSION

Rem Koolhaas is one of the more provocative figures, against the idea of buildings as static archetypes, and consequently far more connected to the sense of public because of its transcendence as an element of communication in present-day society. This is what happened in one of his more recent

N12 Denominada como 'El Cuento', supone el principal instrumento a nivel proyectual de lo que se denominó Deconstructivismo en arquitectura. El nombre responde, precisamente, al procedimiento creativo, ya que consiste en servirse de un texto, de una historia, o incluso de un cuento como base para fundamentar un proyecto y aplicarle, en último término, sentido común.

VISTA DEL VESTÍBULO DEL MUSEO GUGGENHEIM HERMITAGE, LAS VEGAS, NEVADA. OMA, 2001.

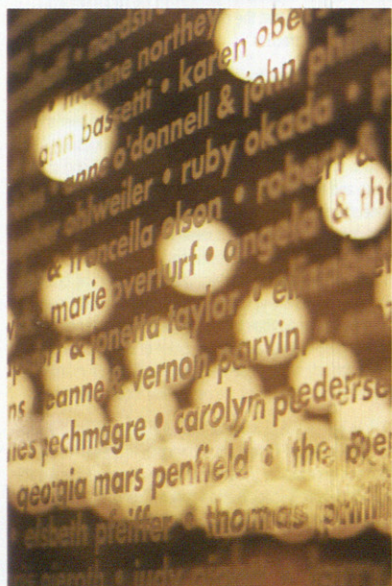
DIAGRAMAS DEL CONCURSO PARA LA BIBLIOTECA PÚBLICA DE SEATTLE, WASHINGTON. OMA, 2004. ABAJO, IMÁGENES EN DETALLE DEL PROYECTO CONSTRUIDO.



Mediante la ironía, Koolhaas apoya su argumentación proyectual en el desarrollo de una narrativa arquitectónica en la que la forma no debe percibirse a partir de la idea de un objeto como tal, sino como sistema o mecanismo para poner en marcha la percepción del vacío como función en sí misma. Este planteamiento se refleja en su forma de trabajar, en la que siempre están presentes el recurso a las técnicas tipo *collage* en la gráfica y al ensayo literario en lo ideológico, en muchos casos de marcados tintes políticos **N12**. Koolhaas interpreta el consumo y el desarrollo capitalista como exigencias de una sociedad que se construye a partir de esos valores. La decadencia urbana, la violencia, el desempleo y el habitar se interpretan como ecuaciones solucionables a partir de la innovación tecnológica y de la creencia que el progreso lineal llevará inexorablemente a una nueva sociedad. La arquitectura debe formar parte de una escenografía propuesta para su adecuada difusión, como si cada edificio se tratara de un enorme cartel publicitario.

FRANK O. GEHRY: DOMINIO PÚBLICO

Otro de los ejemplos más claros de metamorfosis en la interacción entre tipografía y arquitectura lo encontramos en Frank O. Gehry. A lo largo de su obra podemos apreciar un notable interés en la descontextualización del signo tipográfico, que se acentúa con el paso de los años. Para Gehry la letra es un elemento más, que sirve inicialmente como sensibilizador de un material de base, en ocasiones poco "noble" y, posteriormente -a raíz de su contacto con Claes Oldenburg-, como un hito dentro del edificio. El primer acercamiento de Gehry al elemento tipográfico se inicia a finales de los setenta con el proyecto del Centro Comercial Santa Mónica Place, donde sobreimpresiona unas versales de doce metros de altura en un material de fabricación industrial como es la tela metálica, hasta entonces apenas empleado en "arquitecturas de prestigio". Esta actuación sirve para dotar de entidad y carácter unitario a un conjunto fragmentado de edificios de escasa altura, situado en un suburbio de Los Ángeles.

