

Marcela Romero e Pablo Cosgaya*

Tipografía latinoamericana: un panorama dinámico

* **Marcela Romero** é designer gráfica especializada em Design de Comunicação, Design Editorial e Design de Identidade Corporativa. Sócia no estúdio Cosgaya – onde desenvolve projetos editoriais, de identidade corporativa e de comunicação institucional – e na Omnibus Type – onde projeta, produz e publica fontes digitais. Marcela também é coordenadora acadêmica e professora no curso de Mestrado em Tipografia na Universidade de Buenos Aires. Professora adjunta de Tipografia no curso de Design Gráfico, da Faculdade de Arquitetura, Design e Urbanismo da Universidade de Buenos Aires. Conferencista internacional, Marcela Romero já proferiu diferentes palestras no Tipos Latinos, Diatipo e no Congresso Internacional de Tipografia (Valencia, Espanha). Ela tem ministrado cursos e workshops na Argentina, Chile, Espanha, México e Uruguai.
<mr@catedracosgaya.com.ar>

Pablo Cosgaya é designer gráfico especializado em design editorial, design de tipos e design de identidade corporativa. Sócio no estúdio Cosgaya – onde desenvolve projetos editoriais, de identidade corporativa e de comunicação institucional – e na Omnibus Type – onde projeta, produz

Resumo La actividad tipográfica latinoamericana se ha redefinido a partir de una corriente modernizadora que en el último cuarto del siglo XX impulsó cambios significativos en la región. Este trabajo registra algunos de esos cambios y los enmarca con una mirada panorámica.

La lectura de este escrito compartido proyecta desafíos y nuevas necesidades, pero sobre todo subraya la urgencia de indagar los cruces que existen entre las características técnicas, culturales y sociales del hacer tipográfico mundial con las de la tipografía regional y su actual producción, distribución y consumo.

Palabras clave Tipografía, Diseño, Latinoamérica, Producción, Software.

Latin American Typography: a dynamic panorama

Abstract During the last quarter of the 20th century, a modernizing influence has redefined type design in Latin America, triggering significant changes in the region. This article points out some of these changes and provides a holistic perspective on the matter.

This collaborative writing introduces new challenges and needs, but above all highlights the pressing need to probe the intersection between the technical, cultural and social aspects of global type design with local typography and its current production, distribution and usage.

Keywords Typography, Design, Latin America, Production, Software.

e publica fontes digitais. Professor Titular Regular de tipografia no curso de Design Gráfico e no Mestrado em Tipografia, da Faculdade de Arquitetura, Design e Urbanismo da Universidade de Buenos Aires. Conferencista internacional, Pablo já proferiu diferentes palestras no Tipos Latinos, Diatipo (Brasil), no Congresso Internacional de Tipografia (Espanha) e para a Association Typographique Internationale (México). Ela tem ministrado cursos e workshops na Argentina, Chile, Espanha, México e Uruguai.
<pc@catedracosgaya.com.ar>

El panorama latinoamericano que compartimos se organiza a partir de una serie de preguntas sobre lugares, personas, tiempos, acciones y desafíos que rodean a la tipografía. Preguntas que nos permitirán dar cuenta de un escenario tipográfico regional vivo y dinámico.

Preguntas de profundidad diversa, que proceden de universos diferentes. Intentaremos también responder algunas de esas preguntas... Y aunque otras quedarán abiertas, confiamos en que todas encontrarán su respuesta en un futuro próximo.

¿Dónde estamos?

La escena se sitúa en la América al sur del Río Grande, colonizada por españoles y portugueses. Una América que heredó las lenguas de la conquista por desplazamiento de las lenguas locales.

Una América que compró tipografías para componer sus mensajes y también importó historias, héroes y relatos de otras culturas. Una América que empezó a dibujar letras a partir de la segunda mitad del siglo XX y empezó a producir sus propias tipografías después de la llegada de la autoedición digital.

Tipografías que primero se comercializaron a través de fundidoras y distribuidoras europeas y norteamericanas pero con la irrupción de internet, empezaron a distribuirse desde empresas y emprendimientos propios.

¿Cómo empezamos este recorrido?

