

A importância da tipografia na história e na comunicação

Suzana Funk y Ana Paula dos Santos

Introdução

A temática deste estudo é a tipografia, que segundo Ribeiro (1998) é definida como "a arte de produzir textos em tipos, isto é, caracteres. Ou ainda a arte de compor e imprimir em tipos".

Este trabalho apresenta um estudo sobre a tipografia, abordando a sua história, mostrando seu importante legado que veio contribuir para difundir a informação e o conseqüente desenvolvimento intelectual humano. Desde os tipos móveis até as telas da *web*, a tipografia atravessa os séculos com presença marcante entre os meios de comunicação, sendo um elemento de grande importância, sem o qual é praticamente impossível transmitir mensagens e trocar informações escritas.

A escolha da fonte dentro de um projeto gráfico é de fundamental importância. Não existe uma indicação exata, quando se deseja escolher as fontes para um determinado tipo de trabalho, mas alguns cuidados devem ser tomados, levando em conta aspectos importantes como históricos, técnicos e conceituais, relacionando estes mesmos com as características próprias de cada projeto específico, como o público-alvo que se pretende atingir e os objetivos almejados e até a relação da fonte com os outros componentes do projeto, como imagens e outras fontes. O importante é que todos os elementos estejam em harmonia para que a mensagem possa ser passada de forma clara, com um visual agradável e dessa forma poder alcançar o objetivo que foi planejado no projeto gráfico.

Breve história da tipografia

O homem primitivo começou a fazer os primeiros ensaios sobre tipografia, por meio de desenhos feitos com paus e pedras, assim montava palavras ou frases para expressar acontecimentos de seu cotidiano. Se quisesse demonstrar, por exemplo, a palavra "caça" desenhava homens com lanças e vários animais. De acordo com Ribeiro (1998), a escrita feita com desenhos rudimentares chama-se pictografia do grego *pictus* significa pintado e *grafe* significa descrição (Ribeiro, 1998).

Antes da tecnologia impressa, os livros eram produzidos por escribas. O processo da escrita de um livro era manual, muito trabalhoso e demorado. O alemão Johann Gutenberg criou o primeiro processo de impressão, usando tipos móveis em letras de madeira e mais tarde de metal. O primeiro livro produzido em massa foi *A Bíblia* de Gutenberg em 1454, conhecida como *a Bíblia de quarenta e duas linhas*. O processo básico de Gutenberg era um perfurador feito do aço, com uma imagem espelhada da letra a qual era pressionada em um metal e formava uma forma da letra. Nesta "forma" era derramado um metal derretido, o que dava origem ao tipo. Depois cada tipo era posto em uma matriz para dar forma à página do texto, esta formava uma espécie de carimbo, que pressionado no papel resultava na im-

pressão. Dentro de algumas décadas essa tecnologia se espalhou pela Europa. (Phinney, 2004).

Segundo Ribeiro (1998), na época de Gutenberg os tipos móveis já não eram mais novidade. Em 1041, os chineses já conheciam e empregavam tal processo, mais de quatro séculos antes dos europeus. Há quem afirme que o primeiro livro impresso com tipo móvel no ocidente, foi o *Horarium*, pelo holandês Lorenço Janszoon, apelidado de Coster por ter sido sacristão, em 1430. Seu segredo profissional foi roubado e levado para Maiança, cidade onde nasceu Gutenberg.

Sendo responsáveis pela maior criação de seu século, fica claro que esses homens deixaram um grande legado à humanidade, seja inventando ou aperfeiçoando as técnicas de impressão tipográficas. Sua invenção não parou de evoluir, sempre contribuindo para elevar o nível intelectual da humanidade, através da disseminação da informação e servindo como base para novas evoluções tanto humanas como tecnológicas.

A reforma protestante aconteceu, devido à possibilidade de se criar milhares das cópias de Luther para distribuição. Muitos grupos procuraram controlar esta nova tecnologia. Os copistas lutaram contra a implantação da impressão, porque poderia lhes custar seus meios de subsistência, e as autoridades religiosas, procuraram controlar o que era impresso. Durante séculos em alguns países europeus, os livros poderiam somente ser impressos por impressoras autorizadas pelo governo, e nada poderia ser impresso sem a aprovação da igreja. (Phinney, 2004).