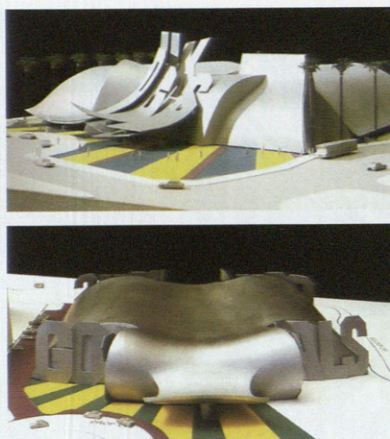


Posteriormente, la arquitectura de Gehry experimenta un progresivo acercamiento a la gramática del pop, y tras un primer intento con el Museo Aeroespacial de California (Los Ángeles, 1984) colaborará regularmente con Oldenburg, incorporando en su obra esculturas consistentes en objetos cotidianos extraordinariamente aumentados -la botella del Camp Good Day o los prismáticos-pórtico para el edificio Chiat/Day (Venice, 1985 y 1991 respectivamente)-. Estas experiencias previas sirven, sin duda, como base para la incorporación de elementos tipográficos fuera de escala en el pabellón de hockey sobre hielo (1992) de Anaheim **N13** para Disney. Gehry desarrolla este proyecto y realiza con la tipografía del equipo -una "Egipcia Americana" **N14**, muy habitual en las vestimentas deportivas de los equipos universitarios- un juego volumétrico en el que

dota de entidad física a las letras hasta transformarlas en una segunda fachada del edificio a la manera del conocido letrero "Hollywood", tal vez una referencia irónica al propio cliente. Existen varias maquetas de trabajo en las que se observan múltiples experimentos con los caracteres, siempre tratados como elementos autónomos que aparecen solapados y curvados a modo de gran marquesina, o bien como una segunda piel sobre el cuerpo de chapa de la construcción, único elemento identificable de un edificio, por otro lado, bastante convencional. Finalmente, las gigantescas letras no llegaron a realizarse.

En el último paso de esta evolución Gehry retoma las maneras de la pista de Anaheim mediante un lenguaje más sutil. En el concurso realizado en el 2000 para la sede del *New York Times* Gehry plantea desde las primeras maquetas la conversión de la gráfica de cabecera del rotativo en un gigantesco logo identificador, que queda impreso en las fachadas ondulantes del edificio. Tras unas primeras pruebas, en las que se había intentado reproducir la totalidad del nombre del periódico, se opta por emplear sólo las iniciales "N Y" que, en caracteres góticos, identifican universalmente a la propia ciudad y refuerzan, en segundo término, su significado con un énfasis particular. La identificación llega a tal extremo que la última maqueta muestra aplicada a su fachada un material continuo, blanco y traslúcido, aún más semejante al pliego impreso del diario neoyorquino. Las reminiscencias de las ideas venturianas sobre la doble escala de relación de los edificios en altura se hacen patentes en esta propuesta al igual que en el pionero PSFS de Howe y Lescaze (Filadelfia, 1932): las letras vinculan directamente al edificio con toda la ciudad.

En la obra de Gehry puede apreciarse una gradación de las conexiones entre el signo tipográfico y la arquitectura partiendo de



PROYECTO PARA PABELLÓN DE HOCKEY SOBRE HIELO ANAHEIM (PARA DISNEY ICE), ANAHEIM, CALIFORNIA. FRANK O. GEHRY, 1993-1995.

una simple adición, de la sensibilización de un material; pasando luego por una descontextualización del elemento tipográfico hasta convertirse en mera imagen o recurso estético; hasta transformarse, en una última pirueta formal, en la génesis de la idea y determinante último del aspecto arquitectónico, integrado en un soporte y al que se añade significado desde su dimensión publicitaria.

UNA REFLEXIÓN HISTÓRICA A TRAVÉS DEL TRABAJO DE H&M

Jacques Herzog y Pierre de Meuron han centrado el corpus fundamental de su trabajo en un enriquecimiento formal y material de la piel de sus edificios, frente a la abstracción y aparente funcionalidad de sus espacios interiores. Tal interés por el tratamiento de las fachadas no podía dejar fuera la consideración de los elementos tipográficos como parte integrante de sus propuestas. Resulta excepcional su caso porque, además, va acompañado de una reflexión sobre el papel de la letra en la arquitectura, y las mutaciones que en dicho rol se producen a partir de la incorporación de nuevas tecnologías. En la arquitectura de H&M la letra no es entendida como mero instrumento decorativo o recurso formal, sino como elemento transmisor de información. No se produce aquí, por tanto, la separación entre signo y significado, ni tampoco un trabajo sobre la estética del tipo, sino que el texto alcanza un grado esencial de significación y protagonismo. En sus propias palabras: "Para construir muros, suelos y edificios necesitamos de materiales de construcción. Así que utilizamos lo que está disponible: ladrillos y hormigón, piedra y madera, metal y vidrio, palabras e imágenes, colores y olores... -¡no es una broma!- (...) llevamos el material usado hasta un extremo para mostrarlo independientemente de cualquier otra función que no sea la de ser" **N15**.