Hace 25 años, después de aprender lo que otros venían practicando desde hace siglos, casi irrespetuosamente, los diseñadores latinoamericanos nos pusimos a diseñar letras, a probar su funcionamiento como sistemas tipográficos. ¿Con qué saberes? Con los que nos había dado el uso, el análisis y la curiosidad. Con el ensayo, la reflexión, la prueba, los errores, las consultas con otros colegas y maestros.

¿Para quiénes hacemos nuestras tipografías?

Hay diferentes respuestas. A veces hacemos tipografías para nosotros mismos, para usuarios determinados, instituciones o clientes específicos... ¿Y no es lo mismo que hacen todos los diseñadores del mundo? ¿Cómo podemos situarnos aquí? ¿Para qué? ¿Cómo podemos hacer que nuestro trabajo signifique algo más, otra cosa?

Una respuesta sencilla y veloz nos sugiere buscar soluciones a nuestros propios problemas desde nuestro propio lugar. Alfabetos para nuestras lenguas, argumentadas con investigaciones que desarrollamos en conjunto con lingüistas, antropólogos y usuarios. Es decir: no actuando como artistas, si no integrándonos a equipos de trabajo multidisciplinarios (con pedagogos, maestros, programadores, lingüistas...). También hacemos fuentes para empresas, eventos e instituciones de la

región que valoran el buen diseño. Y las hacemos para nosotros mismos, para aprender, para sacarnos las ganas de probar.

¿Son buenas nuestras fuentes tipográficas?

Los premios y los reconocimientos a nuestros trabajos, la selección de tipografías latinoamericanas en contextos internacionales confirman que sí. La frecuencia de uso, la convivencia de fuentes locales con fuentes clásicas o con tipografías de diseñadores internacionales de prestigio dicen que sí. Los encargos de tipografías institucionales o que grandes empresas contraten a colegas de la región nos permiten pensar que sí. También puede leerse como un aval a esa calidad la atención creciente que se le presta al tema en encuentros y competencias.

¿Por qué es importante hacerlo desde aquí?

Primero y principal, para ejercer nuestro derecho a hacer, a practicar, a proponer letras que expresen palabras, ideas y textos con la voz y el estilo propio.

Porque en 25 años aprendimos lo necesario para hacerlo bien, con calidad y con respeto por la historia, pero con la insolencia que nos permite la ausencia de tradición.

Thomas Kuhn (1971) diría que el modelo teórico que define un período histórico configura un paradigma y que ese paradigma determina cuáles son los enigmas a resolver y los instrumentos adecuados para tal fin. Sólo un cambio de paradigma —dicho de otro modo: una revolución— puede señalarnos qué conflictos ignoramos y cuáles de ellos no eran realmente conflictos. Nosotros cambiamos de paradigma: dejamos de ser usuarios de tipografías importadas para ser diseñadores de tipografías exportables.

Y eso ¿consolida la disciplina?

Kuhn aclara que el paradigma, entendido como «matriz disciplinaria», está configurado por una estructura ordenada de elementos de diversa naturaleza que necesitan una especificación adicional —una matriz— que gobierna a todos aquellos que comparten una disciplina. De modo que «un paradigma no gobierna un tema de estudio, sino antes bien, un grupo de practicantes.» ¿Somos un grupo de practicantes? Sí, y ya hay muchos que no son aficionados. Son profesionales consagrados, son investigadores, son profesores con reconocimientos y trayectoria.

¿Qué otras cosas debemos hacer además de diseñar fuentes?

Para Kuhn la matriz disciplinaria comparte cuatro componentes:

- ¶ generalizaciones simbólicas de las teorías;
- ¶ modelos explicativos o heurísticos;
- ¶ valores compartidos
- ¶ ejemplares o modelos típicos de resolución.

Podemos agregar, según el propio Kuhn, otros elementos como el vocabulario, los libros de texto, la instrumentación y las comunicaciones. Estamos trabajando en eso, pero aún nos falta mucho... Tenemos mucho que educarnos y educar.

¿Cómo enseñamos y aprendemos?

