



Diseñar tipografías para nuevos soportes Fuentes libres, colaborativas y para la web

DGCV SEBASTIÁN MALIZIA
Docente FADU/UNL

Cualquiera sea su soporte, las tipografías son el elemento esencial para el diseño de una página. Las letras no son solamente portadoras del mensaje escrito, explícito del texto, sino también son las encargadas de propiciar el tono, la voz y el estilo discursivo de una puesta en página. Un diseñador, al elegir una familia tipográfica, está tomando decisiones mucho más profundas que las inherentes a la correcta legibilidad de un texto, está proyectando la forma en que pretende sea interpretado dicho documento. Podríamos asegurar que un mismo texto es capaz de adquirir formas muy diversas sin que el contenido del mismo se modifique en absoluto. Por lo tanto, una buena elección tipográfica es aquella que logra armonía entre forma y contenido, de manera tal que exprese con eficacia el tono discursivo ideal para un determinado mensaje. La tipografía es, entonces, el elemento paratextual primordial que asiste al lector a la hora de facilitar la lecturabilidad¹ de un texto.

Maite Alvarado entiende al diseño tipográfico como la elección y distribución de los tipos de letras a lo largo del libro –en nuestro caso extendemos el concepto a otros soportes–, que implica la representación que el editor se hace de las competencias lectoras del público al que se dirige. Un ejemplo de ello son las contrastadas composiciones tipográficas de los periódicos locales, que dejan manifiesto su interés por apelar a un público en particular y abarcar así un sector específico del mercado.

Esta capacidad expresiva de la tipografía se ve explotada en distintos soportes impresos que a diario consumimos en nuestra vida cotidiana, pero en los soportes digitales hasta ahora se ven relegados a un segundo plano, opacados por la primacía de la imagen y el movimiento.

En la charla y taller sobre Diseño de Tipografías Libres dictado por Dave Crossland, consultor tipográfico de *google webfonts*, en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo el pasado 24 de mayo (imágenes 1 y 2), se profundizó en varios aspectos del diseño de tipografías aplicadas al diseño web que enuncian cambios en la producción y uso de tipografías para pantalla. El efecto de este cambio atraviesa las tipografías desde lo tecnológico a lo filosófico y, en consecuencia, podría resultar significativo para el diseño tipográfico en su totalidad. Es por eso que nos interesa profundizar en algunos de los temas que dieron origen a este artículo.

Tipografías en el diseño web

Hasta no hace mucho tiempo, un diseñador de páginas web se veía fuertemente condicionado a la hora de realizar composiciones tipográficas, debido a que los navegadores utilizan las fuentes existentes en el sistema operativo de cada usuario para visualizar los elementos textuales que componen la página. Por lo tanto, las tipografías debían limitarse a las que vienen instaladas en los sistemas operativos por defecto, asegurándonos de

que, por lo menos aquellos usuarios que no hubieran alterado las fuentes de su sistema operativo, las visualizarían correctamente. No obstante, cada sistema operativo dispone de una librería distinta de tipografías, por lo tanto se especifica en cada página web una secuencia de sustitutas que puedan reemplazar a la original. Esto obliga a los diseñadores web a trabajar con muy escasas alternativas (sabiendo de antemano que pueden ser alteradas) y por ese motivo la gran mayoría de los sitios que navegamos utiliza Arial o Verdana en sus párrafos de texto. Para poder ofrecer alternativas a ello, los diseñadores han recurrido a incontables artilugios –en algunos casos bastante rebuscados, como SIFR² para utilizar otras tipografías, asegurándose de que los navegadores, en la mayoría de los sistemas operativos, muestren dichos textos de la manera exacta en que fueron originalmente diseñados.

Si bien existen antecedentes que datan de 1998, con el *DRM Font Format* de Internet Explorer 4, fue recién en los últimos cuatro años que los cinco navegadores de Internet más populares incorporaron, cada uno a su manera, el soporte para utilizar tipografías alojadas en la web y no depender de las que dispone cada internauta en su ordenador. Los eventos más recientes que parecen demostrar la solidez de este hecho son la evolución del módulo de fuentes en CSS3 para añadir las características avanzadas de *OpenType*, y la creciente librería de fuentes libres de *Google Webfonts*, alojadas a disposición de cualquier usuario. La reciente aparición de estas *webfonts* podría aportarle al diseño web la sofisticación tipográfica de una página impresa, algo de lo que hasta el momento carecía.

Webfonts

El proyecto *webfonts* que inició Google hace unos años incluyó tan sólo un puñado de familias con el objetivo de mejorar la calidad tipográfica de las páginas web. Hasta el momento, el método más frecuente para incluir titulares o párrafos diseñados con fuentes propias era convertir ese texto a una imagen. Visualmente, el resultado era bueno pero, al dejar de ser texto, impedía al navegador interpretarlo como tal. Por lo tanto, el indexado de los motores de búsqueda, la traducción a otros idiomas y tantas nuevas funciones que ofrecen las aplicaciones para la web, se veían realmente imposibilitados. Es por ello que el cambio hacia una web que respete la sintaxis, permitiendo a los navegadores comprender sus contenidos, resulta fundamental. La web no sólo se hace así más ligera y accesible sino también más usable.³

En pos de alentar su proliferación el proyecto se planteó de modo colaborativo, y se publicaron muchas fuentes libres de calidad media apostando a que el aporte de los usuarios interesados en el proyecto permita mejorar considerablemente su calidad en poco tiempo. En mayo de

¹ Los términos *legibilidad* y *lecturabilidad* provienen del inglés *legibility* y *readability*. El primero se refiere a la diferenciación entre signos o caracteres, y el segundo a las características del documento.

