Poema visual: diseño o poesía

Por Fernando Rodríguez Álvarez

Un acercamiento a la dimensión tipográfica en la que se basan algunas obras clave de la poesía visual.

Continuando con la revisión de aportaciones de poetas y diseñadores iniciada en el artículo «De la poesía visual al diseño tipográfico», analizaremos en este artículo la obra de Mallarmé, El Lissitzky, Marinetti, Tschichold y Schwitters.

Poema visual: diseño o retícula

Otros recursos de composición utilizados en la poesía visual para enfatizar algún significado son la segmentación de versos según su métrica o su número —dístico, terceto, estrofa, décima, copla, etc.— o bien, el uso de sistemas tipográficos como el axial, el radial, el progresivo, el reticular, el modular, el aleatorio, entre otros.[1] Una estructura poética figurativa que tiene gran tradición es el *caligrama*, que representa mediante líneas, interlíneas y palabras la figura o contorno del objeto-sujeto aludido en el poema.

En la poesía visual los márgenes y otros espacios gráficos se *movilizan*; el uso de imágenes reproducidas mecánicamente dan a los versos una nueva relación con los componentes de la página. La tipología de la poesía visual debe considerar los modos de reproducción gráfica que a principios del siglo XX consolidaron la industria editorial.

Pero no confundamos el diseño de un poema con su retícula. No todo *diseño* —o para ser exactos, no toda obra construida bajo leyes de proporción— contiene *poesía*. El poema visual como una «configuración de signos sobre un espacio animado» es un mapa, un objeto, un diseño topológico, un diagrama:

> En la dispersión de sus fragmentos, el poema ¿no es ese espacio vibrante sobre el cual se proyecta un puñado de signos como un ideograma que fuese un surtidor de significaciones? Espacio, proyección, ideograma.. estas tres palabras aluden a una operación que consiste en desplegar un lugar, un aquí, que reciba y sostenga una escritura en fragmentos que se reagrupan y buscan constituir una figura, un núcleo de significados. [...] Constelaciones, ideogramas. Pienso en una música nunca oída, música para los ojos, una música nunca vista. Pienso en *Un coup de dés*.[2]

