

Significación plástica de la tipografía desde la mirada de la semiótica visual

Natalia Carolina Pérez P.
Docente de tiempo completo,
Universidad de Boyacá.
Profesional en Diseño Gráfico,
Universidad de Boyacá. Magíster
en Semiótica, Universidad de
Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
natperez@uniboyaca.edu.co

Recibido: Abril 4 de 2011

Aprobado: Noviembre 11 de 2011

Resumen

Pensar la tipografía desde el diseño gráfico y la semiótica es un asunto del que si bien se han intentado establecer algunos parámetros, aún no es posible hablar con claridad de él, pues no existe una orientación semiótica clara que dé cuenta de cómo se genera la significación plástica en la tipografía. Esta ponencia pretende mostrar cómo la tipografía en su dimensión lingüística, particularmente en su dimensión visual, posee un alto valor comunicacional y, a través de la relación signifiicante-significado y ciertos códigos que la condicionan, permite identificar lo que se podría llamar una semiótica plástica tipográfica. Esto, considerando que la tipografía desde sus características visuales desarrolla una función comunicativa y estética que, además de permitir el proceso de lectura, puede generar significaciones que de cierta forma favorecen la interpretación de un texto.

Palabras clave: Diseño, significación, signo plástico, tipografía, visual.

Plastic signification of typography from the perspective of visual semiotics

Abstract

Think typography from graphic design and semiotics is something that, although some parameters have been established, is not possible yet to talk clearly about since there is not a clear semiotic orientation that explains how the plastic signification of typography is generated. This presentation aims to show how typography in its linguistic dimension, particularly from its visual dimension, has a high communicative value and through the signifier-signification relation and some codes that guide it, allow the identification of what could be called a typographic plastic semiotics. This, considering that typography, from its visual characteristics develops a communicative and aesthetics function, and that, besides allowing the reading process, it can generate significations that to a certain degree, can favor the interpretation of a text.

Key words: design, signification, plastic sign, typography visual.

270

Introducción

A lo largo de la historia de la comunicación visual la tipografía ha ocupado un lugar muy importante, pues como medio que permite representar el lenguaje facilita los procesos comunicativos. En este sentido, como la semiótica y el diseño gráfico enlazan sus planteamientos y dan cuenta de la manifestación plástica de la tipografía, sus características visuales, además de posibilitar la lectura, pueden generar estados emocionales, redundar el mensaje lingüístico e incluso ser consideradas como elementos significantes que generan significaciones y favorecen la interpretación del texto visual.

Partiendo de lo anterior, se debe considerar que los caracteres tipográficos además de ser significantes que guardan relación con un significado y corresponden a un sonido, cuentan con un alto poder discursivo y llevan inmersa en sí mismos la posibilidad de sobrepasar su dimensión lingüística. Así las cosas, para aprovechar dicha posibilidad, es necesario contar con una orientación semiótica que invite a explorar cómo se da la relación entre significante y significado tipográfico, sin olvidar que el contexto donde se manifiesten determina unos códigos que pueden modificar este último.

Metodología

Se establece una investigación que tiene como punto de partida una documentación que brinda los aportes necesarios en cuanto a antecedentes tipográficos que abordan la dimensión lingüística y visual de la misma, y continúa con la revisión de documentación de la perspectiva semiótica, la cual incluye la propuesta que en cuanto a signo plástico permite definir la manifestación visual de la tipografía.

Esta investigación centra su desarrollo en un trabajo de carácter documental y requiere acudir a gran variedad de referencias bibliográficas y de contacto profesional que apoyen y permitan construir una propuesta teórica: libros, capítulos de libro, revistas, artículos, entrevistas, elaboración de fichas bibliográficas, artículos y ponencias; y se apoya en una serie de teorías que podrían dar explicación al asunto de la significación plástica tipográfica, como parte del proceso investigativo que propone plantear una propuesta teórica sobre los fundamentos de la significación plástica tipográfica.