N13 El encargo, por singular, merece cierta explicación. Tras el modesto éxito de un filme de la compañía Disney sobre este deporte (*The mighty ducks*, Stephen Herek, 1992), la factoría decide construir un centro deportivo que, de manera simultánea, sirva como soporte 'real' al equipo infantil que protagoniza el largometraje.

N14 Véase en este mismo texto, el primer apartado del epígrafe "Criterios de convivencia. De lo tipográfico a lo arquitectónico".

N15 *El Croquis* nº 60. Extracto de la entrevista realizada por Alejandro Zaera.

projects, the Public Library in Seattle (2004) in which the interior, divorced from the complex geometry which is resolved in the façade through a hybrid of the curtain wall technique and the Japanese art of origami, offers a remarkable spatial experience through the way the configuration and communication between the different spaces is established. The language of books is transferred to the folding plans of walls and structures in which the giant-size typography gives an even greater expressiveness to the singularity of the spaces they enclose.

Once again with this vision, somewhere between sarcastic and analytical, OMA transmutes lettering into pure sign in the container designed for the Guggenheim Hermitage museum (Las Vegas, 2001), which reinforces the projected character, a hermetic parallelepiped housed in a kitsch ecosystem which only becomes expressive in the Haettenschweiler rotunda, impressed on the steel surface and extruded over the main access space.

By way of irony, Koolhaas supports his projectural argument through the development of an architectonic narrative in which the form should not be perceived from the point of the idea of an object itself, but rather as a system or mechanism that triggers the perception of the space itself as a function. This approach is reflected in the way he works, in which we can always find the employment of techniques such as collage in the graphics and the literary essay in the ideological, in many cases with distinct political overtones **N12**. Koolhaas interprets consumerism and capitalist development as requirements of a society which is based on these values. Urban decay, violence, unemployment, and living space are seen as equations that can be solved by technological innovation and the belief that linear progress will inexorably lead to a new society. Architecture should be part of a scenography proposed to give it sufficient diffusion, as if each building were an enormous advertising hoarding.

FRANK O. GEHRY: IN THE PUBLIC DOMAIN

We can find another very clear example of metamorphosis in the interaction between typography and architecture in Frank Gehry. Throughout his career we can notice a particular interest in the decontextualization of typographic sign, which became accentuated with the passage of time. To Gehry the lettering was just one more element, which initially served as way to raise awareness of a base material, often not very fine, and later -through his contact with Claes Oldenburg, as a landmark within the building. Gehry's first contract with typographic elements began at the end of the Seventies with the project for Santa Monica Place Shopping Mall, on which he superimposed capital letters of two metres in height on top of an industrial manufactured material, wire netting, until that time hardly used in 'prestige architecture'. This act served to equip with significance and a unitary character a fragmented collection of buildings of no great height, situated in a Los Angeles suburb.

Later Gehry's architecture would undergo a progressive approximation to the grammar of Pop, and after a first attempt with the Aerospace Museum of California (Los Angeles, 1984) he would collaborate regularly with Oldenburg,



PROPUESTA PARA CONCURSO DE LA NUEVA SEDE DEL NEW YORK TIMES. FRANK O. GEHRY, 2000.

incorporating sculptures representative of everyday objects extraordinarily enlarged in his work, -the bottle of Camp Good Day or the binocular-portico for the Chiat/Day building (Venice 1985 & 1991 respectively). This previous experience served, without doubt, as the basis for the incorporation of outsized typographic elements in the Ice Hockey Stadium in Anaheim (1992) N13, for Disney. Gehry developed this project and carried it out with the team's typographic style -Egyptian-American16, very common on the kit of American university sports teams, a volumetric effect which gives a physical entity to the letters so that it transforms them into a second façade of the building in the manner of the famous 'Hollywood' lettering, perhaps an ironic reference to the clients themselves. Various work models exist in which we can see multiple experiments with characters, always treated as autonomous elements which appear as overlapped and curved like a large canopy, or a second skin over the bodywork of the construction, the only identifiable element of a building which, contradictorily, is quite conventional. In the end the gigantic letters were not included.