Os copistas bem como os calígrafos e os miniaturistas se opuseram seriamente ao processo de reprodução de livros que surgia. Porém mais tarde perceberam que teriam que continuar contribuindo com seu trabalho mesmo que de outra maneira, desenhando as letras iniciais, criando novos tipos e até ilustrando os livros para os impressores (Ribeiro, 1998).

A imprensa criada por Johann Gutemberg não foi uma invenção pacífica. Muitos temiam que um livro que não era saído da tinta de um monge copista seria uma força perturbadora, capaz de abalar a fé e comprometer as autoridades. De modo positivo, os temores tinham fundamento, liberdade, entre outras coisas, presume acesso irrestrito à informação, multiplicá-la, portanto, foi uma das bases da disseminação da democracia (Phinney, 2004).

No início do século XIX a revolução industrial trouxe inovações importantes na tecnologia impressa. As prensas giratórias a vapor substituíram a operação manual, fazendo o mesmo trabalho em 16% do tempo. Neste mesmo século foi inventada a máquina de linotipo, que permitiu a composição mecânica dos caracteres. A fotocomposição surge no século XX, que consiste na preparação dos caracteres sobre papel vegetal ou filme fotosensível, que vão para uma montagem final, da qual se originam as chapas para a impressão. Na segunda metade do século XX nasce a composição controlada por computador, através de montagens virtuais, que resultam na chapa para impressão, com a vantagem de eliminar a etapa das montagens em filme. No início deste século XXI, já existe a impressão digital que elimina a etapa das montagens em filme e também as chapas de alumínio, a impressão é feita diretamente do computador. É uma

tecnologia que ainda é cara e poucas gráficas dispõem da mesma (Ministério da Ciência e Tecnologia, 2006).

Histórico do desenho das letras

Couto (1969) e Ribeiro (1998) abordam alguns pontos da história tipográfica, quanto ao desenho e das formas das letras, bem como sua origem e como foram utilizadas.

No século VII a.C. o alfabeto utilizado pelos romanos foi adaptado das letras maiúsculas gregas, sendo modificados e adicionados posteriormente novos sinais. Primeiramente as palavras não eram separadas e não existia pontuação. Depois de 500 anos da fundação de Roma o alfabeto começou a evoluir, as palavras passaram a ser separadas inicialmente com ponto, surgiram também novas letras, completando-se o alfabeto latino usado até hoje em todo o mundo (Ribeiro, 1998). As letras romanas caixa baixa, foram redesenhadas em 1470, vinte anos depois dos primeiros tipos de Gutemberg, pelo impressor da renascença Nicolas Jensen. (Couto, 1969).

A escrita gótica predominou durante quase três séculos até o séc. XVI, nos países do ocidente europeu. Com a abundância crescente dos textos, os copistas apertavam seus escritos para melhor aproveitar os espaços, foi assim que surgiu este estilo (Ribeiro, 1998).

De acordo com Couto (1969), a escrita gótica teve origem com os escribas dos mosteiros. Possui as seguintes formas:

- Uncial: para ser usada somente como inicial: A forma uncial foi utilizada na decadência do império romano, é a primeira transfiguração das letras romanas, sua designação é atribuída a palavra “uncia”, medida equivalente a polegada, ou então por sua forma arredondada semelhante a unha. Muito utilizada nos textos de livros por seu traçado contínuo ideal para a escrita manual (Ribeiro, 1998);
- Semi-uncial: é semelhante a uncial, porém é composta por letras minúsculas. Era freqüentemente usada para preencher diplomas, contas e documentos em geral. Foi mais utilizada em trabalhos e documentos que exigiam clareza e perfeição. (Ribeiro, 1998).

As letras do tipo itálico surgiram com o famoso impressor de Veneza Aldus Manutius, em 1501. Tornaram a escrita mais livre e cursível.