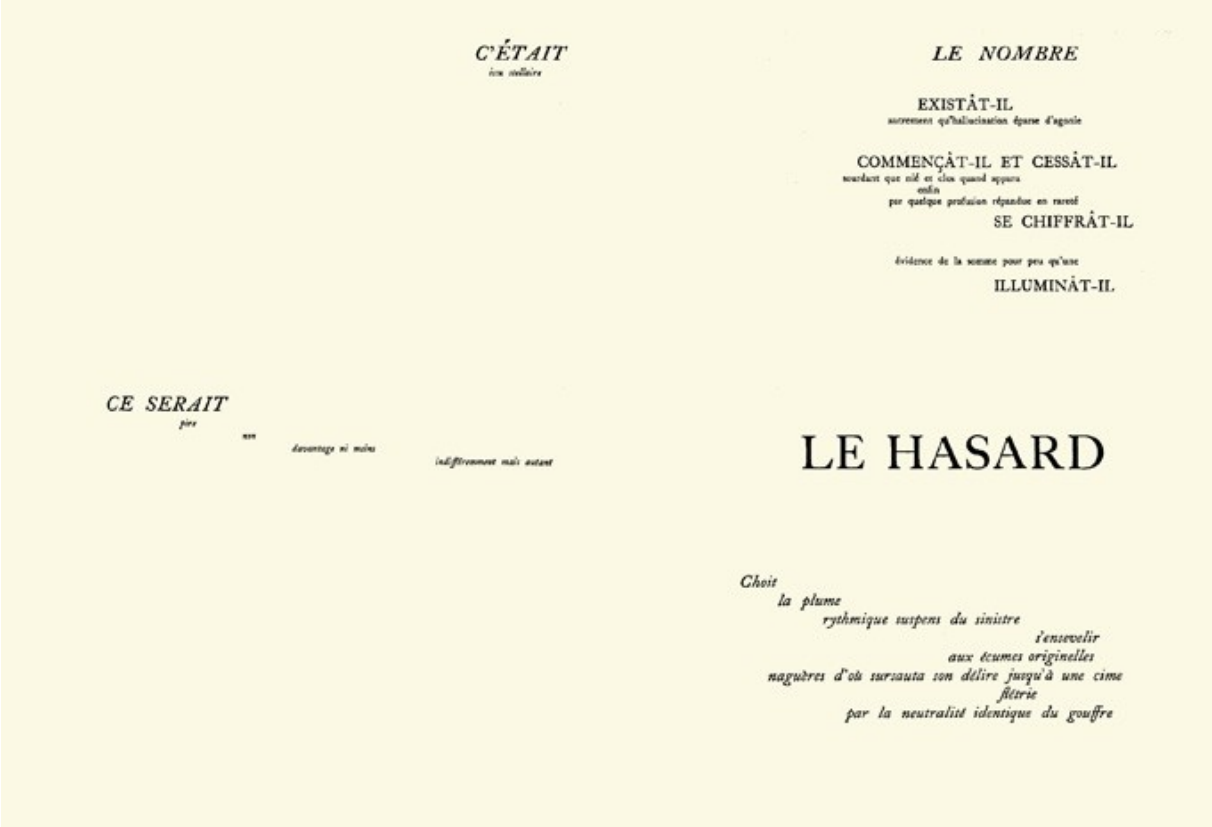
Un golpe de dados

El poema de Stephane Mallarmé□ –□*Un coup de dés* (1897)– ejemplifica la poesía visual como un todo, es una variedad de líneas fluyentes, divididas, escalonadas, articuladas en el espacio de cada página como un continuo donde el espacio blanco apenas se interrumpe en los dobleces que forman el «acordeón» o códice que lo consolida como libro y que se completa con el uso de diez tipos móviles diferentes, en redondas, versales, cursivas, negras y en puntajes diferentes. Esta obra editorial es un modelo de *poema-objeto* por su innovación conceptual y literaria.

La relación que une al poema con su disposición en la página pretende, según Mallarmé, una expansión en el espacio puro:

> La fabricación del libro, en el conjunto que habrá de expanderse, comienza desde una frase. Inmemorialmente el poeta supo el lugar de ese verso, en el soneto que se inscribe en razón del espíritu o sobre espacio puro. Por mi parte, desconozco el volumen y la maravilla que transmite su estructura, si no puedo, con conocimiento, imaginar tal motivo con vistas a un sitio especial, página y altura, con la orientación de luz suya o respecto de la obra.[3]

Sin abusar de la analogía, es posible definir el poema–objeto desde la actividad proyectual, explicándolo como □*un hecho plural* que satisface una necesidad particular donde el proyecto de su diseño es la colección de acciones para (re)crearlo y (re)producirlo.



Un coup de dés (Un tiro de dados) es la obra que inaugura la poesía visual como un todo. No sólo se diseña cada página,

sino que además la configuración externa enriquece la experiencia poética.

Del amor débil y del amor amargo

Aunque los antecedentes de la poesía visual pueden datarse en obras literarias medievales o barrocas y en otras más recientes de los siglos XVII al XIX, especialmente los *carmina figurata* o poemas de figuras y las que integran la abundante antología de juegos literarios y otros recursos visuales o mnemotécnicos de la escritura, son las vanguardias literarias de principios del siglo XX las responsables del auge de este género poético.

De 1897 a 1923 es posible identificar varios movimientos poéticos y pictóricos distintos que contribuyeron a la desintegración de las formas poéticas tradicionales y transformaron los versos en atributos visibles.