The last step in this evolution picks up again the features of the rink in Anaheim by way of a more subtle language. In the competition held in 2000 for the headquarters of the New York Times Gehry demonstrated right from the first models the conversion of the masthead graphics of the publication into a gigantic identifying logo, which is printed on the undulatory façade of the building. After some preliminary tests, in which he had tried to reproduce completely the name of the newspaper, he opted to use only the initials 'NY' which, in gothic characters, universally identify the city itself and at a secondary level reinforce its meaning with a particular emphasis. The degree of identification reaches such an extreme that the last model shows a continuous white translucent material applied to the façade, even more reminiscent of the printed page of the New York daily. The reminders of the ideas of Ventura about the double scale relationship of high buildings are obvious in this proposal the same as in that of the pioneering PSFS by Howe and Lescaze (Philadelphia, 1932): the lettering directly connects the building with the whole city.

In the works of Gehry we can appreciate a gradation in the connections between the typographic sign and the architecture starting with simple addition, of the public awareness of a material, moving on to a decontextualization of the typographic element to the extent that it becomes a mere image or aesthetic resource, until it transforms, -in one final formal pirouette, into the genesis of the idea and final determinant of the architectonic aspect, integrated in a medium and to which meaning is added by its advertising dimension.

AN HISTORICAL REFLECTION THROUGH THE WORK OF H&DM

Jacques Herzog and Pierre de Meuron have centred the main body of their work in a formal and material enrichment of the shell of their buildings, compared to the abstraction and apparent functionality of their interior spaces. Such an interest for the treatment of the façades must include the consideration of the typographic elements as an integral part of their proposals. Their case is exceptional because it also is accompanied by reflections on the role of lettering in architecture, and the mutations in that role that are produced by the incorporation of new technology. In the architecture of H&DM lettering is not understood as a mere decorative instrument or formal resource, but as an element that transmits information. Consequently, the separation between sign and meaning is not produced here, nor is there a work on the aesthetics of type, but rather the text reaches an essential degree of meaning and prominence. In their own words:

"To build walls, floors and buildings we need construction materials. So we use what is available: bricks and concrete, stone and wood, metal and glass, words and images, colours and smells... it's not a joke! (...) we go to extremes with the material used to show it independently of any other function which is not just that of being" N15.

As in the case of Gehry, it was in competitions that the most important facet of this relationship becomes evident. At first inspection we can see this in the project for the Cultural Centre in Blois (1991). With the aim of giving a sense of unity to

BIBLIOTECA DEL CAMPUS DE JUSSIEU, PARÍS. HERZOG & DE MEURON, 1990.



Como en el caso de Gehry, en los concursos es donde se muestra la cara más significativa de esta relación. Una primera aproximación la podríamos encontrar en el proyecto para el Centro Cultural en Blois (1991). Con el fin de dotar de unidad a un programa con dos auditorios se propuso una fachada ligera, estratificada en bandas horizontales, con paneles electrónicos desde los que se emitía información -aquí es inevitable pensar en la posible influencia de la artista conceptual norteamericana Jenny Holzer y de sus instalaciones con LED (*light emitting diode*)- sobre las actividades del centro. Tanto el incesante movimiento de las letras como el despliegue continuo de información dotan al cerramiento exterior del edificio de una extraña materialidad, prácticamente inasible, que supone la puesta al día de la tradicional incorporación de

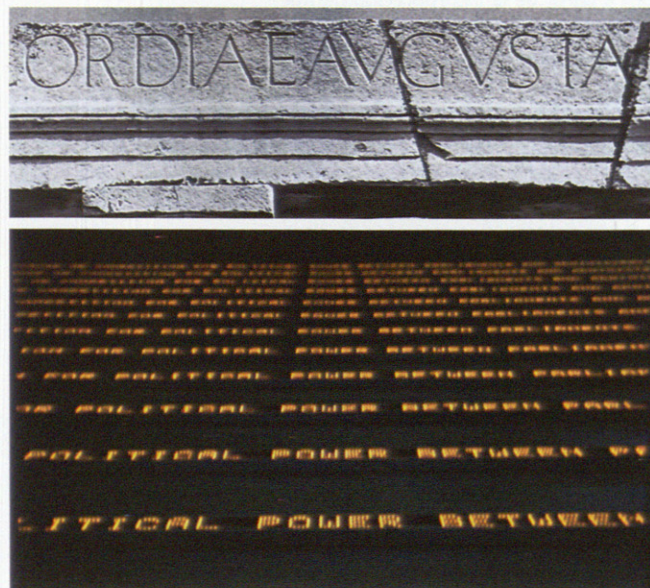
caracteres tipográficos a los frisos de las fachadas clásicas: las letras del Panteón de Agripa se transforman aquí en *bits* de información.