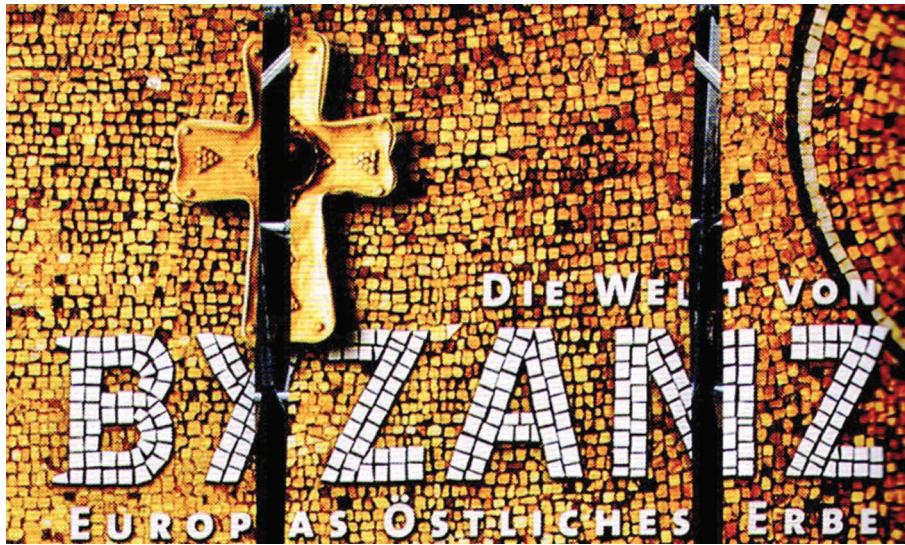
Elección y aplicación tipográfica

La elección de una fuente tipográfica implica un proceso cuidadoso en el que el tema, el contexto, el público hacia quien se dirige el mensaje, entre otros factores, son determinantes para lograr una elección acertada. Al involucrar la semiótica en la tipografía y considerar los factores mencionados anteriormente, es posible descubrir que los elementos que permiten la manifestación visual de la tipografía pueden provocar en el receptor una reacción diferente a la que se logra con una lectura desde la lingüística tradicional. Es decir, además de lograr la comprensión del mensaje en tanto elemento que posibilita el proceso de comunicación, la interacción con este tipo de comunicación visual rebasa la dimensión lingüística de la tipografía. Así, la forma de las letras, sus terminaciones, su dimensión, el contraste entre trazos y su modulación se convierten en elementos fundamentales que más allá de permitir la representación de la lengua, comunican y logran llevar al receptor por un camino de experiencias diferentes a las que se generan en la recepción de signo lingüístico.

Para dar cuenta de lo anterior, artistas, diseñadores tipográficos y poetas han abordado, aunque de manera tangencial, el tema semiótico en la tipografía. Por una parte, el poeta canadiense Robert Bringhurst (2008) menciona la relevancia de la relación entre fuente tipográfica, tema y propósito de la pieza visual. Afirma que el proceso de elección tipográfica no debe ser arbitrario e indica que dejarse llevar por una cualidad formal de los tipos no es lo correcto, pues aunque pueda tener relación con el tema, podría incumplir su propósito comunicativo al dificultar su lectura. Entre tanto, Gordon y Dodd (1994) indican que es posible imponerles características dinámicas a las fuentes o, a partir de sus cualidades plásticas, construir su personalidad, de manera que se logran intervenciones de estilo que apuntan a cumplir un fin comunicativo y estético. Por su parte, Jan Tschichold (2002), diseñador tipográfico de origen alemán, defiende una tipografía ideal y

Pérez P./Significación plástica de la tipografía desde la mirada de la semiótica visual

en *El abc de la buena tipografía* crítica su uso inadecuado, manifestando que el tratamiento apropiado debe ser completamente cuidadoso para evitar usos que no correspondan con el propósito de la pieza visual o de la fuente tipográfica. Para lograrlo, propone inculcar una cultura tipográfica que permita “obtener variedad y homogeneidad al mismo tiempo: muchas formas y tamaños, pero una sola cultura tipográfica” (Tschichold, 2002: 121).