Por la brevedad de estas notas no es posible hacer un recuento exhaustivo de influencias, autores y obras poéticas que emergieron de esas vanguardias, sin embargo podemos destacar ciertos autores y sus documentos *canónicos*: el *Manifiesto Dadá 1918; Manifiesto del amor débil y el amor amargo, La revolución tipográfica y la ortografía de libre expresión* (1919), *Topografía de la tipografía* (1923), *Tesis sobre tipografía* (1924), *Plano piloto para la poesía concreta* (1961), *Teoría de la guerrilla artística* (1967), entre otros.[4]

Para la voz

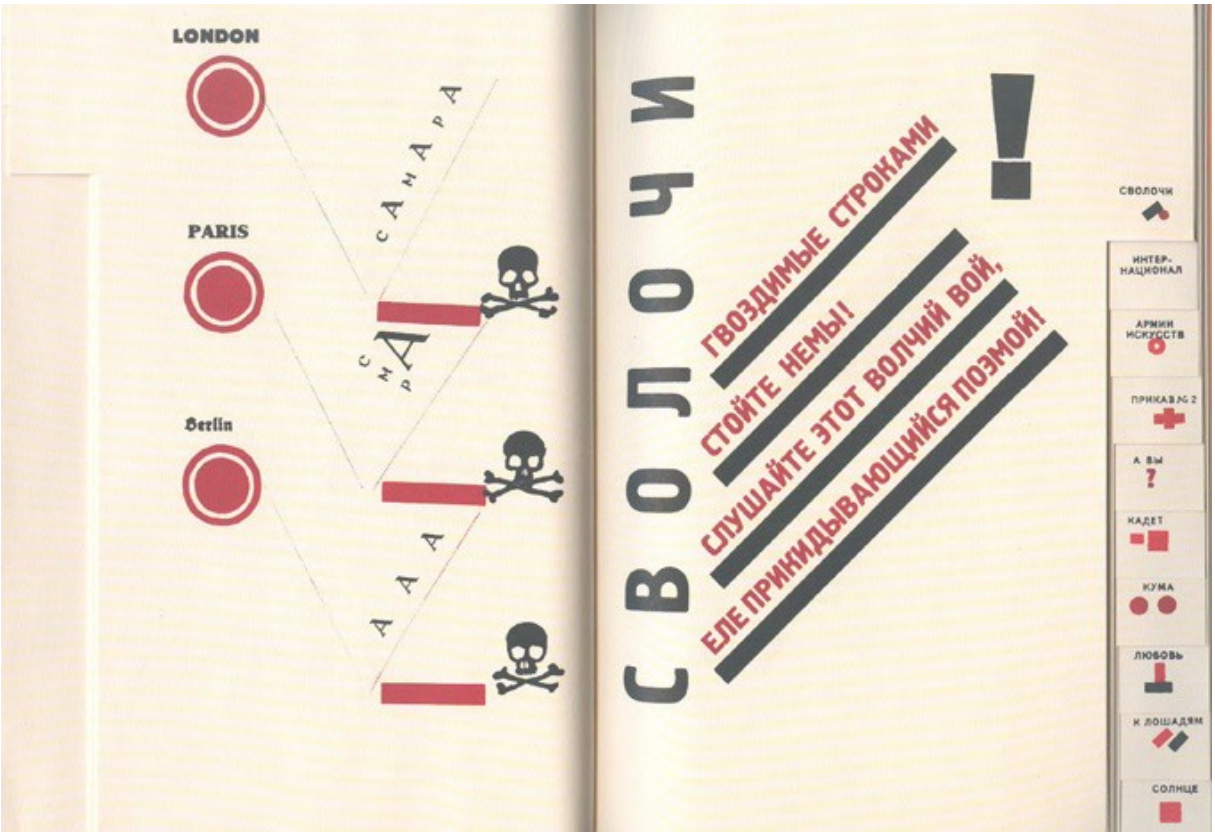
Un autor que reivindica la «topografía de la tipografía» en el diseño de libros —y tal vez para la poesía visual— es el diseñador ruso El Lissitzky. En ocho principios resumió su trabajo como editor tipógrafo, ubicado en el núcleo del movimiento dadaísta y constructivista:

