

PROYECTO DE LETTERING PARA LA EXHIBICIÓN *LOS INCAS. MÁS ALLÁ DE UN IMPERIO* DEL MUSEO DE ARTE DE LIMA (MALI)

Curso:

Tipografía

Autoras:

Celeste Rivera Zavaleta
Daniela Villanueva Colina

Profesoras del curso:

Isabel Hidalgo Valencia
Maria Lucía Atauje

Resumen

A lo largo del curso de Tipografía, se trabajó en conjunto con el Museo de Arte de Lima (MALI) para la realización de un proyecto gráfico que comprende el diseño de dos *lettering*, un alfabeto y un espécimen tipográfico. Para ello, nos basamos en una palabra que se incluiría en su exhibición *Los incas. Más allá de un imperio*. La palabra quechua seleccionada fue *kero*, una copa de forma troncocónica ceremonial inca. Para este proyecto, se buscó reconfigurar el significado de la misma, revalorando el objeto en torno a su estética y función.

Palabras clave

Tipografía, kero, lettering, inca, MALI.

Introducción

En el marco del curso de Tipografía, durante el mes de marzo, se presentó el proyecto de *lettering* para la exhibición del Museo de Arte de Lima (MALI): *Los incas. Más allá de un imperio*. Esta exposición tiene el objetivo de revelar, de manera dinámica y holística, la historia cultural de esta sociedad, exhibiendo alrededor de doscientas piezas tales como vasijas, textiles y objetos cotidianos.

Para este proyecto, se dispuso de una serie de palabras en quechua que fueron clave para la sociedad inca: entre ellas, se escogió la palabra *kero*. Se asumió el reto de traducirlas en piezas gráficas a través de dos *lettering*, un alfabeto y espécimen tipográfico, con el propósito de diseñar con ellas parte del merchandising de la exposición (como postales, afiches y otros materiales gráficos e impresos), haciendo énfasis en la creatividad visual, la técnica y el concepto.

Si bien existen proyectos e investigaciones con un enfoque desde la tipografía, estos en su mayoría son generales, encontrándose en otros idiomas. En este contexto internacional, las temáticas recurrentes son distintas a una reapropiación de la cultura local, tales como sostenibilidad medioambiental, diseño de logo y *lettering* en medios digitales. En el contexto peruano, los leteristas más reconocidos, como Elliot Túpac o el colectivo Carga Máxima, difunden principalmente el estilo “chicha”. Son pocas las fuentes tipográficas que se basan en la cultu-



Figura 1. Ejemplar de *kero* incaico (Museo Inca de Cusco).

ra peruana, tales como Tocapu Typeface de Paola Vecco, en la cual se recogieron las formas principales de los tejidos “tocapu” y se integró con un estilo industrial europeo para crear una tipografía “mestiza”. Así, este proyecto aportaría de manera significativa en las posibilidades en las que nuestra cultura puede ser visibilizada, considerando que el proyecto se extiende tanto a una fuente tipográfica como al *lettering*.

En el presente artículo, se pretende mostrar la metodología del diseño aplicada a la tipografía, desde la investigación inicial hasta los resultados, de manera que se puedan esclarecer los procesos necesarios para llevarlo a cabo.

Metodología

Investigación

El proyecto comenzó con la selección de la palabra clave que se usaría para el concepto: *kero*, la cual es una copa ceremonial de forma tronco-cónica, considerada un objeto sagrado y simbólico. Se solían elaborar en pares, basados en la idea de igualdad y reciprocidad durante actos ceremoniales. Utilizados por el inca, élites gobernantes y población, se emplearon para distintos motivos: brindis con el Sol, ceremonias rituales para la cosecha y ritos funerarios, desde antes de la colonia e incluso después.

Por lo general, sus decoraciones se organizan en tres bandas horizontales: en la superior, encontramos escenas narrativas; en la central, patrones geométricos; y en la banda inferior, temas florales que representan usualmente la flor de la cantuta. El *kero* no es solo un vaso, sino una herramienta narrativa con recursos de color, forma y estructura. Su importancia reside en que no solo queda como un valioso archivo del pasado, sino como un objeto que continúa presente en la actualidad.

A partir de estos hallazgos, se identificaron las palabras más importantes que definen al término *kero*, con el propósito de canalizar la información. Para ello, se elaboró un mapa conceptual que buscaba rescatar la esencia del vaso, en el que se incluyeron sus características más importantes, historia y utilidad. Así, se concretaron expresiones como “narración”, “unión”, “cultura” y “conectar pasado-presente”.

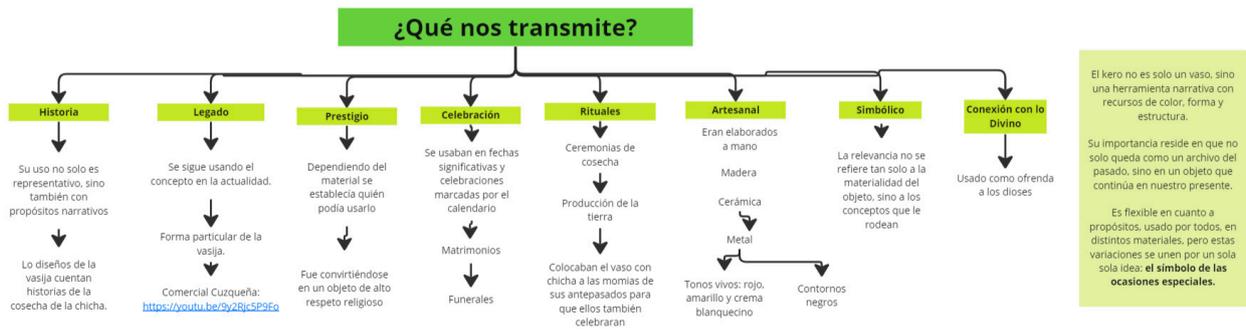


Figura 2. Mapa conceptual de conceptos principales del kero.