Fuente: GGG BIZANZ diseñada por Gruppe Gut Gestaltung. Fuente-mosaico diseñada para una exposición temporal celebrada en la Colección Estatal de Arqueología de Bavaria en Múnich, 2004. Los caracteres se usaron en el recorrido en titulares, en carteles, en la cubierta del libro etc. Tomado de Guitton (2009: 148).

Así las cosas, Bringhurst, Gordon, Dodd y Tschichold, entre otros diseñadores interesados en el tema tipográfico, apuntan hacia la idea de que de acuerdo con el propósito, el mensaje lingüístico debe ser reforzado en su dimensión visual con la intervención de estilo y un tratamiento adecuado con las características

visuales de la tipografía; de esta manera, se logra una transformación plástica que corresponde con el contenido y cumple los propósitos de tipo comunicacional y estético que debe cumplir una pieza visual.

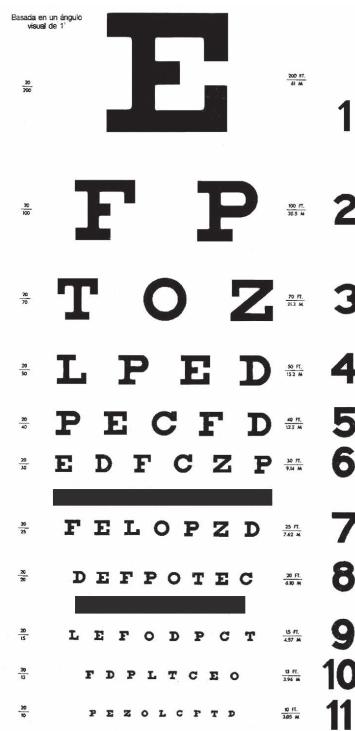
Naturaleza lingüística y visual de la tipografía

Ahora bien, en vista de que la tipografía se constituye en un elemento visual que manifiesta dos dimensiones, es necesario considerar a qué se refiere su dimensión lingüística y visual. Por una parte, desde la dimensión lingüística de la tipografía es posible considerar a Roman Jakobson (1975), quien en *Ensayos de lingüística general* describe dentro de las funciones del lenguaje la función poética o estética. Esta función si bien desde la perspectiva jakobsiana es considerada como un asunto meramente lingüístico, posteriormente con la propuesta de Jean-Marie Klinkenberg (2006) podrá plantearse desde una noción retórica, en la manera como se modela el mensaje. Para esto, en su *Manual de semiótica general* describe la función retórica o poética en la comunicación de la siguiente manera: “Se encuentra centrada en el mensaje mismo, llama la atención sobre la manera como el mensaje mismo ha sido modelado” (Klinkenberg, 2006: 66); modelado que está relacionado con el manejo que se dé a los elementos que permiten que el mensaje se visualice y que pueden contribuir con la interpretación del mismo; como sucede con un caligrama o una poesía.

274

Así las cosas, las condiciones bajo las cuales se puede explotar la función poética en un mensaje visual —para este caso en la tipografía— pueden darse en diferentes contextos y presentar resultados o usos completamente diversos, pero generados desde las cualidades visuales de cada fuente tipográfica, es decir, desde su forma, su color y su textura. Con relación a esto, Klinkenberg afirma que: “los colores, las formas y las texturas que pueden servir para la representación de las cosas [...] pueden liberarse de esta servidumbre y valer por ellas mismas” (2006: 66), con

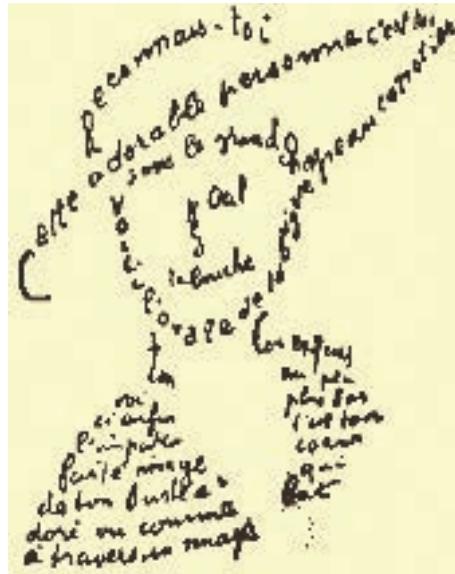
lo cual, estos tres elementos que permiten la manifestación visual de las letras podrían tomar un importante lugar en términos de la significación que generen y, además, hacer referencia a ello de acuerdo al contexto donde se manifiesten.