En este universo complejo nacen, crecen y se desarrollan los modos diversos de enseñar, con foco en los diferentes aspectos de la disciplina. Es importante reconocer esta complejidad puesto que aún en el seno de una misma disciplina coexisten paradigmas, estilos de pensamiento e ideologías diferenciados, e incluso opuestos, lo cual lleva a concebir diferentes modelos de enseñanza y aprendizaje. No enseñamos y aprendemos como en cualquier parte del mundo. Podemos considerar el concepto de «tribu académica» que propone Tony Becher, ya que las mismas disciplinas adquieren perfiles distintos en diferentes carreras, manteniendo un mismo cuerpo de conocimiento con diferentes prácticas, valores y tradiciones. Y del mismo modo: en una misma carrera pueden constituirse diferentes culturas académicas.

¿Qué es una «tribu académica»?

Becher (2001) sostiene que la capacidad de un grupo de constituirse en comunidad o tribu está ligada a la posibilidad de construir ciertos elementos en común: una historia, un mito, un héroe. Considerar entonces a las disciplinas como comunidades supone registrar la presencia de estos elementos que le dan sentido y unidad al conjunto.

De este modo, encontramos dos entidades preconstituidas: Por un lado, la disciplina como conjunto ordenado de conocimientos, fundado en un paradigma, que actúa además como organismo productor-reproductor de esos conocimientos. Por el otro, un grupo de investigadores y docentes, esto es, de académicos, que practican y legitiman su actuación dentro de esa disciplina.

¿Somos los latinoamericanos una «tribu académica»?

Según Becher, los rasgos que permiten a los miembros de una comunidad disciplinaria reconocerse como tales son:

- ¶ contar con un campo problemático definido, lo que expresa una identidad;
- ¶ poder desarrollar estrategias teóricas para abordar sus propios problemas, es decir: un marco teórico y una base empírica sobre la problemática a resolver dentro de la disciplina;
- ¶ tener alcance a herramientas técnicas y metodológicas para producir, evaluar y validar el conocimiento producido;
- ¶ haber establecido requisitos para formar parte de esa comunidad que la practica y desarrolla;
- ¶ poder ratificar los mecanismos de ingreso de nuevos miembros a la comunidad y distribuir posiciones de status y prestigio dentro de la misma;
- ¶ poder definir patrones de comunicación e interacción social entre sus miembros, y sus competencias y prioridades.

Y entonces... ¿somos o no una «tribu académica»?

Más o menos. Para bien y para mal, algunos de los puntos que menciona Becher no están del todo consolidados. Sin embargo, cada vez más se nos hacen más visibles y nos estamos adaptando... Estamos ingresando a la comunidad mundial, hablando su mismo lenguaje.

Debemos construir los relatos necesarios para identificar nuestros héroes, nuestros propios mitos y escribir así las historias sobre las que situarnos y desde las que proyectarnos.

¿Es importante la tipografía en la región?

La presencia de Tipografía como asignatura en numerosos planes de estudio de carreras de Diseño Gráfico o Comunicación Visual, como objeto de estudio y producción en maestrías, diplomados y otras carreras de posgrado indican que hay una conciencia creciente de que la formación de los diseñadores varía notablemente cuando se dispone de conocimientos profundos que inciden en el modo de diseñar.

La existencia de publicaciones de contenidos históricos o teóricos, las investigaciones, las exposiciones temáticas, el interés sostenido en bienales y encuentros como Tipos Latinos, Tipografía y DiaTipo indican que al menos una parte de los diseñadores creemos que sí.

También lo piensan así clientes y público que comienza a considerar a la tipografía como un rasgo de identidad relevante y promueven encargos regionales de tipografía que participan en la identidad de países, de ciudades o de grandes empresas. ¿Quién hubiese dicho hace 25 años que los estados de la región encargarían o elegirían para sus identidades tipografías producidas aquí mismo?

¿Qué podemos aportar al saber internacional?

Talento, formación, pasión, curiosidad. Calidad y cantidad de trabajo. Y, como si esto fuese poco: un acercamiento democrático, horizontal y participativo al saber y a la producción. También podemos aportar la mirada propia, situada en nuestros contextos.