Martinez-Val amplía este tema en su libro *Tipografía práctica*.

² SIFR, o *Scalable Inman Flash Replacement*, es una técnica compleja que utiliza Javascript y Adobe Flash para reemplazar elementos de texto html por su equivalente en Flash sin la necesidad de instalar una fuente en la computadora del usuario. Las grandes ventajas es que permiten a las tipografías ser escaladas sin perder resolución, ser seleccionadas parcialmente y generadas al vuelo. Para más información visitar: <http://www.sifrgenerator.com/>

³ Jakob Nielsen introdujo el término *usabilidad* que se refiere a la facilidad con que las personas pueden utilizar una herramienta con el fin de alcanzar un objetivo concreto. Para ver más se puede visitar su sitio en www.useit.com



4 Es importante no confundir fuentes libres con fuentes gratuitas, ya que se refiere a la libertad que se concede a los usuarios de acceder y modificar los originales, y no a su comercialización. Es frecuente que una fuente libre sea gratuita, pero no siempre es así y viceversa.

2010 el sitio ofrecía dieciocho familias; un año después el catálogo se expandió a ciento cincuenta y la proyección de la empresa estima llegar a las mil para principios de 2012. Todas las tipografías incluidas en el directorio son libres y muchos grupos de usuarios contribuyen a la mejora de dicho sistema.

El actual equipo propulsor del proyecto, *Understanding Fonts*, se propone alentar la participación de potenciales diseñadores de tipografías libres mediante talleres de diseño en diversos países del mundo, donde se hace especial hincapié en el diseño en colaboración, haciendo participar a varios interesados en el desarrollo de una misma familia.

Las licencias de uso

Seguramente algún lector se habrá preguntado ¿cuál es el problema en alojar una simple tipografía en una página web? El gran dilema que hizo tan cuestionada la inclusión de tipografías incrustadas en páginas web tiene que ver con los derechos de autor. Las tipografías comerciales o, mejor dicho, privativas, se rigen mediante licencias de usuario EULA que implican condiciones similares al uso de un software privativo. Estas licencias restringen, entre otras cosas, la posibilidad de ser distribuidas, por lo tanto, alojarlas en un servidor web implica una violación a dichas licencias.

Los tipógrafos se resistieron mucho a licenciar sus familias tipográficas con permisos para su publicación en

la red, preocupados por el acecho de la piratería. Pero la implementación de la propiedad *@font-face* incorporada en CSS3 ubicó este tema en primer plano, y obligó a buscar una solución acorde a los intereses de todas las partes. Surgieron así innumerables alternativas, que van de la modificación de los permisos de las licencias de usuarios a servicios de alojamiento de fuentes como *Typekit* o *Typotheque*. De hecho, empresas como *FontFont*, *Linotype*, *ITC* y *Adobe*, por mencionar algunas, ya ofrecen en sus catálogos la alternativa de «fuentes web» a un precio considerablemente más accesible que la versión de escritorio. En definitiva los diseñadores web obtuvieron más opciones tipográficas y las fundidoras continúan comercializando sus productos.

La propuesta de *Google Webfonts* y la del proyecto *Open Font Directory* son de naturaleza *open-source*, abogan por la libertad de los usuarios sobre los productos que adquieren e invitan a aportar a sus directorios diseños propios y reediciones de fuentes libres.⁴ Cabe aclarar que cuando decimos fuentes libres nos referimos a la libertad de ser utilizadas con cualquier propósito, de ser distribuidas, estudiadas, modificadas, y redistribuir su versión alterada en beneficio de toda la comunidad. Cuando los usuarios pueden hacer mejoras y compartirlo con sus pares, se crea un efecto multiplicador que resulta en un crecimiento exponencial.

Esto genera un nuevo panorama para el diseño tipográfico-



co en general, las tipografías disponibles en estos sitios aumentan periódicamente y surgen muchos nombres hasta ahora desconocidos en el directorio de diseñadores de tipografías. Un usuario, al realizar un nuevo glifo o una simple alteración a una familia preexistente, se convierte en parte del proceso de diseño de tipografías.

No es novedad que el proceso de diseño de tipografías tradicional está cambiando en este momento, porque la información se publica cada vez más en forma digital y menos en forma impresa. La lectura de documentos digitales es cada vez más frecuente, y aunque no reemplaza a la lectura en soportes impresos, poco a poco le está ganando terreno. La posibilidad planteada por el diario *New York Times* de dejar de distribuir su versión impresa en los próximos años es un claro ejemplo de ello.