Test de Snellen. En este test de agudeza visual, la tipografía a partir de los elementos visuales que la componen cumple una función visual al permitir en el lector su reconocimiento. Sin embargo, no va mucho más allá de una lectura lingüística básica, pues simplemente busca que el lector identifique la letra al presentarla modificando su dimensión. Tomado de Cediell (1996: 112).

Klinkenberg dará mayor relevancia a este asunto al generar su propuesta de sistema pluricódigo, dentro del cual cabe la tipografía. En ella se estima tanto su

dimensión lingüística como su dimensión visual, es decir, la tipografía se constituye en sistema pluricódigo por cuanto los caracteres que la componen son identificados como signos lingüísticos y visuales a la vez y obligan a contemplar función y forma para comprender sus cualidades visuales y su significado. Por lo tanto, comprender la tipografía no implica considerar únicamente un código lingüístico, pues esta, como discurso pluricódigo, transmite de manera simultánea un mensaje lingüístico y visual, logrando con los dos cumplir propósitos de eficacia y belleza en la transmisión del mismo.



Mujer con sombrero. Caligrama de Guillaume Apollinaire. Poema 22, 9 de febrero de 1915. Los caligramas de Guillaume Apollinaire, Stéphane Mallarmé, Vicente Huidobro, entre otros, dan cuenta tanto de la dimensión visual como de la dimensión lingüística en la tipografía, al disponer los caracteres tipográficos de manera que formen aquellos elementos o situaciones a las que se refiere el texto.

Ahora bien, otra manera de abordar la tipografía es a través de lo que Klinkenberg denomina transcodificación. Para él “una transcodificación permite a un mismo significado transitar por diferentes sustancias de la expresión, por ejemplo, para la lengua, las sustancias sonora y gráfica” (2006: 211). En este sentido, la escritura como sistema lingüístico y visual da cuenta de dicho proceso; la escritura fonográfica codifica los aspectos del significante lingüístico como la entonación en el castellano, mientras que con la escritura ideográfica codifica el significado lingüístico, es decir, los morfemas, como sucede con los jeroglíficos egipcios. En su propuesta, Klinkenberg menciona unas funciones gramatológicas y grafemológicas que cumpliría la escritura. Las funciones gramatológicas no remiten al signo lingüístico mientras que las grafemológicas unen la lengua y la escritura y son intrínsecas a ella, pues la acción de la lengua no sería posible sin su representación. Esta somera presentación de la propuesta de Klinkenberg da cuenta de la relevancia de los elementos visuales en la tipografía, pues además de posibilitar su estructura formal pueden llevar inmerso un significado, un propósito.

Por su parte, desde de la variedad de posibilidades tipográficas Maggie Gordon y Eugenie Dodd ven en las letras formas abstractas con las que “las palabras asumen color y ritmo visual, el texto forma un dibujo lírico...” (1994: 6); además, a las cuales es posible otorgarles un valor a partir de sus características formales y cromáticas. Corroborando la idea de Klinkenberg, los autores invitan a mirar los caracteres tipográficos sin establecer relación con su significado lingüístico y reconocer que “la personalidad de una letra es forzada a asumir características casi humanas: lírica, dinámica, fuerte, impasible, violenta, autoritaria” (p. 16). Finalmente, otorgan a la textura un valor importante al establecer la relación entre diseño y textura tipográfica.