Un siguiente paso llegará dos años más tarde, con el concurso para dos bibliotecas en el campus de Jussieu. En este caso, la propuesta es de una frontalidad absoluta; el edificio, enclavado entre otras construcciones del campus, continúa con una estrategia similar al ejemplo anterior: gruesas bandas horizontales despliegan mensajes sobre soporte electrónico. Aquí se incorporan, además, imágenes de escritores y filósofos serigrافيadas en vidrio sobre unas tiras inscritas entre los carteles anunciadores -la inclusión de imágenes reaparecerá en ulteriores proyectos como la biblioteca de Eberswalde, en la que el motivo fotográfico manifiesta textura e incluye la información sobre el programa de la edificación-. En el concurso (ganado) de la biblioteca de Cottbus realizan un último intento de aplicar la rotulación electrónica en fachada, que no se materializará como en el proyecto original por cuestiones de programa. Sin embargo, aquí la letra sí reaparece, transmutada en pura imagen y sobreimpresa sobre los paneles de vidrio de la nueva fachada, hasta formar una trama indescifrable que es, otra vez, sólo textura.

Posteriormente continúan esta metodología de trabajo de manera que la imagen irá ganando importancia en detrimento de la letra, relegada así a la condición de textura o filtro de luz sobre el acabado exterior. En el edificio SUVA (Basilea, 1993), sede de la empresa del mismo nombre, se produce la tercera conexión

PANTEÓN DE AGRIPPA

INSTALACIÓN CON LED (*LIGHT EMITTING DIODE*) EN EL MUSEO GUGGENHEIM, NUEVA YORK. JENNY HOLZER.





BIBLIOTECA UNIVERSITARIA DE COTTBUS, ALEMANIA. HERZOG & DE MEURON, 1998-2004.

ABAJO, IMAGEN DEL PROYECTO.

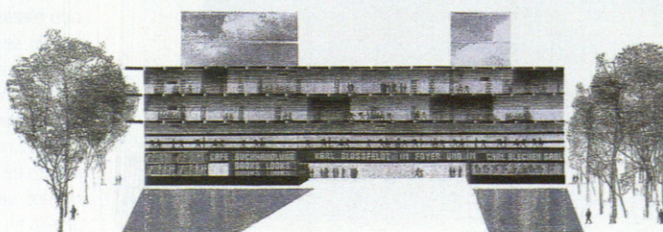
con el elemento tipográfico. Aunque en este caso se trata de la reforma de un antiguo edificio de oficinas, la actuación es similar ya que nuevamente se opta por colocar un velo de vidrio donde las piezas, tratadas y grabadas para disminuir su transparencia, coinciden con la parte superior de los antiguos huecos de fachada. Sólo un acercamiento en detalle a la fachada permite apreciar que se trata de una sobreimpresión del nombre de la empresa a escala extremadamente pequeña. Podemos hablar aquí de "microtipografía": la letra se utiliza separada de su significado para convertirse en un simple tamiz; la integración con el soporte es tan extrema que llega a dotarlo de un nuevo orden.

Por extremos en su planteamiento estos casos resultan paradigmáticos para analizar cómo se establece la integración entre arquitectura y tipografía en el panorama contemporáneo. Desgraciadamente, resulta mucho más sencillo exponer la cuestión que alcanzar conclusiones firmes al respecto. Sobre el modo de trabajar con tipografía sólo obtendremos respuesta si calibramos todos los parámetros que entran a formar parte de un proceso, mucho más complejo que una simple elección de un tamaño y un tipo de letra, simplificación propia de un esteticismo desinformado y técnicamente competente, pero nunca del proceso complejo que es la arquitectura: "La cuestión sería qué aspecto tendrá una tipografía que no refleje los principios sino los comportamientos, una tipografía cuyo énfasis no recaiga en la ceremonia ostentosa sino en el comportamiento y que no reproduzca instituciones sino procesos, una tipografía

que refleje la vida y no los organismos oficiales que a menudo dificultan la vida, una tipografía que ponga de relieve lo específicamente concreto en vez de demostrar verdades generales; un sistema que se entienda sin patetismo. La tipografía es una cuestión moral y política. Persigue la estética de una libertad común fomentando el principio de la comunicación ilimitada, un lenguaje que se entienda sin manipulación." (Otl Aicher) **N16**