As letras caligráficas apareceram no século XVII, se desenvolveram com a caligrafia (arte de escrever bonito). Originaram-se da prática dos escritores profissionais, que faziam floreios para servirem de iniciais.

No século XX apareceram estilos neo-clássicos, sem serifas ou enfeites. Surgiram também formas re-estilizadas do romano, formas excêntricas e combinações sem respeitar tradições e contrastes.

Tipografia: aspectos estruturais

Segundo Farias (1998), a tipografia funcionalista do século XX buscou criar formas mais legíveis, universais que seriam definitivas. Muitos acreditavam que seria estabelecido o tipo mais lógico e legível, não haveria mais necessidade de voltar às incertezas da experimentação. Nos primórdios desenvolver uma família tipográfica era um processo que exigia um detalhamento meticuloso para garantir a qualidade e legibilidade, por seu suces-

so está nos detalhes e na perfeição. No século XXI que se inicia, a tecnologia facilita a criação de fontes, com ótima estética e fácil compreensão. Dessa forma existem inúmeros tipos de fontes, e muitas ainda estão sendo criadas e aperfeiçoadas para os diferentes tipos de projeto gráfico.

Tipografia do grego *typos* (forma) e *graphein* (escrita) é a composição de um texto, tanto de forma física ou digital. Segundo Perrota (2005), tipografia não é somente o desenho da forma das letras, mas também a sua organização no espaço. Não é somente desenvolver uma fonte, mas também fazer o bom uso dela. De acordo com Tschichold apud (Routila, 2002), uma palavra bem ajustada é o ponto inicial de toda tipografia.

Fonte, estilo e família

Fonte é um conjunto de caracteres em um único estilo. Nos primórdios, na tipografia dos tipos móveis, mesmo que fosse do mesmo estilo, cada tamanho era considerado uma fonte diferente, isso porque era necessário, para cada um destes conjuntos, cortar e fundir matrizes diferentes. Na tipografia digital, uma fonte é uma “matriz” virtual que pode ser atualizada em qualquer corpo de forma automática. E por isso pode ser definida por suas características visuais. Família é formada por todas as variações de uma fonte, por exemplo, normal, bold, itálico, light, etc.

Legibilidade

Vários são os fatores que influenciam na legibilidade de um tipo, como espaçamento, contraste, tamanho, formas, cor dos caracteres, cor do fundo, tipo do papel, tipo da impressão, entre outros.

- Espaços brancos, transparência e legibilidade
É necessário ter equilíbrio de espaços entre letras, palavras, linhas, quando os textos são próprios para leitura. De acordo com Rocha (2002), o espaço entre as letras deve ser equidistante. As letras não devem ficar muito perto, nem tão longe que as palavras deixem de ser percebidas como palavras. Quando os espaçamentos estiverem adequados, este se tornará invisível ou transparente, dessa forma o leitor poderá se concentrar com mais facilidade e rapidez no significado das palavras e nem perceber sua existência. Apenas deve perceber o espaço entre as palavras e linhas. Por isso que o espaçamento tem um importante significado na legibilidade. Hoje em dia, o controle de espaçamentos (*Kerning*) é um recurso que faz parte de *softwares* de criação, muitas vezes não é usado, por causa da falta de conhecimento.

De acordo com Couto (1969), o espaçamento é a alma do desenho de letras. Bom espaçamento não significa distância igual, mas sim áreas proporcionais de espaço em branco que ficam entre uma letra e outra. Também é importante, que os espaços dentro da letra, sejam uniformes, sem precisar ser necessariamente iguais.