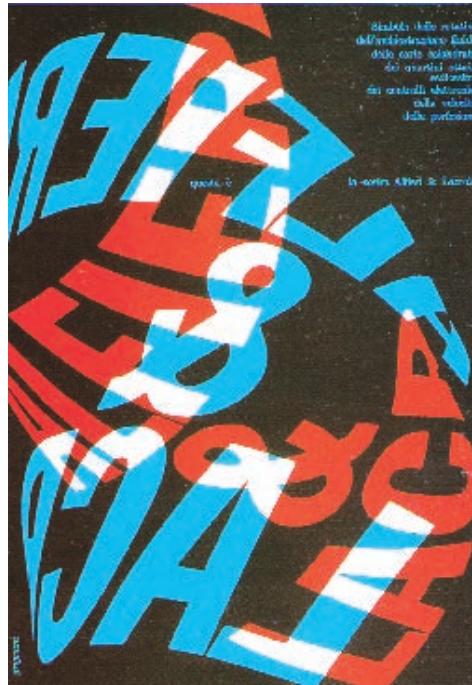
Estas consideraciones desde un punto de vista semiótico y de diseño, por una parte, fundamentan la idea de que color, forma y textura se articulan para manifestar la belleza tipográfica y la coherencia con el mensaje lingüístico; y por otra, permiten

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

Signo plástico

Lo expuesto anteriormente respecto al aspecto visual en cuanto forma, color, textura, fuerza, tamaño, expresividad y belleza tipográfica, conlleva a plantear la posición que asume Groupe μ (1992) respecto al signo plástico, en tanto se comprende desde las características visuales que ponen de manifiesto la tipografía —color, forma y textura—. Por esta razón, los factores que hacen identificable una fuente tipográfica y le imprimen personalidad pueden ser descritos a partir de la propuesta del grupo belga en su *Tratado del signo visual*.

En principio se debe decir que el signo plástico funciona prácticamente como un objeto. No tiene referente, no genera representación, pero sí tiene significación. Lo icónico representa, lo plástico se representa a sí mismo y en él no hay código estable, no hay sistematicidad. Para explicarlo, Groupe μ (1992) define forma, color y textura como los elementos que conforman el signo plástico y determina unos subelementos constitutivos para cada uno de ellos.



Anuncio de Franco Grignani, 1960, para los impresores italianos Alfieri y Lacroix, explora la flexibilidad de la película, para expresar, mediante el nombre del anunciante, la distorsión que sugiere la prensa rotatoria con la que se produce el tipo. Tomado de Blackwell (2004: 109).

Para comprender su propuesta, se debe considerar inicialmente un enunciado que está compuesto como mínimo de una forma que se desprende de un fondo. Esta forma puede ser descrita a partir de tres formemas: dimensión, posición y orientación, los cuales se identifican a partir de la comparación entre elementos del mismo enunciado o de enunciados diferentes, como sucedería en diferentes piezas visuales que involucren tipografía. De la posición se dice que es intrínseca a la forma dentro de un espacio y “según que la forma esté colocada en el centro

de un fondo o en otro lugar, surgen diferentes efectos de sentido” (Groupe μ , 1992: 193); es relativa respecto a un fondo, foco o lugar geométrico de la percepción. Groupe μ establece la oposición /vertical/ vs. /horizontal/ vs. /oblicuo/ y a partir de esta oposición se generan los ejes semióticos que pueden describir una forma. En cuanto al formema de posición, Groupe μ establece la oposición /centralidad/ vs. /marginalidad/, oposición que genera el eje semántico de la «repulsión» según la oposición /central/ vs. /periférico/: “El límite del fondo tiende a rechazar toda forma que se destaca sobre el fondo y, por consiguiente, a centrarla” (Groupe μ , 1992: 198), lo cual hace la forma «fuerte» y «estable» contrario a una posición periférica que sería «débil» e «inestable».

La dimensión, por su parte, se puede determinar desde la escala del observador o la dimensión del fondo. La oposición básica que propone Groupe μ es /grande/ vs. /pequeño/; sin embargo, si se presenta en el eje de la bidimensionalidad o la tridimensionalidad, surgen otras oposiciones significantes del tipo /largo/ vs. /corto/ o /ancho/ vs. /estrecho/, entre otras. Su eje semántico es la «dominancia»; un tamaño mayor será «dominante» frente a un menor tamaño que será «dominado».