A partir de ello, se elaboró una lluvia de ideas con las posibles frases para el *lettering* que fueron validadas por Julio Rucabado, arqueólogo y curador del MALI. Los criterios para la elección de la frase serían

la síntesis (una frase muy extensa podría ser más compleja y menos atractiva), el peso conceptual y la fonética. Como resultado, la frase escogida sería: “De la tierra vinimos y con el vaso nos unimos”.

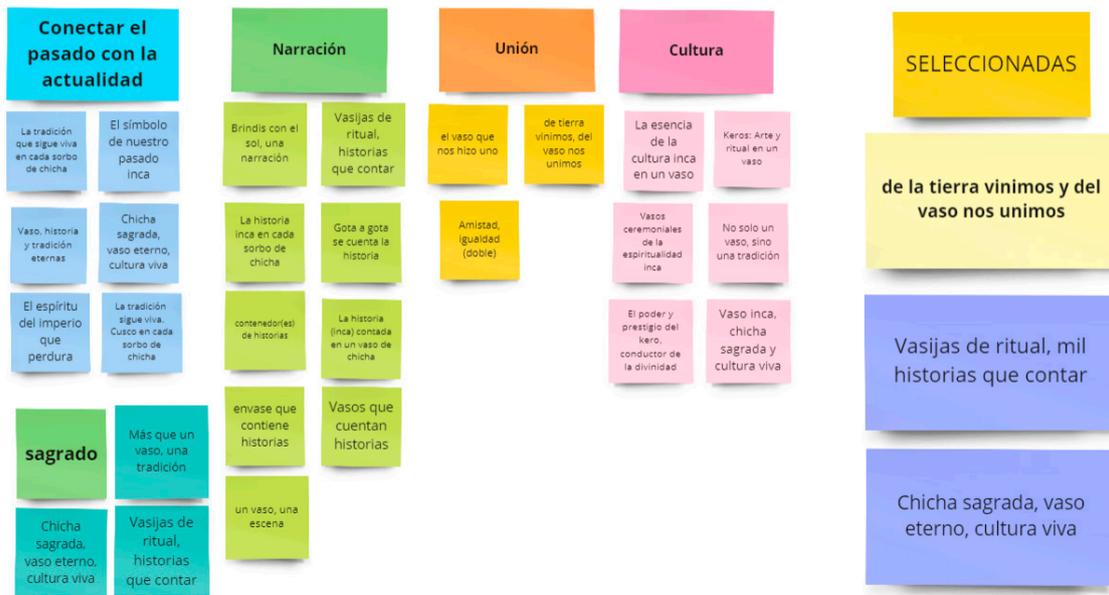


Figura 3. Lluvia de ideas para la selección de la frase para el *lettering*.

La creación de esta frase se basa en la elaboración en pares del *kero*: desde su concepción ya se pensaba en el brindis, en el uso conjunto. Su forma y las funciones alrededor de este era lo que lo hacía sagrado, pues el material era variado (desde la plata a la madera), haciéndolo accesible para todo estrato en la sociedad inca. Además, al estar ilustrado con escenas narrativas, revela información acerca de la vida cotidiana y rituales especiales. En consecuencia, relata quiénes fuimos y, con ello, quiénes somos.

De acuerdo a la Real Academia Española (RAE), “venimos” se refiere a un acontecimiento tan solo en el presente, o un futuro cercano; mientras que “vinimos”, con “i”, se refiere a un evento en el pasado, pero que de una forma u otra aún acontece en el presente o no tiene un final específico. Dado que esta copa habla directamente sobre nuestro origen y continúa vigente en forma y concepto (un ejemplo sería el vaso *kero* de cerveza Cuzqueña), el término escogido fue “vinimos”, más no “venimos”. Entonces, la frase recogería los conceptos de origen, unión y legado.

Búsqueda de referentes tipográficos

Luego, se elaboró una búsqueda de las tipografías como referencia para la creación de la frase, palabra y alfabeto a elaborar. Se buscó seleccionar tipografías que no se alejen del concepto pero que, a su vez, sean distintas entre sí, con el objetivo de obtener mayor dinamismo y posibilidades de jerarquización.

La primera tipografía seleccionada fue New Romantic, ya que trabaja tanto con terminaciones redondeadas como con trazos rectos y geométricos, lo que genera contraste y dinamismo visual. Esto remite a la forma del kero; pues, en las ilustraciones que posee, también encontramos curvas y geometría. Posteriormente, la letra se modificaría para que tenga menor contraste en el trazo y se acomode mejor al concepto.



Figura 4. Tipografía New Romantic (Anastasiya Kurlovich).

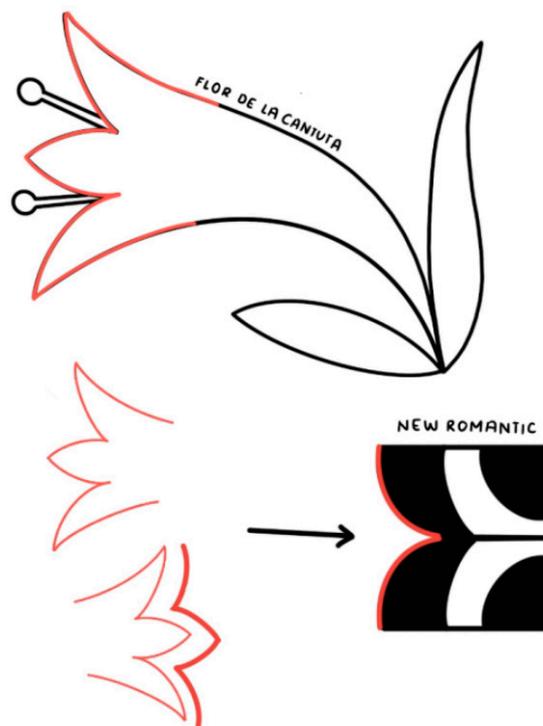


Figura 5. Análisis de la tipografía New Romantic (Daniela Villanueva).