- Legibilidade dos caracteres

Para serem identificados com maior facilidade, os caracteres devem estar legíveis. Os seguintes itens contribuem para a legibilidade dos caracteres:

- Força: representa a espessura e o espaço entre cada letra, palavra ou linha;
- Orientação: Quanto mais inclinada à palavra ou a frase em relação à horizontal, menos legível se apresenta. É preferível evitar a direção inclinada, a não ser que se justifique o uso pelo benefício;
- Harmonia: Quanto ao uso de letras deve se observar a harmonia ao destacar os caracteres das palavras ou grupo de palavras em relação a tamanho (corpo), espessura (negrito) e orientação (itálico);
- Tipos simples: Caracteres mais simples, sem enfeites ou serifas são os mais legíveis. Ex: Com Serifa. Sem Serifa. (Dul e Weerdmeester, 1998).
- Texto em Itálico: Textos compostos exclusivamente em letras itálicas podem diminuir de forma significativa o ritmo de leitura. (Moraes, 1996);
- Letras minúsculas e maiúsculas: Em um texto contínuo em caixa alta e baixa, a leitura é facilitada quando a primeira letra é maiúscula e as demais minúsculas. As letras maiúsculas devem ser preferencialmente utilizadas para títulos e nomes próprios e para abreviações familiares ao usuário. (Dul e Weerdmeester, 1998);

- Serifas

As fontes serifadas caracterizam-se pela presença de arremates nas partes superiores e inferiores das letras. Serifas são pequenos traços aplicados às extremidades das letras. É um recurso antigo, nascido da escrita manual, um luxo que se perdeu no tempo e na correria da modernidade (Damasceno, 2003).

Além do caráter ornamental, a serifa tem aspectos funcionais importantes. Primeiro, ela guia os olhos do leitor de uma letra para outra. Isso acontece devido à linha imaginária criada pelos achatamentos que existem nas extremidades inferiores dos tipos, ou seja, nos pés das letras, que permite uma leitura mais fluente. Por esses aspectos funcionais, as letras serifadas são muito usadas em grandes volumes de texto, como nos livros.

A importância da tipografia no projeto gráfico

O projeto gráfico contempla várias etapas e metodologias tais como a seleção do público a ser atingido, planejamento, criação, escolha da tecnologia, etc. A tipografia é peça-chave dentro do contexto de um projeto, pois ela contribui para delinear a personalidade de todo o conjunto dos elementos que o formam. Sendo fundamental em um sistema de comunicação, a tipografia torna-se um emissor que transmite mensagens, que serão recebidas pelo receptor. Ela “fala” pelo projeto gráfico e tem tom e forma própria de se comunicar. A interpretação da fonte depende de fatores como cultural, psicológicos, sociais de cada indivíduo.

Cada projeto é único, possui sua própria característica. Cabe ao *designer* escolher os componentes ideais de um *layout*, sendo de fundamental importância a escolha da tipografia. Para poder, dessa forma, permitir que emissor, mensagem e receptor estejam em sintonia e a mensagem possa ser transmitida claramente e com um visual agradável para o meio de comunicação. Segundo Farias (2006), são aspectos a serem considerados na seleção da fonte:

- Aspectos históricos
Autor, ano e lugar da criação;
Situação em que foi mais utilizada.
- Aspectos técnicos
Legibilidade e usabilidade: design das letras, espaçamento, resolução, tamanho;
Completude e coerência: presença de caracteres básicos, presença de acentos e outros sinais necessários, relação entre caracteres;
Elegância computacional: definição de contornos;
Forma: presença ou não de serifas, terminais, curvas, ângulos, peso, contraste;
Estrutura: esqueleto da letra, proporções, eixo de inclinação.
- Aspectos conceituais
Relação com o projeto;
Relação com imagens utilizadas no projeto;
Relação com outras fontes utilizadas no mesmo projeto.

A tipografia no papel e na tela

A leitura de um texto é diferente quando é feita no papel ou na tela, por isso que as especificações da fonte em ambos os casos também deve ser diferenciada.

Na tela do computador a leitura é mais cansativa do que no papel, geralmente é feita de forma rápida pela maioria dos usuários. Um outro fator importante que deve ser considerado na *web* é em relação a disponibilidade das fontes nos computadores dos usuários, que pode ser limitada, podendo gerar inconsistências entre o resultado final visto pelo usuário e o que foi planejado, como é explicado no item 5.1 Tipografia na *web*.