Finalmente, para definir la orientación Groupe μ indica: “Añadiremos, simplemente, el rasgo de /dirección/: tendremos, así: /hacia arriba/ vs. /hacia abajo/, /central/ vs. /marginal/ volviéndose /centrípeto/ vs. /centrífugo/, según los movimientos proyectados” (1992: 196). La orientación es determinada por el equilibrio que establece la oposición «estabilidad» vs. «potencialidad de movimiento». Lo /vertical/ es «mínimamente equilibrado», lo /horizontal/ es «equilibrado» y lo /diagonal/ implica «alta potencialidad de movimiento». Estos elementos descritos en el signo plástico evidentemente se dan en manifestaciones tipográficas y claramente permiten describir desde un punto de vista semiótico una pieza visual que involucra tipografía.

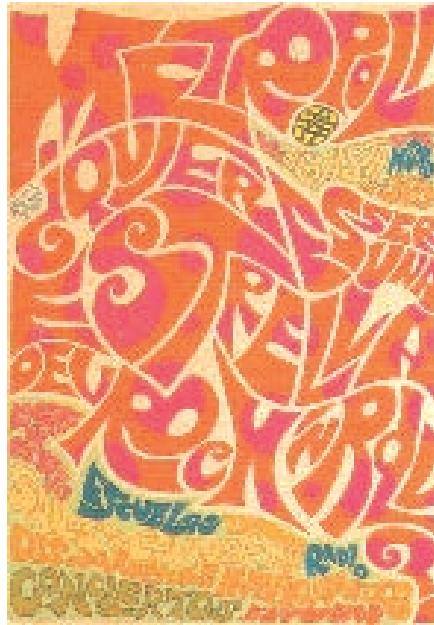


Diseño de Bechira Sorin. Fuente experimental usada sobre todo para carteles y títulos. Es una fuente dibujada a mano alzada que consigue un gran impacto gráfico. En esta fuente destaca la textura a partir de la tactilomotricidad y expresividad. Tomado de Guillon (2009: 48).

Respecto a la textura, Groupe μ afirma: “es su microtopografía, constituida por la repetición de elementos” (1992: 178). Se determina a partir de los elementos y la repetición de estos que se constituyen en los texturemas. Los elementos son de dimensión reducida y su repetición genera una operación de integración que permite percibirlos de manera global. El contenido del signo textural es determinado, en primer lugar, por la tridimensionalidad, pues la textura implica considerar la tercera dimensión; en segundo lugar, por la tactilomotricidad, ya que conlleva a experimentar un sensación casi táctil; y, finalmente, por la expresividad, por cuanto genera una ilusión cercana a la realidad.

En cuanto al color, Groupe μ lo define a partir de los cromemas saturación, dominancia y luminosidad. La oposición que rige la saturación se da al enfrentar los elementos significantes /saturado/ vs. /insaturado/ y puede ser comprendida a partir de la oposición de contenido «tónico» vs. «catatónico», esto quiere decir, algo cargado de energía frente a algo que no la posee. La dominancia implica la oposición de contenido «cálido» vs. «frío» dada por oposiciones de color de

tipo /naranja/ vs. /verde/. Y en la luminosidad o luminancia, se da la oposición /brillante/ vs. /opaco/ que permite en cuanto a contenido hablar de algo «tranquilizante» o «diurno» frente a algo «inquietante» o «nocturno».



282

Portada revista *Metrópoli* No. 365. “¿Quieres ser una estrella del rock?”. En esta aplicación tipográfica la disposición de las letras, su dimensión, posición, orientación, color y textura muestran la exploración y manipulación que se puede ejercer sobre ellas para lograr propósitos específicos. Tomado de Badius (2003: 178).

Esta manera de definir el signo plástico es una forma de comprender su manifestación en la tipografía y entender cómo manifiesta la belleza que poseen las letras escondiendo simultáneamente significaciones profundas que redundan el mensaje lingüístico y facilitan su comprensión; con mayor razón, cuando se es consciente de la relación entre lo lingüístico y lo que se manifiesta visualmente y se halla la coherencia entre el mensaje lingüístico y el que transmite lo visual

y, en este punto, lo plástico. Esto permite entender y aprovechar las cualidades tipográficas de la mejor manera y comprender el alto valor comunicacional, semiótico y de belleza que lleva inmersa la tipografía.