La segunda tipografía elegida fue Ms. Madi, pues hace alusión a un trazo manuscrito, el cual se puede relacionar a la historia, lo artesanal y la personalidad por su semejanza con las firmas. De esta manera, refuerza el vínculo con el concepto de un evento pasado que se narra en el presente (legado); además, por contraste, otorga equilibrio al estar junto a la geometría de la fuente anterior.

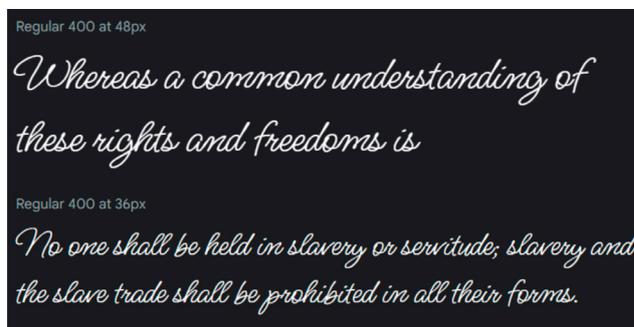


Figura 6. Tipografía Ms. Madi (Robert Leuschke).

Lettering Kero

Proceso creativo

Posterior a la selección de tipografías, se elaboró un *moodboard* sobre la base de imágenes que definían al kero, al igual que referencias de composición que se recogerían para las propuestas.

Se incluyeron palabras como “sagrado”, “unión” y “ritual”. Otros dos conceptos presentes fueron los patrones geométricos, pues son dos de los elementos que destacan más en los keros debido a que los dibujos que se encuentran en ellos son patrones geométricos, figuras de flora y fauna y personajes con cierto carácter angular. Como siguiente paso, se elaboraron varios bocetos con el propósito de encontrar una composición adecuada y adaptada a las referencias de la personalidad del proyecto.



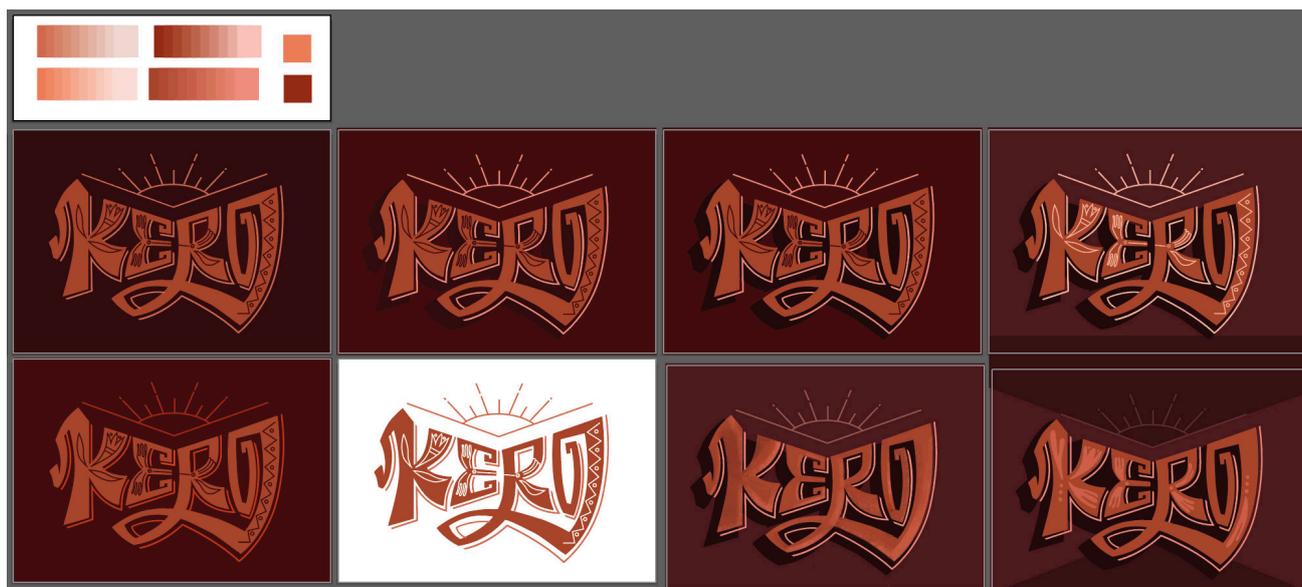
Figura 7. Moodboard.



Figura 8. Bocetos para la palabra kero.

Ejecución

Una vez seleccionado el boceto, se realizaron distintas pruebas para escoger la paleta color adecuada. Esta debía basarse en colores tierra, como naranja, marrón y coral, pues son característicos del objeto.



Figuras 9 y 10. Pruebas de color para la palabra.

Con respecto a la composición de la palabra, esta se elaboró de tal manera que remita a la forma del *kero*. Como se muestra en la figura 11, la estructura vista de manera vertical es similar a la silueta del vaso.

Por otro lado, nos apropiamos de la fuente New Romantic: a diferencia de la original, tiene menor contraste en los trazos. La letra “K” tiene una pequeña floritura que sale desde su asta ascendente. Aquella simboliza la forma más geométrica y sintetizada de la flor de la cantuta, considerada sagrada y comúnmente dibujada en el *kero*. En tanto a las contraformas, se observa que tienen una combinación de terminación cuadrangular y semiovalada. Asimismo, la letra tiene astas cuadrangulares y presenta ligeras

curvaturas, como en la “R” o la “K”. Además, podemos ver una ligadura entre las letras “R” y “O”. Por último, las letras “E” y “O” presentan ganchos, los cuales tienen una forma de cuadrado, inspirada en las formas geométricas que se pintaban en los *keros*. De la misma manera, las decoraciones por dentro de las letras simbolizan las ilustraciones encontradas en estos vasos.

En la propuesta inicial, se encontraban elementos gráficos concisos, como flores de cantuta, patrones geométricos y aves. Sin embargo, poco a poco se priorizó más la lectura de la palabra que la visualización de los gráficos, por lo que se sintetizaron más las formas para la propuesta final.