> 1. Las palabras impresas se incorporan por medio de la vista, no de la audición.
> 2. Uno comunica sentidos mediante la convención de las palabras; el sentido toma forma mediante las letras.
> 3. Economía de expresión, la óptica no la fonética.
> 4. El diseño del espacio del libro, fijado por las limitaciones de la mecánica de la impresión, debe coincidir con las tensiones y los impulsos del contenido.
> 5. El diseño del espacio del libro usando procesos fotomecánicos que resultan de la nueva óptica, la realidad sobrenatural del ojo perfeccionado.
> 6. La secuencia continua de páginas, el libro bioscópico.
> 7. El nuevo libro exige un nuevo escritor. Murieron la pluma y el tintero
> 8. La superficie impresa trasciende el espacio y el tiempo. La superficie

> impresa, la infinidad de los libros, debe ser trascendida. La *electro-biblioteca*.[5]

Estos principios cambiaron el enfoque de la construcción de los libros, al trasladar textos que son leídos o escuchados hacia textos para ser contemplados o descifrados.

Un ejemplo de esta normativa es *Para la voz (Dlia Golossa)*, una colección de poemas de Vladímir Mayakovski. En esta obra se materializan los conceptos estéticos de El Lissitzky, en especial aquellos relacionados con la teoría *Gestalt* de Max Wertheimer y una afinidad explícita con las fases de la producción industrial del libro. Creación, diseño y producción forman la estructura estética de ese poemario-objeto. Según El Lissitzky, esta estructura también anticipa un modelo de organización social y considera al diseño como una herramienta para la organización de la vida.[6] Más adelante, estos principios darán impulso a la llamada *Nueva Tipografía* —según el texto clásico de Jan Tschichold— donde se fundamentará el debate entre artistas, tipógrafos y diseñadores «modernos», que aún persiste.[7]



El libro *Para la voz* es el resultado de una colaboración fructífera entre un poeta (Mayakovski) y un diseñador (El Lissitzky).

Palabras en libertad

A poco más de cien años del surgimiento del Futurismo, todavía resuenan las palabras del poeta Marinetti:

> He emprendido una revolución tipográfica dirigida sobre todo en contra de la concepción necia y repulsiva de los libros de poesía anticuados, con sus hojas de papel hecho a mano, con su estilo del siglo XVI, decorados con galeones, minervas, apolos, grandes iniciales, rúbricas, formas florales mitológicas, con cierres, lemas y números romanos. [...] Mejor dicho, mi revolución va, entre otras cuestiones, contra la denominada armonía tipográfica de la página que se opone completamente al torrente estilístico que se desprende de ella. [...] Por ejemplo, la cursiva para una serie de efectos rápidos y similares, la negrita para imitar tonos fuertes, etc. Se trata de una nueva concepción de página pictórico-tipográfica.[8]

Esta proclama subversiva corresponde al estado del arte editorial de la poesía de su época, con un espíritu devastado por los conflictos histórico–sociales y atento a los discursos revolucionarios. Su carácter de poeta tipógrafo «no especialista» de ninguna forma anula su aguda percepción onomatopéyica:

> [...] los poetas se convencieron de que los diferentes momentos de su embriaguez lírica tenían que expresar estos ritmos peculiares de duraciones completamente diversas e inesperadas, con total libertad de acentuación. Por tanto inventaron de un modo bastante natural el verso libre, pero todavía mantuvieron el orden sintáctico. [...] Esta instintiva remodelación de las palabras responde a nuestra tendencia natural por la onomatopeya [...][9]

