

Latinoamérica: Un nuevo escenario tipográfico

Latin America: a new typographic scenario

Resumen

La actividad latinoamericana vinculada con la tipografía se ha redefinido a partir de la acción de una corriente modernizadora que impulsó cambios profundos en la región.

Este escrito forma parte de un proyecto de investigación cuyo objetivo es la construcción de una herramienta teórico práctica que permita registrar qué está sucediendo y reflexionar sobre el escenario actual, optimizando de este modo la producción de nuevas fuentes tipográficas.

Palabras clave: Tipografía, producción, historia

Abstract

Activities related to typography in Latin America have been redefined since the beginning of a modern approach that has fostered deep changes in the Region.

This paper is part of a research project that aims to create a theoretic and practical tool to register what is happening and to analyze the actual scenario in order to optimize the production of new typographic fonts.

Key words: *Typography, production, history*

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Léxico

¿Qué es *tipografía*? La definición de la RAE es austera: *arte de imprimir y taller donde se imprime*. Proponemos una nueva articulación:

- Tipografía como práctica: la producción de tipos.
- Tipografía como producto: lo realizado¹ por esa práctica.
- Tipografía como saber: la formalización de una disciplina que antecede al Diseño Gráfico.²

Fuente es el conjunto de signos alfabéticos y no alfabéticos con una tipología recurrente, determinada y manifiesta. Llamamos *fundidora* al establecimiento donde se fabricaban las matrices y fundían tipos móviles. Hoy, la tecnología de producción es digital, pero seguimos llamándolo del mismo modo.

Producción digital y cambio de paradigma

Las tecnologías de composición de textos experimentaron en el siglo XX modificaciones profundas. Latinoamérica había permanecido al margen de la tecnología, importada desde países *desarrollados*. La tipografía se aprendía en los talleres. Hasta fines del siglo pasado, producir tipografía en Latinoamérica era sinónimo de *usar tipografía no diseñada por latinoamericanos*.³

En el último cuarto del siglo pasado empieza a gestarse una transformación tecnológica e ideológica. El fenómeno tuvo consecuencias significativas, pues permitió que la región deviniera en productora de tipos. Se produjo un cambio de paradigma, una transformación en el pensamiento dominante.

Siguiendo la semiótica clásica⁴ entendemos que lo único *pensable* en una sociedad es lo que puede *ponerse en palabras*. No diferenciamos entre *acción* (lo efectivo) y *discurso* (lo que da cuenta de esa efectividad). Si hoy hablamos de *diseñadores de tipos latinoamericanos*, se debe más al cambio en el patrón de pensamiento que a las posibilidades del *software*. Esto se manifiesta además en prácticas como la formalización del discurso y la enseñanza, y la legitimación de la tipografía latinoamericana en escenarios internacionales.

En la década del '70, los equipos de autoedición permitieron realizar en un mismo lugar actividades que antes sucedían en espacios diversos. Múltiples prácticas, algunas de ellas de larga tradición, llegaban a un punto de convergencia: digitalización de imágenes, diseño editorial, impresión, diseño de tipografía. Hablamos de *convergencia* con doble sentido: como concurrencia de varias actividades a un mismo fin, pero también como conclusión: las

¹ Realizado en el sentido de “lo obrado”, lo que queda como resultado efectivo de un hacer, que incluye pero no se limita a los tipos en sí.

² Los teóricos no se ponen de acuerdo sobre el momento en que se inició la actividad que hoy conocemos como *diseño gráfico*. Pero con precisión podemos situar el inicio de lo que hoy conocemos por tipografía con la invención del tipo móvil.

³ Las empresas tipográficas establecidas en América eran proveedoras de máquinas y de materia prima. Algunas llegaron a fundir tipos, pero las matrices originales, afirmaban en sus anuncios, provenían del extranjero.

⁴ Hablamos de los aportes de Ch. S. Peirce al campo de la semiótica.

actividades que convergen se acercan al límite. Saberes construidos desde oficios tradicionales de pronto se volvían prescindibles.

Si recuperamos las definiciones de *tipografía* mencionadas (práctica, producto, saber), notamos un desfase: la tipografía no es sólo digitalizar letras. Las letras no actúan sólo como formas y vacíos significantes: se constituyen en la interrelación. Por eso, nos preguntamos:

- 1) Si la tecnología pone hoy el diseño y la producción de tipos al alcance de los latinoamericanos, ¿para qué producir nuevos tipos?
- 2) ¿Cómo participa esa producción en la idea de *lo latinoamericano* (si es que debe hacerlo)?

Esos interrogantes señalan la magnitud del cambio que estamos viviendo.

Formalización de la disciplina

La formalización es significativa en la legitimación de una disciplina. No es mero trabajo de codificación-decodificación: ayuda a estabilizar la disciplina, la ayuda a obtener autoridad simbólica. El proceso resume sin homogeneizar tensiones constantes entre pasado y futuro. En Latinoamérica, la velocidad característica de la modernidad se ve aumentada por ausencia de una tradición que sí existe en otras regiones.

La formalización pone en juego la aparente unicidad y homogeneidad del hacer. Es imposible pensar la tipografía como cuerpo único, ideológicamente homogéneo. A fines de los '80, después de la creación de las carreras de diseño gráfico latinoamericanas, se discutió la necesidad de incorporar cursos de tipografía y se ejecutó con variedad de contenidos y metodologías. Se contemplaron ejercicios en asignaturas como diseño, caligrafía, diseño de signos tipográficos, composición de textos, aplicaciones en diseño editorial o se desarrollaron nuevas asignaturas.