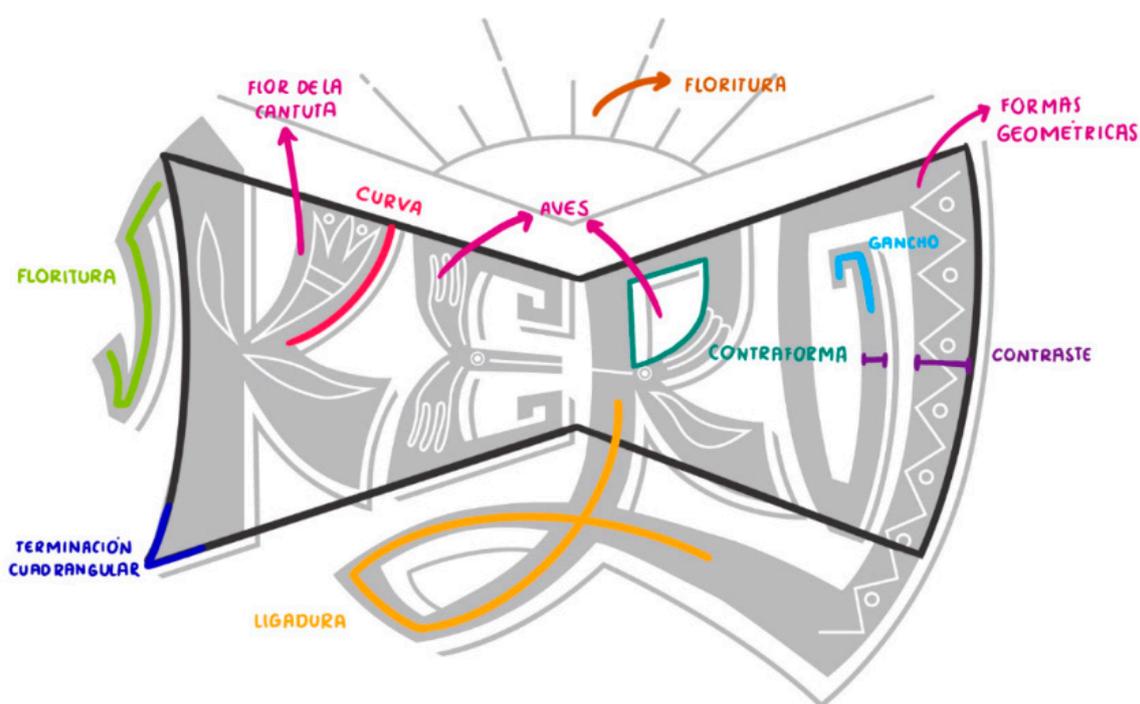


Figura 11. Análisis de estructura y composición de la propuesta inicial de la palabra.

Lettering de la frase: “De la tierra vinimos y con el vaso nos unimos”

Proceso creativo

Luego de tener el *lettering* de la palabra más aterrizada visualmente, se comenzó con la elaboración del *lettering* de la frase. Para ello, el primer paso fue, nuevamente, elaborar bocetos.

En esta etapa, se incorporaría la segunda fuente escogida como referente, Ms. Madi, sin dejar de lado la apropiación anterior de la fuente New Romantic. El criterio para la elaboración de los bocetos fue equilibrio estético y jerarquía, de forma que se resaltarán las palabras más importantes de la frase (“vinimos”, “vaso”).

Boceto de frase



Figura 12. Bocetos para la frase: "De la tierra vinimos y con el vaso nos unimos".

Ejecución

Una vez seleccionado el boceto, se comenzó con la vectorización del mismo. Cabe destacar que, en tanto a la frase y su concepto, se trabajó sobre la base de la estructura del kero. De acuerdo con ella, este objeto se divide en tres bandas horizontales: escenas o historia (representaciones de cosechas, rituales, etc.), patrones geométricos e ilustraciones florales o de aves, una por cada nivel. De esta misma forma, se organiza el *lettering*:

A. En la parte superior (“De la tierra vinimos”), se encuentra la zona de historia, acercándose al origen de la sociedad inca. De acuerdo a lo investigado, la sociedad inca se originó cuando vieron desaprovechados los terrenos entonces baldíos, pero prosperó al cultivarlos con las cosechas en el siguiente nivel. Con este motivo, se acompaña el “De la” con una ilustración que remonta a un temprano amanecer y al sagrado dios Sol.

B. En la zona del medio (“y con el vaso”), se destaca la geometría y florituras laterales. Asimismo, la tipografía de “tierra” es la zona que “amarras” la composición y aporta unidad. Así, el banner se entrelaza de tal manera que remite a la silueta del kero.

C. En el último nivel (“nos unimos”), se utilizó la flor de la cantuta (flor sagrada significativa para los rituales) como recurso para la base del *lettering*. La tipografía en manuscrito permite entrelazar las letras entre sí para fortalecer el concepto de unión, en conjunto con las ligaduras y los trazos con rizo, de tal manera que, a pesar que no son los mismos tipos de letra, se unen mediante esta interacción.