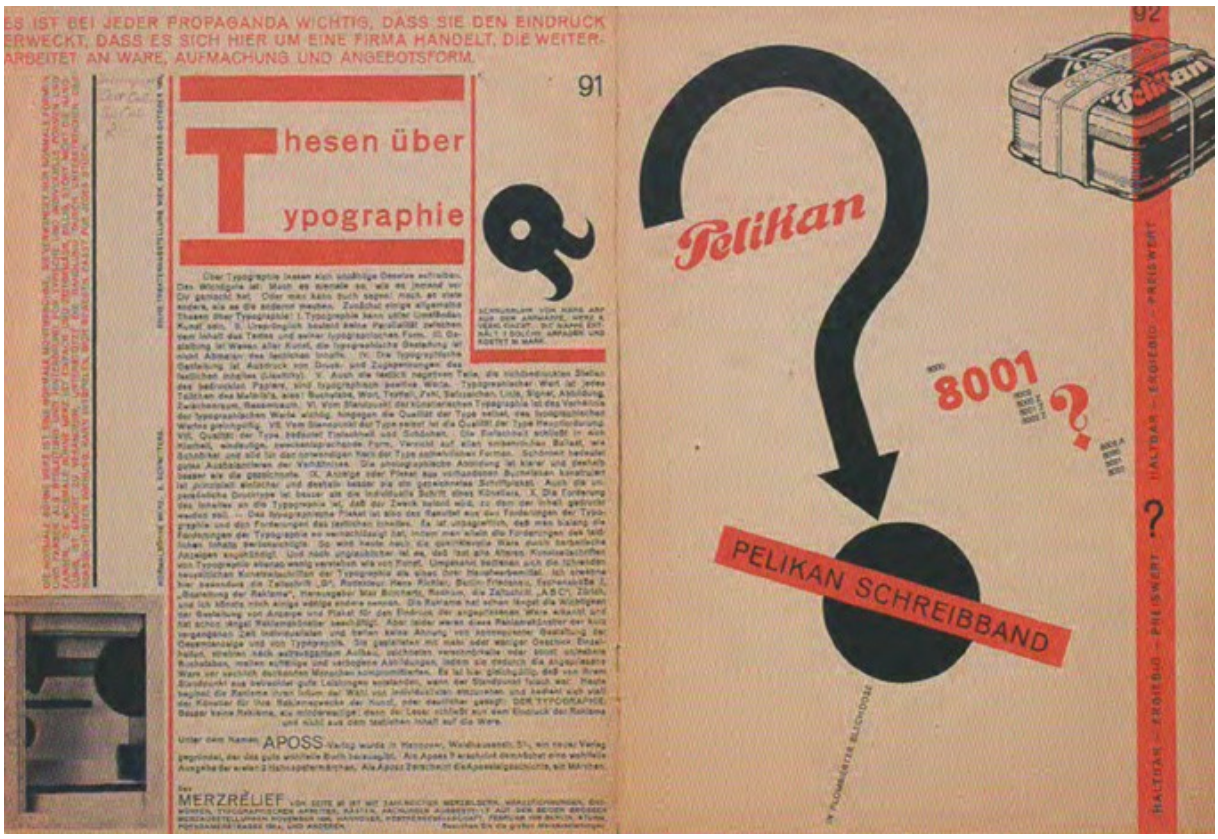
Como lo expresa el propio Jan Tschichold acerca de la obra de Marinetti:

> Por primera vez, la tipografía se convierte aquí en una expresión funcional del contenido. También por primera vez se produce en este libro [se refiere a *Palabras en libertad*] un intento por crear una poesía visual, en vez de la tradicional poesía auditiva, que desde hacía tiempo ya nadie escuchaba.[10]

Merz: Tesis sobre tipografía

Kurt Schwitters es otro promotor de la nueva tipografía que acompañó a los poetas de las vanguardias, junto con Jan Tschichold, Lázló Moholy-Nagy, entre otros. A finales de los años veinte, el Centro de Publicidad Merz era una empresa respetable de Hannover —que tenía entre sus clientes a Balseen y Pelikan— y un lugar de trabajo donde la publicidad era una forma de arte aplicado, especialmente por la tipografía. En la revista *Merz*, número 11 de 1924, Schwitters publica su *Tesis sobre tipografía*, en donde confirma la nueva tendencia que tendrá impacto en la poesía y el arte comercial. Su trabajo como agente publicitario le permite seguir y demostrar las reglas de esta nueva tipografía, señalando los tipos sans serif, las plecas y filetes de diversos grosores, la asimetría y un uso dramático del espacio. También reivindica el principio mayor de esta corriente compositiva usando la tipografía de una forma original.[11]