N16 Aicher, Otl. *Tipografía*. Valencia: Campgràfic, 2004. Otl Aicher es diseñador gráfico y tipográfico, docente y cofundador de la escuela de Ulm, y autor de varios volúmenes en torno al diseño y su relación con otras disciplinas como la arquitectura, la sociología y la comunicación visual, y fundamentalmente la filosofía. Véase también, del mismo autor: *Análogo y Digital*. Col. Hipótesis. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

Este texto es una adaptación de la ponencia presentada al 2º Congreso Internacional de Tipografía "Las Otras Letras" celebrado en Valencia en junio de 2006, y organizado por la Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana. Desearíamos agradecer muy particularmente su apoyo y colaboración a Dimas García Moreno y Delfina Morán Arnaldo.



a programme with two auditoriums a light façade was proposed, stratified in horizontal bands, with electronic panels which show information about the activities in the centre, here it is inevitable that we think of the work of the North American conceptual artist Jenny Holzer and her installations with LEDs (light emitting diodes). Both the incessant movement of the lettering as well as the continuous display of information give the exterior of the building a strange materialness, almost unreachable, which implied an updating of the traditional way of incorporating typographic characters on the friezes of classical façades: The letters of Agrippa's Pantheon are here transformed into bites of information.

A subsequent step would arrive two years later, with the competition for the two libraries on the campus at Jussieu. In this case the proposal is totally frontal, the building is anchored between other constructions on the campus, and continues a similar strategy as the previous example: thick horizontal bands show messages using an electronic medium. Images of writers and philosophers are incorporated here serigraphed on glass over some strips written between the advertising hoardings, -the inclusion of images reappears in later projects such as the library at Eberswalde, in which the photographic motif displays texture and includes information about the programme of the building. In the competition, which they won, for the library in Cottbus they made a final attempt to apply electronic sign-writing on a façade, which because of matters of programme was eventually not done as in the original project. However, here the lettering reappears, transmuted into pure image and superimposed on the glass panels of the new façade, until it forms an undecipherable weave which is, once again, just texture.

They continued with this method of work in that the image increased in importance in detriment to the lettering, which is as a result relegated to the condition of texture or light filter on the outer covering. In the SUVA building (Basel, 1993) -the headquarters of the company of the same name, the third connection with typographic elements is produced. Although in this case we are dealing with the reform of an old office building, the action is similar in that once again they opted to place a veil of glass where the pieces, treated and engraved to dissimulate their transparency, coincide with the upper part of the old holes in the façade. Only by getting close to the detail of the façade can we appreciate that it is in fact a superimposition of the name of the company in extremely small scale. We can talk of "micro-typography". The lettering is used separately from its meaning so it is converted into a simple sieve, its integration with the medium is so complete that it manages to give it a new order.

For the extremes in their approaches these cases are paradigmatic in the analysis of how the integration between architecture and typography is established in the contemporary panorama. Unfortunately, it is much easier to expound the matter than to reach firm conclusions about it. As for the method of working with typography we can only gain an answer if we gauge all the different parameters which enter into the process, something much more difficult than just a simple choice of a size and type of letter, a simplification appropriate to a disinformed and technically competent aestheticism, but never to a complex process like architecture:

"The matter is what aspect will typography have if it does not reflect the principles but rather the behaviour, a typography whose emphasis does not lie in its ostentatious ceremony but in its behaviour and which does not reproduce institutions but processes, a typography which reflects life and not the official organisms which often make life difficult, a typography which puts into relief the specifically concrete instead of demonstrating general truths, a system which is understood without pathos. Typography is a moral and political matter. It pursues the aesthetic of a common freedom promoting the principle of unlimited communication, a language which is understood without manipulation". (Otl Aicher) **N16**