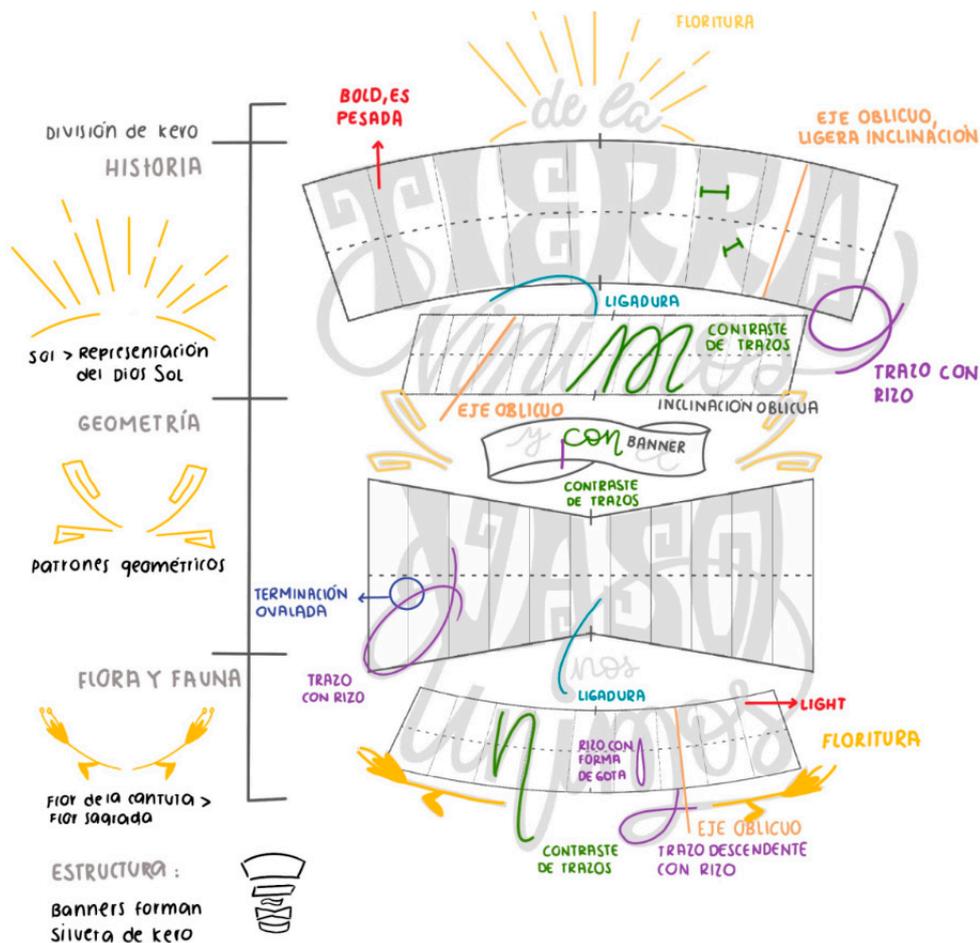


Figura 13. Análisis de estructura y composición de la fase elaborada.

Alfabeto

Proceso creativo

Para la segunda parte del proyecto, se elaboró un alfabeto sobre la base de las tipografías utilizadas en la frase y la palabra. A través de los fundamentos de la tipografía, se busca determinar la esencia del *ker* de manera gráfica. Para ello, se recuperó la estructura troncocónica identificatoria del *ker* en los trazos y astas de las letras, las cuales muestran un ancho mayor en la parte superior y menor en la inferior.

De manera inicial, se comenzó a elaborar bocetos por cada tipo de letra; es decir, una cuadrada (H, E, N, M, F, Z, W, K, T, U, B, P, R), una redonda (O, G, D, C, Q) y una triangular (A, V, Y). Esta clasificación surge a partir de la geometría básica que las conforman.

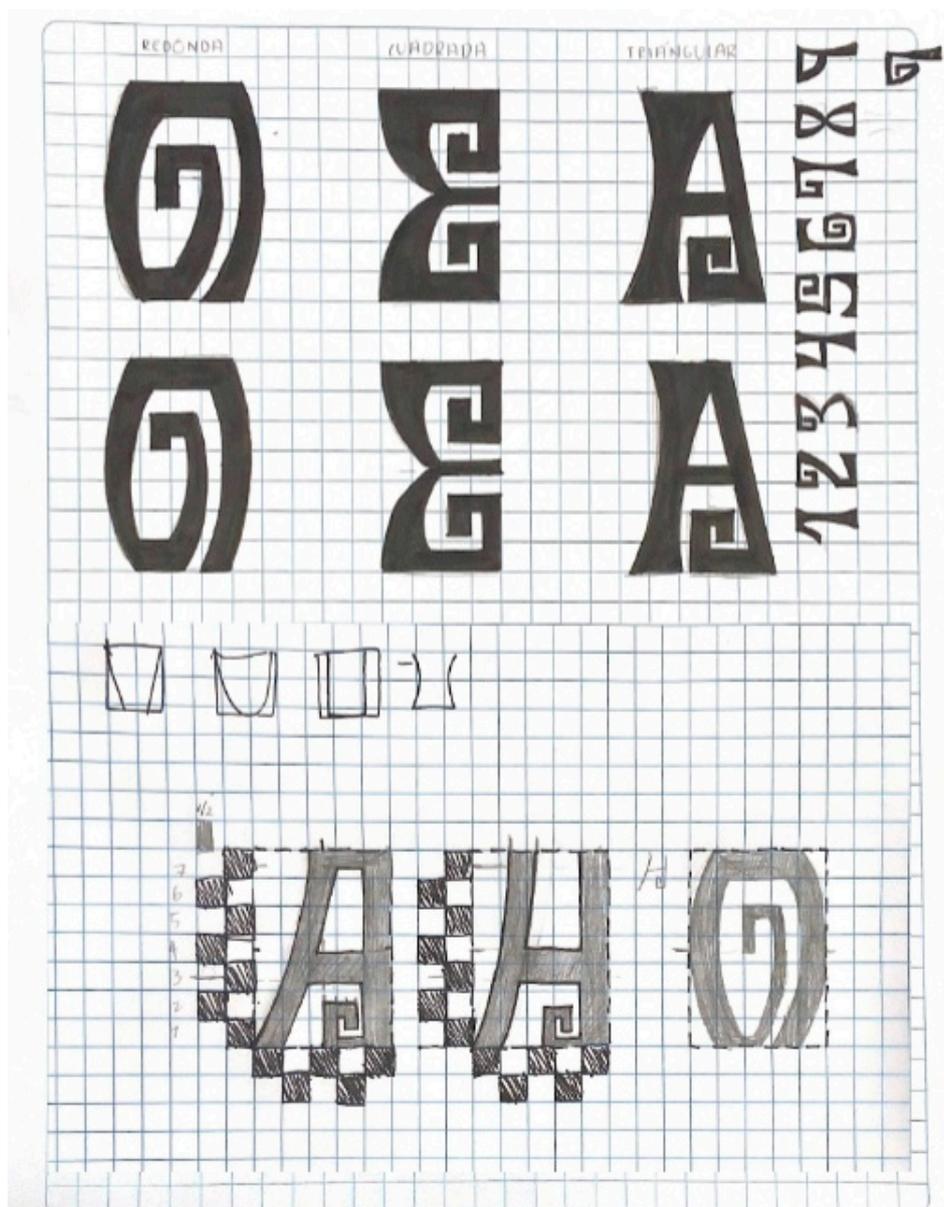


Figura 14. Bocetos iniciales del alfabeto.