Segundo Wolfgang Weingart apud Farias (2006), a legibilidade depende de cada trabalho. Em um aeroporto o arranjo tipográfico deve ser claramente legível, mesmo a grande distância. Já um pôster pode ser lido a uma distância de 20 centímetros, isso também é legibilidade. Não se pode, por exemplo, fazer um livro com centenas de páginas onde os tipos estejam apertados, porque ninguém conseguirá lê-lo. A interpretação clássica da tipografia é que ela é feita com tipos e esses devem ser transportadores da informação. É muito importante, portanto que os tipos sejam legíveis (Farias, 1998).

Quando a leitura é feita no papel, dependendo do veículo, a abordagem da tipografia também deve ser diferenciada, porque o tipo de leitura também vai ser diferente em cada caso, alguns fatores devem ser considerados, dentre eles pode-se citar:

- Distância do observador em relação ao que está escrito. Por exemplo, se for um cartaz, um pôster, um *outdoor*, um mural, uma placa de sinalização, são formas onde a distância do observador difere, logo a tipografia a ser escolhida também deve diferir;
- Tempo de permanência do usuário frente ao que está escrito. Se estiver passando a pé, de carro, parado na sinaleira, ou então se a leitura for em um livro de um romance, seu tempo de permanência naquela leitura vai ser diferente do que seria em uma revista dividida em vários artigos, ou então em um dicionário no qual geralmente o usuário irá apenas consultar uma palavra;

- O objetivo da leitura. Pode interferir no tempo de permanência do usuário. Pode-se ler para estudar, pesquisar, informar-se ou até para descansar e descontraír;
- Se o usuário possui algum tipo de necessidade especial: Caso o público-alvo seja o idoso, provavelmente as pessoas terão dificuldades de visão.

Tipografia na web

Quando se pensa em *web* deve-se analisar não apenas a mensagem a ser transmitida e seu veículo transmissor, mas tudo que limita o bom entendimento do que for escrito. Na *web*, a fonte também vai depender do tipo de projeto que será desenvolvido, bem como outros fatores, dentre eles abaixo são citados alguns como:

- Público-alvo (usuários);
 - Faixa etária;
 - Nível cultural e de conhecimento;
 - Nível de compreensão;
 - Fatores psicológicos e sociais;
 - Existência ou não de necessidades especiais;
- Onde a fonte será empregada;
 - Título;
 - Subtítulo;
 - Corpo de texto;
 - Legenda;
 - Gráfico;
- Como a fonte será empregada;
 - Tamanho;
 - Cor;
 - Contraste;
 - Contorno;
 - Tipo, estilo, família;
 - Legibilidade;
 - Alinhamento;
- Objetivos do website;
 - O objetivo do site está de acordo com o que o usuário espera encontrar;
 - A interface está fácil de ser entendida e usada;

Na *web* a leitura geralmente é mais rápida, dessa forma os textos devem ser escritos de maneira clara e da forma mais simplificada possível, já que a leitura de itens na tela do computador é mais cansativa do que no papel (Damasceno, 2003).

De acordo com Damasceno (2003), principalmente em textos longos, para garantir que a palavra seja bem transmitida, é preferível usar fontes não serifadas, com estrutura simples, formato facilmente adaptável a qualquer estrutura de *layout* e o conteúdo direcionado ao público alvo. Boas fontes para texto na *web* são Arial, Helvetica e Verdana.

O alinhamento do texto é um outro fator de importância que favorecerá a leitura. O texto deve ser natural e linear. O alinhamento justificado faz o balanceamento do *layout*, porém estende a visão tornando-se desconfortável. O alinhamento a esquerda forma um bloco consistente e facilita a leitura do começo ao fim do parágrafo (Lent, 2006).

Existe uma grande variedade de fontes disponíveis na internet, muitas até de forma gratuita. Porém somente as fontes comuns podem ser adotadas como forma de texto nas *webpages*, isso porque a maioria dos computadores possui instalação limitada de fontes. Segundo

Damasceno (2003) as fontes definidas em um código HTML de uma página Web são exibidas de acordo com a hierarquia de fontes disponíveis no próprio computador do usuário. Por exemplo, quando o texto de uma página *web* for formatado como Comic Sans no editor de HTML é definido no código-fonte, que ela deverá ser exibida como tal nos computadores que tiverem a fonte instalada. Um usuário que não tiver a Comic Sans em seu computador, o código vai procurar outra fonte para substituir, ou ainda substituir por quadradinhos o que torna o resultado ainda pior, assim o trabalho terá um resultado diferente do esperado.

