

El triunfo de la tipografía poco profesional en el mundo empresarial

Las acciones de la querida y a menudo detestada cadena de pubs Wetherspoon se dispararon el mes pasado después de que el grupo británico anunció que sus ventas habían superado los niveles prepandemia.

Son buenas noticias si te encuentras entre las multitudes que acuden a los aproximadamente 800 pubs de la compañía para disfrutar de cerveza y comida a precio reducido, y aún mejores para su fundador, Tim Martin, quien apoya abiertamente el Brexit.

Pensé en Martin cuando leí la noticia. Pensé específicamente en un aspecto desconcertante de su negocio que ha surgido repetidamente en los numerosos artículos escritos sobre él: Comic Sans.

Sigo leyendo que esta famosa y polémica tipografía es la que usa el asistente personal de Martin para escribir todas sus notas. ¿Pero por qué? Si ya eres uno de los jefes más polarizantes de tu sector, ¿por qué insistirías en una decisión tan divisiva? Por no hablar de la falta de seriedad. Envié un correo electrónico a su equipo de prensa y pronto recibí una respuesta del propio Martin: “Nunca había pensado en Comic Sans y nunca he especificado una fuente tipográfica a propósito”, dijo. Su asistente, Tina Coppiters, me envió un correo electrónico, en Comic Sans sin complejos, para decir: “Solo para aclarar, Tim nunca me ha pedido que use ningún tipo de tipografía en particular; simplemente es la que uso”. Misterio resuelto.

Todo esto plantea otra pregunta: ¿por qué hay personas como yo que consideran que Comic Sans es absurda e inaceptable en



PILITA
CLARK

la comunicación empresarial? Conozco a un hombre que una vez tuvo que persuadir con delicadeza a su jefe para que dejara de usar Comic Sans en los correos electrónicos del personal por temor a que no se tomaran en serio sus ideas.

Además, surgió todo un movimiento para prohibir Comic Sans, inicialmente como una broma entre diseñadores gráficos, para destruir lo que sus fundadores llamaron “este mal de la ignorancia tipográfica”. La campaña despegó después de que Microsoft lanzó el diseño inspirado en los cómics en la década de 1990 a través de

su software para Windows. Comic Sans se convirtió en un éxito mundial, aunque nunca se concibió como una tipografía, escribe Simon Garfield en *Es mi tipo: Un libro sobre fuentes tipográficas*. No hay ningún misterio sobre por qué se hizo tan popular. Es fácil de leer y alegre, pero esas mismas características la hacen chocante cuando se usa en entornos formales.

En la investigación pública sobre el procesamiento injusto de cientos de subdirectores de correos del Reino Unido el año pasado, hubo risas disimuladas cuando el abogado dijo que un correo electrónico mostrado en el proceso, escrito en Comic Sans, creó “un dolor de cabeza”. Unos meses después, cuando un juez de Islamabad anuló la condena del exprimer ministro de Pakistán, Imran Khan, algunos medios de comunicación informaron que la orden se había impreso en Comic Sans.

No puedo confirmar si realmente fue así, pero no me sorprendió la dura respuesta en línea que suscitaron las noticias. “Documentos judiciales en Comic Sans... Pakistán... por favor”, dijo una persona. “Este país no es nada serio”, dijo otra.

Puede ser, pero no hay indicios de que décadas de desprecio por Comic Sans hayan tenido algún efecto. La tipografía sigue prosperando. Sigo sosteniendo que es importante saber cuán profundamente afecta el diseño a cierto tipo de persona en cierto contexto. Pero reconozco que tanto la tipografía como su inventor han tenido la última palabra. Si buscas “Vincent Connare” en Google, todo aparece en la gloriosa Comic Sans. ¡Supera eso, Helvética!

Comic Sans nunca será tan vilipendiada como sus críticos desearían.