Ejecución

Una vez establecida la grilla, el siguiente paso fue comenzar a vectorizar cada letra y pasarlas a Glyphr Studio, una aplicación que permite convertir la letra vectorizada en una fuente tipográfica para el teclado. Con el objetivo de que el alfabeto tenga uniformidad y armonía, se tuvo que crear al menos tres grillas para cada tipo de letra: cuadradas, triangulares y circulares. Con ello, se podría tener una guía que nos ayude a generar las letras. Sobre la base de las formas principales, se establecieron medidas y anchos. Para ello, se usaron los esquemas de Frutiger, de acuerdo a las variables de tono y proporción.

Las cuadradas y redondas tendrían las medidas de siete unidades de alto por cinco de ancho, siendo una unidad equivalente al ancho de trazo. Algunas letras, como la "W", suelen necesitar más espacio considerando que las formas son con terminaciones más anchas en la parte superior, por lo que la grilla se basa en las medidas de 7 x 6 unidades. Una vez terminado ese proceso, se comenzó a elaborar todas las letras del alfabeto y algunos signos, para lo cual se utilizó papel mantequilla para poder "calcar" las piezas y así mantener las medidas establecidas.

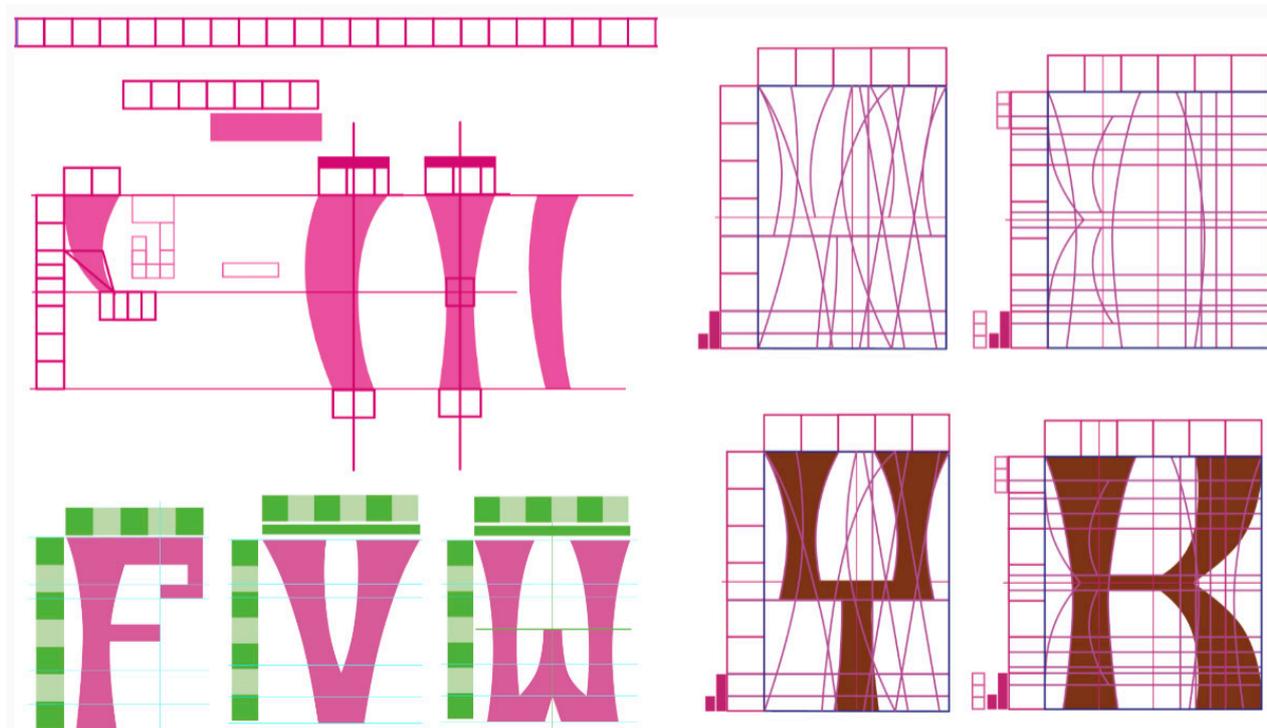


Figura 15. Grillas para la estructura de las letras.