Sobre la emoción en la tipografía

Varios autores han intentado involucrar el factor emocional en sus estudios sobre tipografía. Gordon y Dodd (1994) definen la personalidad de las letras como un constructo que se identifica a partir de las cualidades particulares de cada una y sus familias. Por su parte, Bringhurst indica que "...las letras tienen carácter, espíritu y personalidad... las fuentes revelan muchas claves sobre la época y el temperamento de sus diseñadores, y hasta sobre sus nacionalidades y creencias religiosas" (2008: 118). Mientras que Marion March afirma respecto a los caracteres que "...todos ellos son obra de diseñadores que les han infundido personalidad para transmitir mensajes en tonos determinados" (1994: 32), reconociendo una posible manipulación en la plástica tipográfica que es la que define la personalidad de las letras. Estas nociones tipográficas y otros aspectos fuertemente relacionados con ella hacen evidente que la condición particular de quien elige, diseña o produce el mensaje visual involucrando tipografía, es un factor relevante para lograr el propósito comunicacional, e incluso estético y emocional, pues condiciona la manera como se emite y se recibe el mensaje.

Para continuar abordando el tema emocional se requiere pensar que existe un elemento más que permite que se den los procesos de reconocimiento de una fuente tipográfica, e incluso de lo que subyace en ella. La legibilidad, descrita por Eric Gill (2004) en términos de costumbre, puede ser entendida desde la semiótica peirceana y de Niño (2008) como hábito. Este hábito que permite hacer mención a Ch. Peirce implica hablar de la relación triádica entre objeto, representamen e interpretante, relación que involucra las categorías peirceanas:

primeridad, segundidad y terceridad, y que corresponden al representamen, objeto e interpretante.

Para describir el proceso de contacto con un mensaje visual que involucra tipografía, se podría decir que siendo la primeridad el momento en el que se perciben las cualidades inmediatas y entendiendo una cualidad como una posibilidad, en los caracteres tipográficos se trata de lo que podría transmitir una fuente tipográfica. En la segundidad al generarse un proceso de acción y reacción, el receptor recibe el mensaje visual y reacciona ante él. Mientras que en la terceridad hay una mediación del pensamiento, se producen expectativas y es posible pensar en sentido estricto qué significa lo que se está visualizando y arriesgarse a hacer suposiciones. En cada una de estas categorías se generan interpretantes y Peirce, según lo describe Short (2007), los organiza en dos clasificaciones. En la noción modal ubica el interpretante inmediato, dinámico o final si su efecto es posible, real o ideal, respectivamente. Mientras que la noción ontológica se basa en sensaciones, cualidades, hechos y hábitos para los que crea los interpretantes emocional, energético y lógico. En el tema tipográfico podría decirse que se da prioridad a la clasificación ontológica al considerar la emoción, sin embargo, no se descarta la noción modal.

284

Particularmente, en cuanto a la tipografía, es relevante estudiar el planteamiento de Niño (2008) acerca de la generación del interpretante emocional inmediato/dinámico/final, que para el caso se generaría al entrar en contacto con la tipografía o con el signo tipográfico en tanto se perciben unas características plásticas. Niño lo aborda de la siguiente manera: “Se dice que un signo ha de tener un Interpretante Emocional Inmediato/Dinámico/Final, con ello se querrá decir, entonces, que es posible que produzca sensaciones y emociones (alegría, tristeza, sorpresa, etc.), que de hecho produce sensaciones y emociones, y que lo máximo que puede aspirar a producir son sensaciones y emociones, respectivamente” (Niño, 2008: 39).

De ser así, es claro que la tipografía como elemento lingüístico y visual generaría en un primer momento un interpretante emocional por cuanto forma, color y textura como componentes del signo plástico ocasionarían en el receptor dicho estado y, además, formalizarían la categoría de la primeridad, pues obedecen a las cualidades inmediatas del mensaje tipográfico.