Para evitar eventuais inconveniências o *designer* precisa conhecer as fontes mais comuns que estão presentes na maioria dos computadores. A fontes padrão do Windows são Arial, Comic Sans, Courier, Geórgia, Microsoft Sans Serif, Times New Roman, Verdana. A fonte Verdana foi otimizada para ser usada na tela do computador, com o navegador Internet Explorer é compatível em todas as plataformas, por esse motivo que é uma das fontes mais usadas para texto na internet.

Como nem todos os usuários possuem determinadas fontes instaladas em seus computadores, existem algumas formas para evitar que aconteçam imprevistos indesejados. Fontes não convencionais podem ser utilizadas em um texto no formato de imagem, que pode ser criada, por exemplo, no Photoshop, entretanto existe o inconveniente de tornar o *site* mais lento para carregar. Outra forma que poderia amenizar essa limitação seria o uso de um código de programação específico chamado *scripts server*, que gera uma imagem a partir da fonte original instalada no servidor do *website*, caso detectar que o usuário não dispõe da instalação da mesma, assim a fonte é visualizada pelo usuário da maneira planejada. O ideal é que sejam feitos testes com o *layout* em várias resoluções de tela, tamanhos de monitor e plataformas diferentes, para verificar seu comportamento. Este cuidado garante qualidade estendendo ao máximo de usuários uma visualização do resultado final conforme foi planejado.

Considerações finais

A tipografia de alguma forma já estava sendo ensaiada na pré-história, quando os homens primitivos esculpam os caracteres nas paredes das cavernas em forma de desenho, para representar as tarefas do seu cotidiano.

Os livros que antes eram apenas produzidos de forma manual pelos copistas eram muito caros e raros, pois demorava muito tempo para terminá-los, logo poucas pessoas tinham acesso. Quando a tipografia surgiu como sinônimo de impressão, foi uma grande invenção que viria a contribuir de forma significativa para a evolução intelectual da humanidade. Foi uma forma de disseminar a informação para todos, acontecimento que foi muito temido pela igreja e pelo governo, sendo que o impresso que não era saído das mãos dos monges copistas, precisava ser autorizado por ambos antes de ser publicado, pois eles temiam que seriam meios por onde as pessoas perderiam a fé e se perdesse a autoridade sobre elas. A disseminação da informação foi o fato mais importante

nesse processo, com a sua evolução cada vez mais, contribuiu para a democracia e a liberdade do povo.

Com o tempo o significado da tipografia foi se transformando, evoluindo como método de impressão e com o *design* dos tipos, estando hoje inserida como um dos elementos mais importantes na comunicação dos projetos gráficos de *design*.

Na tela, no papel ou em outro meio, cada projeto gráfico deve ser considerado de forma particular, logo a tipografia que ele deve conter também é própria em cada caso, dependendo de seus objetivos específicos, de seu público-alvo e de outros fatores tipográficos importantes como históricos, técnicos e conceituais.