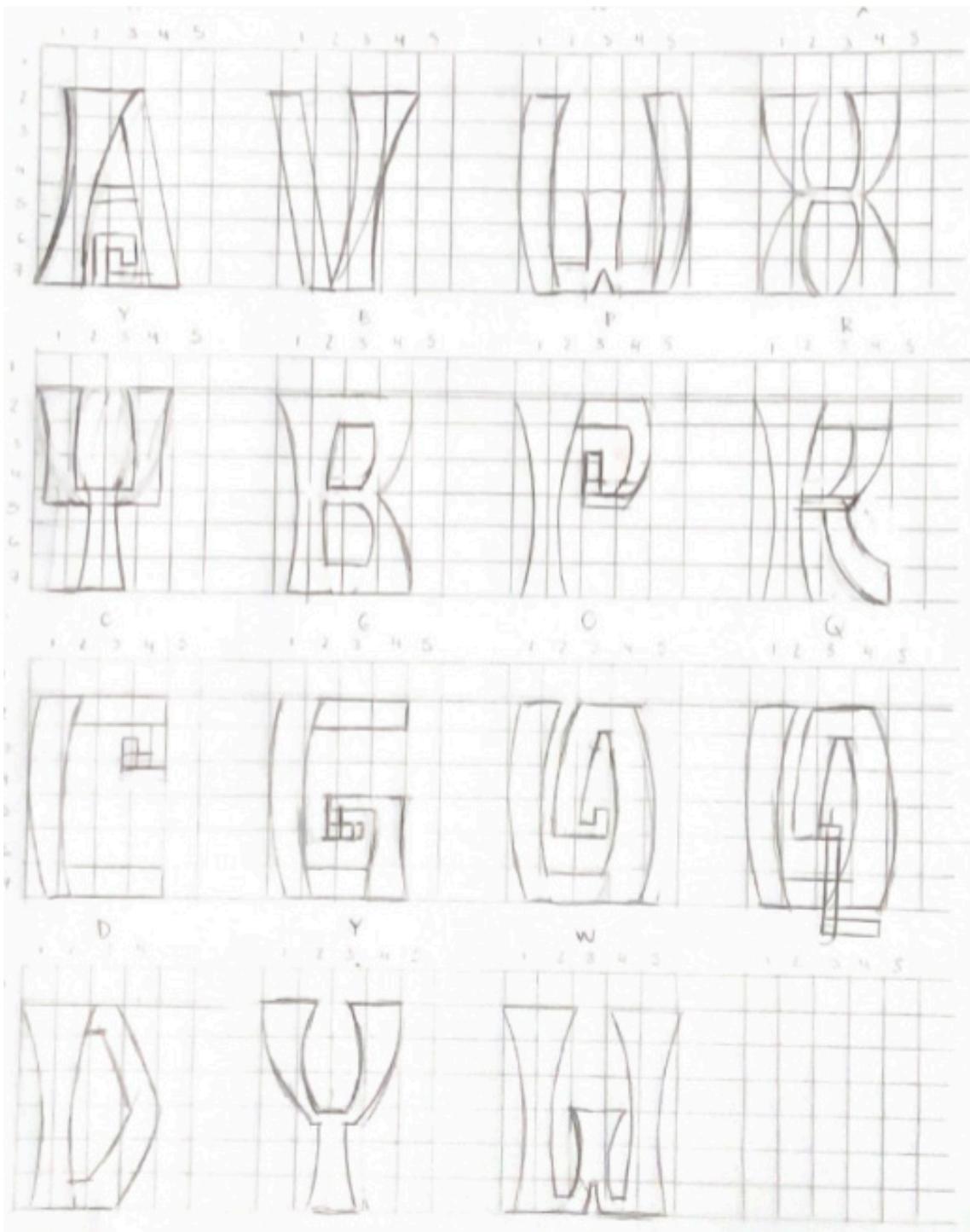


Figura 16. Ejemplo de elaboración de letras a partir de la grilla.

Espécimen tipográfico

Proceso creativo

Para este último proyecto, se buscó elaborar un espécimen que contenga toda la información descriptiva del alfabeto elaborado. Así, como primer paso, se elaboraron bocetos.

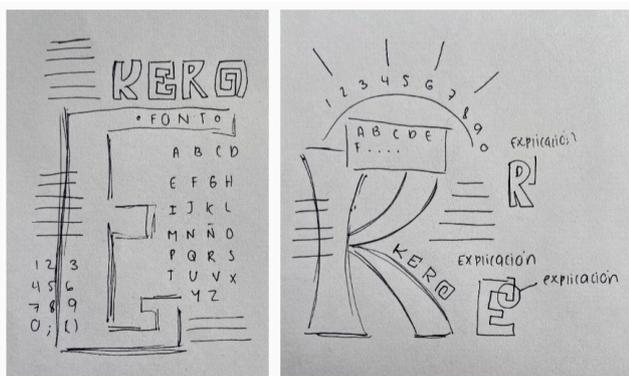


Figura 17. Bocetos para el espécimen tipográfico.

Ejecución

Con el boceto seleccionado, se comenzó con la vectorización de los elementos del afiche. Para el primer planteamiento de este trabajo, se usaron colores cálidos y más cercanos al naranja; sin embargo, se modificaron los colores a tonos más tierra para la propuesta final. Posteriormente, se diagramó y editó la información.

Resultados

Conforme a los procesos mostrados, encontramos la riqueza que puede aportar la tipografía para un proyecto gráfico a partir de un solo objeto o palabra. Durante el proceso, fue fundamental tener una base de investigación sólida para poder ampliar las posibilidades de expresión: no solo para conocer el objeto, sino para comprenderlo. El reto radicó en la representación visual del *kero*, de manera que podamos comunicar su esencia tanto desde la materialidad como el significado que le precede; es decir, trasladar a lo visual lo que no es tan evidente. De manera externa, encontramos la forma tronco-cónica como crucial; mientras que, internamente, fue



Figura 18. Primera propuesta de color para el espécimen tipográfico.

clave la narrativa sagrada que representa. Así, demostramos la posibilidad de consumir la dualidad del objeto a través de recursos como el *lettering* y las cualidades formales de composición, color, tratamiento, pesos, línea, entre otros. Esto demuestra la relevancia de tener un concepto preciso, resultado de una investigación profunda, que sirva de guía para llevarlo a lo visual.

Lettering kero



Figura 19. Resultado final de la palabra en blanco y negro.



Figura 20. Resultado final de la palabra a color.

Postales



Figura 21. Mock-up de postal de la palabra en blanco y negro.



Figura 22. Mock-up de postal de la palabra a color

Lettering “De tierra vinimos y con el vaso nos unimos”



Figura 23. Resultado final de la frase en blanco y negro.



Figura 24. Resultado final de la frase a color.

Postales



Figura 21. Mock-up de postal de la frase en blanco y negro.