Uno de los elementos más importantes del arte comercial era la tipografía. La relación entre contenido y forma, entre el tema de la publicidad y su representación visual, eran de vital importancia por lo que la tipografía mantenía su papel esencial, al recordar que «El propósito es relacionar el texto, que obedece a leyes literarias, y a la imagen, que obedece a leyes ópticas. Un anuncio publicitario debe expresar su contenido escrito visualmente».[12]



Las *Tesis sobre tipografía* de Kurt Schwitters confirman la tendencia de unir poesía, diseño editorial y tipografía con el *arte comercial.*

No será la primera vez que coincidan en este campo los diseñadores con los poetas. En varios de los grupos de vanguardia que durante el siglo XX impulsaron la poesía visual, hubo algunos que participaron como asociados a proyectos culturales y también comerciales. Tal es el caso de los concretistas brasileños, que influenciaron ampliamente el arte comercial de su época.[13]

Publicado el 11/09/2013

1. ELAM, Kimberly (2007), *Typographic Systems. Rules for Organizing Type*, Princeton Architectural Press, Nueva York.

2. PAZ, Octavio (1981), «Los signos en rotación», en *El arco y la lira*, FCE, México, p. 270.

3. MALLARMÉ, Stéphane, «En cuanto al libro», en *Variaciones sobre un tema*, trad. de Jaime Moreno Villarreal, Vuelta-Heliopolis, México, 1993, p. 82; citado en *Un tiro de dados*, preliminar de Julián Zugazagoitia, trad. y notas de Jaime Moreno Villarreal, Ditoria, México, 1998.

4. RODRÍGUEZ Prampolini Ida y Rita Eder (1997), *Dadá / documentos*, UNAM, México, pp.141- 165; MARINETTI, F.T., «La revolución tipográfica y la ortografía de libre expresión», citado en TSCHICHOLD, Jan, *op.cit.*, p. 54; BARTRAM Alan (2005), *Futurist typography and the liberated text*, Yale University Press, New Haven, p. 82.

5. EL LISSITZKY (2001), «Topografía de la tipografía», en *Fundamentos del Diseño Gráfico*, comp. Michael Beirut *et al.*, Ediciones Infinito, Buenos Aires, p. 50.

6. Sobre este tema puede consultarse HEMKEN, Kai-Uwe, «For the Voice and for the Eye, Notes on the aesthetics in *For the Voice*», en RAILING, Patricia (ed.) (2000), *Voices of Revolution*. Collected essays, The MIT Press, Cambridge, pp. 216-234.

7. TSCHICHOLD, Jan (2003), *La nueva tipografía / Manual para diseñadores modernos*, Campgràfic, Valencia.

8. MARINETTI, F.T., *op. cit.*

9. *Ibid.*

10. TSCHICHOLD, Jan, *op. cit.*, p.56.

11. BARTRAM, Alan, *op. cit.*

12. Citado de ORCHARD, Karin (2003), «Kurt Schwitters / Su vida y obra», en el catálogo de obra *Kurt Schwitters in Mexiko*, Sprengel Museum Hannover/ Goethe Institut/ Conaculta-INBA, México, p. 29.

13. Véase VIEIRA REIS, Amélia Paes (2005), «Design concretista / Um estudo das relações entre o design gráfico, a poesia e as artes plásticas concretistas no Brasil, de 1950 a 1964», tesis de maestría, Departamento de Artes e Design, Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro, en http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0310182_05_pretextual.pdf.

FOROALFA

ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/poema-visual-diseno-o-poesia