Finalmente, cuando se genera el interpretante lógico, se podría hablar de un hábito adquirido por la experiencia y con él se involucra el pragmatismo peirceano —que requiere una descripción más cuidadosa—, pero que para el caso se da al entrar en contacto real con el texto tipográfico.

Este breve recuento de lo que sucede en cuanto al tema emocional en el ser humano en relación con la tipografía, da razón a la creación del hábito que permite reconocer un mensaje tipográfico y que radica en el reconocimiento de los caracteres de manera independiente y en un contexto determinado, e incluso, en los significados y reacciones de tipo emocional que puedan surgir de sus elementos significantes.

Esta propuesta de los interpretantes contribuye en la construcción de una semiótica en la tipografía por cuanto el contacto con estos signos visuales establece la generación de un interpretante emocional inmediato/dinámico/final, sin limitarlo por supuesto a una cuestión emocional. Lo cual se confirmaría al entrar en contacto con la tipografía como signo visual, allí la reacción o respuesta inicial puede ser de carácter emocional para posteriormente generar otros interpretantes que involucran el pensamiento. Es decir, se involucra una condición plenamente racional para profundizar en el significado lingüístico y visual que transmite el mensaje.

Para concluir

En cuanto a la elección y manipulación tipográfica se debe considerar el planteamiento de Tschichold, Brinhurst, Gordon y Dodd, para quienes estos procesos implican bastante cuidado y permiten aprovechar las posibilidades formales, cromáticas y de textura tipográficas, llevando al receptor a experimentar un estado desde el que puede orientar su interpretación. Esto se logra considerando desde su función como signo lingüístico hasta su condición visual que implica su valor estético, manifestada en la armonía visual de los elementos que la componen y que encierra valores de fuerza simbólica fundamentados en cuestiones, sociales, culturales y personales.

Lo planteado anteriormente permite considerar casos en los que las características plásticas son el factor determinante para llamar la atención del receptor y modifican la manera como se percibe el mensaje, es decir, no se inicia una la lectura lingüística, sino que en primera instancia se identificaría el signo plástico y a partir de este se daría el proceso de lectura del mensaje. En este caso, sería el signo plástico el que orienta la lectura y provoca la generación del interpretante emocional, como lo indica Niño (2008). Así, si el primer interpretante que genera el ser humano al entrar en contacto con un signo es emocional, la manifestación tipográfica no es la excepción, pues como sistema visual a partir de sus cualidades plásticas logra generarlo.

286

A partir de la somera descripción de la propuesta de signo plástico de Groupe μ presentada anteriormente, se hace evidente que el estudio de una significación plástica en la tipografía aunque en principio puede darse de manera restringida, sí establece una base para codificar lo que manifestaría el signo plástico en este sistema visual. Para esto, el grupo belga permite a partir de su propuesta dar cuenta de los elementos significantes y significados que se pueden establecer en tipografía para seguir documentando esta propuesta semiótica que explique la significación plástica en la tipografía.

Bibliografía

- Apollinaire, G. (1987). *Caligramas*. Madrid: Cátedra.
- Balius, A. (2003). *Type at work*. Barcelona: Index book.
- Blackwell, L. (2004). *Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bringhurst, R. (2008). *Los elementos del estilo tipográfico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cediel, R. (1996). *Semiología médica*. Bogotá: Editorial médica Celsus.
- Gill, E. (2004). *Un ensayo sobre tipografía*. Valencia: Campgráfic.
- Gordon, M. & Dodd, E. (1994). *Tipografía Decorativa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Guitton, P.(2009). *A homage to typography*. Barcelona: Index Book.
- Groupe μ . (1992). *Tratado del signo visual*. Madrid: Cátedra.
- Jakobson, Roman. (1975). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Seix Barral.
- Klinkenberg, J. M. (2006). *Manual de semiótica general*. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- March, M. (1994). *Tipografía creativa*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Niño, D. (2008). *Ensayos semióticos*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Revista KEPES, Año 8 No. 7, enero-diciembre de 2011, págs. 269-288

Short, T. (2007). *Peirce's Theory of signs*. Cambridge University Press.

Tschichold, J. (2002). *El abc de la buena tipografía*. Valencia: Campgráfico.