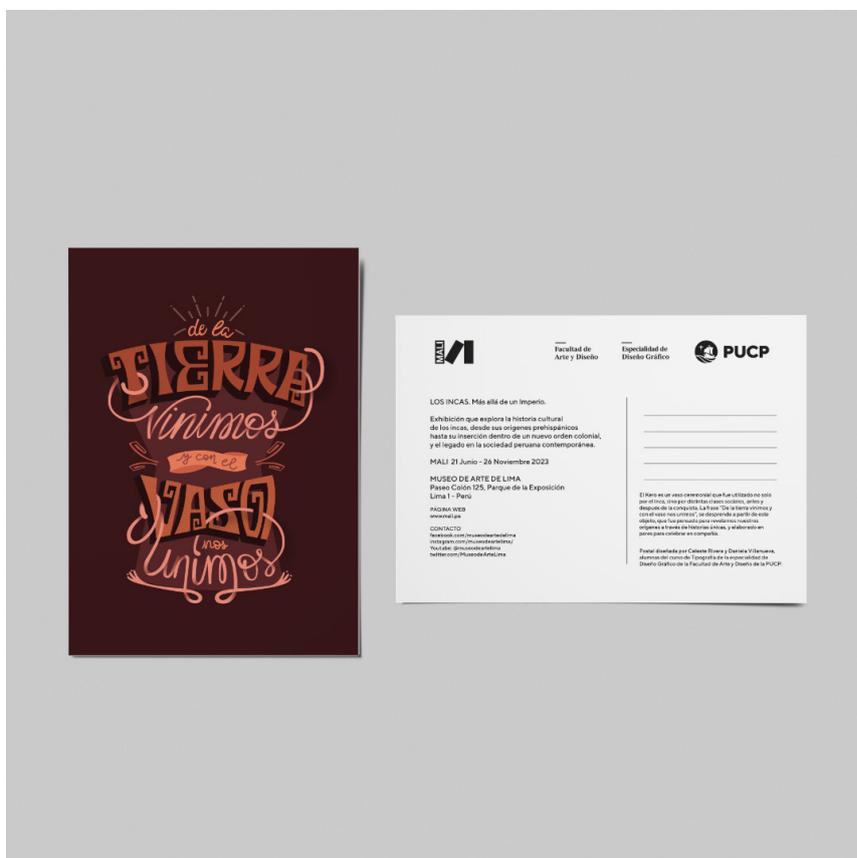


Figura 22. Mock-up de postal de la frase a color

KERO FONT
KERO FONT
KERO FONT
ABCDEFGHI
JKLMNOPÑOPQRST
UVWXYZ
¿? ¡! () . , : ;

Figura 27. Resultado de alfabeto Kero Font.

Espécimen tipográfico



Figura 28. Resultado de espécimen tipográfico.

Discusión y conclusiones

El proyecto de *lettering* para la exhibición *Los incas. Más allá de un imperio* representó una oportunidad significativa de aplicar las bases de la tipografía, con el propósito de consumir nuevas posibilidades gráficas de visibilización de nuestra cultura, todo ello de manera práctica en un espacio de exhibición.

El proyecto se integra en el conjunto de conocimientos previos sobre tipografía y diseño. Esto se suma a la comprensión de que la tipografía es una disciplina que requiere un análisis profundo de las

letras y una consideración cuidadosa del contexto en el que se aplican. Aporta una perspectiva más sólida sobre cómo abordar proyectos de *lettering* de manera coherente y estéticamente atractiva, con un propósito y un concepto detrás. El proyecto plantea la exigencia de continuar explorando y perfeccionando las habilidades tipográficas. En el futuro, se requerirá un enfoque continuo en el análisis tipográfico y la adaptación creativa a diferentes culturas para poder hacer ver el *lettering* como otra manera de comunicar un mensaje.

Bibliografía

- Arquine (s. f.). Museo de Sitio Pachacamac. <https://arquine.com/obra/museo-de-sitio-pachacamac/>
- Ezzat, N.; Kasem, L. & Mokhtar, A. (2019). Arabic lettering as a Visual Icon in Logo design. *DOAJ*, 4, 387-403. <https://doaj.org/article/74e1c77197be49e39822baff71c3d4a6>
- Meza, Falcon. (2020). *Diseño de productos de merchandising para la asociación de artesanas SISAN del Museo Pachacamac*. <https://expo-arteydiseno.pucp.edu.pe/2020/proyecto/diseño-de-productos-de-merchandising-para-la-asociación-de-artesanas-sisan-del-museo-pachacamac-5/>
- Museo de Arte Contemporáneo (s. f.). Bienvenidos al MAC Lima. <https://maclima.pe/>
- Museo de Arte Contemporáneo (2023). Merchandising. <https://maclima.pe/product-category/merchandising/>
- Museo de Arte de Lima (2023a). Archivo de exposiciones. <https://mali.pe/index.php>
- Museo de Arte de Lima (2023b). Nuevo Merch MALI. <https://tienda.mali.pe/collections/nuevo-merch-mali>
- Museo Larco (s. f.). Museo Larco. <https://www.museolarco.org/>
- Museo Larco (2023). Boutique. <https://www.museolarcoboutique.com/>
- Museo Pachacamac (s. f.). Bienvenidos al Santuario Arqueológico de Pachacamac. <https://pachacamac.cultura.pe/bienvenidos-al-santuario-arqueologico-de-pachacamac>
- Museo Pachacamac (s. f.). *Museo Pachacamac*. <https://pachacamac.cultura.pe/museo-pachacamac>
- Museo Pachacamac (s. f.). Tienda. <https://pachacamac.cultura.pe/servicios/tienda>
- Quindós, T. & González, M. (2021). La cursiva revisitada: referentes para el diseño de las variantes cursivas de la tipografía. *DOAJ*, 9, 38-49. <https://doaj.org/article/f9d6dfe41a614715b2b576a143e56ca4>
- Real Academia Española RAE (s. f.). ¿Es «venimos» o «vinimos»? <https://www.rae.es/duda-linguistica/es-venimos-o-vinimos#:~:text=Vinimos%20es%20la%20primera%20persona,semana%20estamos%20viniendo%20en%20autob%C3%BAs>
- Song, Y. & Luximon, Y. (2019). Design for Sustainability: The Effect of Lettering Case on Environmental Concern from a Green Advertising Perspective. *MDPI*, 11, 1-15. <https://ideas.repec.org/a/gam/jsusta/v11y2019i5p1333-d210701.html#>