Por su contraparte, las tipografías en pantalla están creciendo y los desarrolladores prestan especial interés a este hecho. Es así que el mercado para la tipografía tradicional se está replanteando y el mercado para la tipografía web, aunque todavía es pequeño, va en crecimiento.

Libres vs. privativas

Las tipografías que estamos acostumbrados a utilizar generalmente fueron diseñadas para el mercado inglés y por ello es frecuente que carezcan de acentos o glifos característicos de otros idiomas. En otros casos pueden carecer de distintos pesos o variables, y como usuarios

dependemos de los intereses comerciales del autor para disponer de los elementos ausentes. Lo que propone el movimiento de software libre es que los usuarios deben ser capaces de decidir y actuar, poniéndolos en un mismo nivel de poder de frente a los desarrolladores. Trasladar estos principios al diseño de tipografías no es tan fácil porque, aún cuando disponemos de tipografías libres, la manera de crear fuentes y de usarlas es, en cierto modo, un arte secreto, y no resulta fácil acceder a buena bibliografía y documentación al respecto.

Lógicamente, la preocupación para los diseñadores de tipografías es que un potencial movimiento de fuentes libres –tal como lo predice el equipo de Dave Crossland– pueda reducir notablemente su fuente de trabajo, pero, como es de suponer, hay ventajas y desventajas en todas las aristas de este proceso.

Los diseñadores de fuentes libres aseguran que este recorrido posibilita nuevas opciones de comercialización para los especialistas en tipografía. Veámoslo de este modo, si un cliente encarga una tipografía propia para identificar sus productos, el esquema de las tipografías privativas obliga a empezar un diseño desde cero, lo cual implica un trabajo muy complejo y costoso para el cliente. En cambio, si tomamos una tipografía libre como base y realizamos una personalización específica para suplir esa demanda, el trabajo será más simple y, en consecuencia, más económico. Así podría resultar más accesible para pequeñas



y medianas empresas el encargo de este tipo de trabajos que antes era un lujo que sólo podían darse unas pocas. En la visita de Dave Crossland a la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, tuvimos la oportunidad de dialogar con él y su equipo sobre las estrategias necesarias para que el diseño de tipografías conserve su calidad, considerando la proliferación de diseñadores de tipografías no especializados que este movimiento pueda generar. Crossland sugiere que tal vez la falta de conocimiento general sobre la generación de tipografías de buena calidad es el mayor problema. Si alguien quiere dedicarse al diseño de tipografías no sabe concretamente dónde dirigirse para adquirir estos conocimientos, y no existe mucha documentación específica en este arte, lo que lo hace parecer algo místico. En consecuencia, para mejorar la calidad lo primero que debemos hacer es mejorar el conocimiento del público sobre este tema.

El arte de la tipografía

En lo que concierne al diseño web, hasta el momento nunca tuvimos que preocuparnos mucho por la legibilidad de una tipografía en la pantalla. Como las alternativas eran pocas, relegábamos la responsabilidad en otro lado, ya que estábamos obligados a trabajar con ese reducido abanico de tipografías pensadas para funcionar en la web. Arial, Verdana y Georgia se convirtieron en sinónimo de tipografías para la web, y la imposibilidad de explorar otros caminos nos ahorra el trabajo de pensar y fundamentar una elección.

Ahora que disponemos de un número creciente de alternativas, entre las cuales muchas de ellas nunca fueron pensadas para la pantalla, probablemente su implementación resulte compleja, difícil de leer o simplemente antiestética. Es probable que un gran número de diseñadores web tenga conocimientos de tipografía, pero muchos otros se sentirán desorientados al enfrentar este mundo de posibilidades.

Considerando la legibilidad como parámetro primordial, y sumándole los problemas técnicos que actualmente se deben afrontar, componer tipografías para pantalla es una tarea, cuanto menos, ardua. Y si bien se pretende que un buen diseñador web tenga, entre tantas aptitudes, experticia en la manipulación del código, ahora es deseable que entienda profundamente la tipografía y su legibilidad en soportes digitales. Más posibilidades im-

plican mayor responsabilidad, y no debemos olvidar que tener la *posibilidad* de usar fuentes elegantes no significa estar *obligado* a usarlas.

Escoger una familia que refleje una estética determinada puede ofrecer resultados aceptables en primera instancia, pero de allí a la correcta práctica del arte de la tipografía hay un largo camino por recorrer.

Bibliografía

- Alvarado, M. (1994): *Paratexto*. Buenos Aires: Oficina de Publicaciones CBC.
- Crossland, D. (2010): «Freed Fonts, Strong Web». En: *Libregraphics*, nº 1. 2010, pp. 12-13.
- Fink, R. (2010): «Web Fonts at the Crossing». En: *A list apart* [en línea]. Ref. junio 2011. <http://www.alistapart.com/articles/fonts-at-the-crossing/>
- Martínez-Val, J. (2002): *Tipografía práctica*. Madrid: Ediciones del Laberinto.
- Santa María, J. (2009): «On Web Typography». En: *A list apart* [en línea]. Ref. junio 2011. <http://www.alistapart.com/articles/on-web-typography/>
- Vandendorpe, C. (2003): *Del papiro al hipertexto*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
-