Referências bibliográficas

- Couto, José F. Manual de Desenho de Letras. Rio de Janeiro: Ediouro, 1969.
- Damasceno, Anielle. Webdesign: Teoria e Prática. Florianópolis: Visual Books, 2003.
- Dul, J.; Weerdmeester, B. Ergonomia Prática. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.
- Farias, Priscila L. Tipografia Digital: O Impacto das Novas Tecnologias. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.
- Lent, Michael. Tipografia a voz em forma de imagem. Revista webdesign. Fevereiro de 2006, ano3, n°26. Rio de Janeiro: Editora Artecom, 2006.
- Ministério da Ciência e Tecnologia. Tipografia. Disponível em: <http://ctjovem.mct.gov.br/index.php?action=/content/view&cod_objeto=9127>. Acessado em Outubro de 2006.
- Moraes, A.; Balster, M.; Herzog, P. Legibilidade das famílias tipográficas. In: P & D Design estudos em design, 1996, Rio de Janeiro. Anais: Rio de Janeiro: Associação de Ensino de Design do Brasil, p.7-21.
- Perrotta, Isabella. Tipos e grafias. Rio de Janeiro: Senac, 2005.
- Phinney, Thomas W. A Brief History of Type. Disponível em: <<http://www.redsun.com/type/abriefhistoryoftype/>>. Acessado em Abril de 2007.
- Ribeiro, Milton. Planejamento Visual Gráfico. 7.ed. Brasília: Linha Gráfica Editora, 1998.
- Rocha, C. Projeto Tipográfico: Análise e produção de fontes digitais. São Paulo: Edições Rosari. 2002.
- Routila, S. Form and counterform in graphic design: a phenomenological approach. In: "Issues confronting the post-european world", Prague: The organization of phenomenological organizations. 2002.

Suzana Funk. Especialista em Design Gráfico e Estratégia Corporativa (UNIVALI)

Ana Paula dos Santos. Especialista em Design Gráfico e Estratégia Corporativa (UNIVALI)

Origen del Diseño Gráfico, a partir del lenguaje visual generado por el sistema heráldico

Sebastián García Garrido

Un lenguaje o una profesión no existen con la creación de unos signos, unos términos o una actividad aislada no especializada. En el ámbito del Mediterráneo clásico, una marca de cantero o de la procedencia de ánforas de cerámica son, evidentemente, producto de una acción de diseñar gráficamente pero cuya finalidad es simplemente identificar, diferenciar, marcar. No existe aún la función global que conlleva un proyecto de diseño ni una actividad especializada que suponga la existencia de personal dedicado a ello ni deseo de materializar una serie de valores fundamentales, propios de la identidad a que aluden, en esa representación visual. Tampoco existe un lenguaje si no existe un alfabeto, ni unos conceptos visuales que actúen como vocablos, ni una gramática o sintaxis de esos elementos básicos. Tampoco se puede hablar de una profesión sin que exista un volumen considerable de conocimientos, normas, técnicas y terminología específica para poder desempeñar una actividad especializada.

El origen del Diseño Gráfico, a partir del lenguaje visual que genera el sistema heráldico surgido en la Edad Media, se desarrolla de manera paralela a la verdadera marca comercial, o emblema institucional, como concepto visual que pretende la función de materializar una identidad corporativa. El recorrido de la evolución en la comunicación visual para llegar a constituir un

lenguaje es el planteamiento de este estudio, que desarrolla seguidamente los factores que intervinieron en la necesidad de establecer un código, con unas normas de uso que optimizaran las posibilidades de un verdadero sistema de comunicación visual.

La aparición de la señal gráfica con la intención de identificar algo, ya sea el deseo de dejar constancia de la presencia personal –mediante una simple huella o trazado sin más significación– o el recurso para identificar un lugar, una dirección o un factor numérico se remonta, evidentemente, a la prehistoria. Este hecho parte del propio deseo y necesidad instintiva en la evolución del hombre, de la misma manera que el niño que hace sus primeros trazados descubre el placer que le transmite la incidencia con el medio, dejando constancia gráfica de su acción donde no había nada anteriormente. Más tarde, igual que el preadolescente siente el placer de transmitir su identidad mediante su firma o señal personal, en diferentes soportes y lugares, el hombre ha querido reafirmar su personalidad/identidad y dejar constancia de su presencia mediante diferentes tipos de signos personales. Diversas especies animales sienten esa misma necesidad de identificarse e identificar a los otros, o los límites de su territorio, mediante una serie de rasgos, que no son exclusivamente gráficos.

Esa identidad gráfica, en sentido amplio, puede tener una función simple en dejar una huella de manera intencionada, de señalar un referente para cualquier necesidad, etc. Entenderemos el concepto de la identidad gráfica como producto de la elaboración de un signo singular con esa intención identificadora. Es más, incluimos en ese concepto de identidad no sólo la referencia hecha al producto, a su procedencia o a la propiedad