Hoy, Tipografía es una asignatura en muchas carreras de diseño gráfico. Existen además un diplomado (PUC, Chile), una maestría (Gestalt, México) y está en curso la aprobación de una carrera de posgrado (UBA, Argentina). Al mismo tiempo, egresados latinoamericanos cursan estudios en el extranjero: HfG de Schwäbisch Gmünd, SfG de Basilea, Universidad de Reading, Atelier National de Recherche Typographique (ANRT) y la Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten (KABK) son algunas de las instituciones elegidas.

Acompañando la formalización, aparecieron la revista *tipoGráfica* en Argentina (1987-2007), *Tupigrafia* en Brasil (1992) y *Tiypo* en México (1992). Otras revistas publicaron artículos tipográficos: las mexicanas *Ene-O* y *a! Diseño*, la uruguaya *Pulso* y la brasileña *Pesquisa Visual*.

Se editaron libros. Entre ellos: *Treinta siglos de tipos y letras*, de Luisa Martínez Leal, (1990); *Pensamiento tipográfico*, de la cátedra Fontana (1996); *Manual de diseño editorial*, de Jorge de Buen Unna (2000) y *Educación tipográfica*, de Francisco Gálvez, publicado en

Chile (2004) y en Argentina (2005). También se publicó *Fontes Digitais Brasileiras* (2003), edición coordinada por Priscila Farias y Gustavo Piqueira.

Surgieron colecciones especializadas como «Temas» y «Teoría y práctica», de la editorial Designio (México); «Libros sobre Libros», de Librería y Fondo de Cultura Económica (México) y «¿Cuál es su tipo?» de Rosari (Brasil). Son sus ejes temáticos: relación entre tipografía y lenguas de pueblos originarios, historia, estudios culturales, didáctica, diseño digital y diseño editorial.

Legitimación: acción gremial y profesional

La dinámica que atravesamos se evidencia en cursos, congresos y encuentros profesionales realizados: Tipografía Brasilis y DNA Tipográfico en Brasil, Tipografía en México y tipografía Buenos Aires en Argentina. Se destacan iniciativas grupales como Tipitos (entre 2004 y 2007), Tipocracia, Tipografía CL, Tipografía-Montevideo y T-Convoca.

Otros espacios tipográficos regionales son el foro de correo en castellano Bigital (desde 1997) y Topica, en portugués (desde 1999). Tipógrafos latinoamericanos participan en foros internacionales: Typophile, Typo-L y el foro de la Asociación Tipográfica Internacional (Atypi). Del total de socios de Atypi (163 miembros), 30 de ellos son latinoamericanos⁵.

En 2004 se realizó la primera Bienal Letras Latinas. Convocó 235 trabajos de 8 países y se expusieron en Argentina, Brasil, Chile y México. En 2006 se realizó la segunda edición. Se inscribieron 427 proyectos y se sumaron Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela. En 2008 se realizó la Tercera Bienal de Tipografía Latinoamericana, denominada Tipos Latinos, que recibió 423 trabajos de 11 países y sumó las sedes Bolivia, Ecuador y Paraguay.

Numerosas fuentes latinoamericanas obtuvieron reconocimiento internacional. Arcana, Lagarto, Fontana ND y Rayuela fueron premiadas en Bukva:raz!, en 2001; Australis y Borges Hueca fueron distinguidas por la empresa Morisawa en 2003; ese año Bohemia, Beret y Samba fueron premiadas por Linotype; Siquot Antigua y Loreto fueron distinguidas en el concurso español Tipo-Q en 2005; el sitio Typography.com seleccionó a Borges, Relato, Chocolate, Bluemlein Scripts y Ministry entre sus preferidas; Arlt obtuvo un reconocimiento de la publicación Creative Review en 2006; Basilica, Arcana, Mexica, Fontana ND, Argot, Bunker, Relato Sans, Rayuela Chocolate, Darka, Fondo, Presidencia, Lorena y Burgess fueron premiadas por el Type Directors Club.

En lo referente a las fundidoras, Sudtipos ofrece tipografías para envases y anuncios comerciales, Kimera para campañas publicitarias y productos editoriales, TypeTogether y Tipo para publicaciones. Tipos latinoamericanos se usan en la revista tipo (Plasma), en tpG (Fontana ND y Andralis ND), en ADG Brasil (Thanis), en la colección Rosario Ilustrada (Chivo y Rosario), en el diario La Tercera de Chile (Tercera) y en Transatlántico (Ronnia y Relato). Se componen manuales escolares (Estrada, La Señal y Simona), libros como *Educación tipográfica* (Australis y Elemental) y el diccionario Houaiss (compuesto en la fuente homónima). También se usan en identidad corporativa: Fontelecom (Argentina), Transbrasil (Brasil), Fondo y Presidencia (México), en proyectos urbanos como Transantiago

⁵ Fuente: Sitio www.atypi.org, mayo de 2008, se incluye a los delegados de Brasil y de México, que no aparecen en la base de datos.

en Chile (TS Info, TS Mapa) o en señalización de establecimientos escolares de Argentina (Escuela).

Conclusión

La toma de conciencia sobre el nuevo escenario y el cambio en la forma en que los latinoamericanos nos relacionamos con los tipos fortalecerá la actividad productiva y enriquecerá nuestra cultura tipográfica. La elaboración reflexiva de la información obtenida (no sólo su disponibilidad y su circulación) contribuirá al desarrollo de ese saber transformador.