Ese aporte, si está bien hecho, nos permite mostrar la diversidad, la complejidad y riqueza de nuestras ideas y nuestras culturas. Y sobre todo, nos aleja de los estereotipos.

¿Quiénes lo hacemos?

En buena medida, lo hacemos entre nosotros mismos. Primero, a pura valentía, valiéndonos de la experiencia profesional acumulada, reflexionada. De un tiempo a esta parte, de modo más profesional, retroalimentándonos con colegas egresados de instituciones educativas de la región o del exterior. Las Maestrías de Gestalt (México) o de la Universidad de Buenos Aires (Argentina), las carreras de posgrado de Chile y Brasil son algunos de los lugares donde se forman estos colegas. Y también son lugares de formación y a la vez espacios donde se produce teoría e historia, además de fuentes tipográficas.

¿Cómo lo hacemos?

En grupo. Esto puede provenir de la horizontalidad con que nos hemos acercado a la disciplina. Tenemos grupos de formación, de trabajo, de investigación. Lo hacemos en eventos que nos convocan y nos reúnen físicamente. En sitios web y redes sociales que nos mantienen informados y comunicados. Invitándonos o visitándonos para intercambiar ideas. Tenemos también bienales que son el trabajo mancomunado de 14 países de la región... ¡sí, personas de 14 países latinoamericanos trabajando juntos con objetivos compartidos!

¿Hacemos todos la misma cosa?

Pensamos que no. Algunos abordan el diseño desde la tipografía, la usan como materia prima para diseñar. Otros diseñan tipografía. Se diseñan desde la forma, desde el estilo, desde la función, desde la necesidad de solucionar un problema técnico, o una necesidad lingüística... con investigación previa o en forma intuitiva, con formación académica o desde la idoneidad.

Más recientemente hay quienes escriben teoría crítica del diseño, o sobre las historias, nuestras historias regionales. Hay también quienes enseñan porque antes aprendieron. Y habemos muchos que aprendemos, aunque tengamos experiencia previa o no.

¿Dónde nos situamos? ¿Por qué nos hacemos ahora estas preguntas?

Estas preguntas y seguramente muchas otras son posibles porque hemos acumulado cierta experiencia. Compartimos aquí algunos antecedentes que creemos que pudieron colaborar a situar y darle sentido al diseño tipográfico.

Del plomo al silicio

La gran diferencia entre ayer y hoy se produce con el cambio de paradigma: dejamos de ser diseñadores *con* tipografía (usuarios de fuentes producidas por otros) y pasamos a ser diseñadores *de* tipografías (y usuarios de nuestras *propias* tipografías).

En sus inicios, la tipografía de metal era producida por europeos. La más antigua tradición tipográfica proviene de Alemania, Holanda, Italia, Inglaterra, Francia y Suiza. Durante la primera mitad del siglo pasado fundiciones alemanas (Schelter & Giesecke y Bauer); holandesas (N. Tetterode, luego Lettergieterij Amsterdam), italianas (Nebiolo y Simoncini); francesas (Olive, Fonderie Typographique Française y Deberny & Peignot) y españolas (Richard Gans y Neufville) vendían tipos y útiles de impresión en Latinoamérica a través de agentes importadores o de sus propias sucursales.

Durante el mismo período se componían textos con técnicas mecánicas: la composición linotípica, la monotípica y la teletípica. La mecanización había comenzado a fines del siglo XIX. El cambio en el modo de producción tipográfica significó, entre otras cosas, la incorporación de una nueva generación de tipógrafos y fabricantes: la norteamericana. Igual que las empresas europeas, firmas norteamericanas (Intertype, Ludlow Typograph, Mergenthaler Linotype, Lanston Monotype y American Type Founders) nos ofrecían sus productos en catálogos y publicaciones a través de representantes o de empresas locales, controladas desde sus casas matrices.

A fines de los años 70 del siglo pasado los textos periodísticos y publicitarios de la región se componían con fotocomponedoras. El proceso combinaba mecanismos electrónicos, ópticos y fotográficos. Su resultado era una galera tipográfica sobre papel fotográfico o película de acetato. Como en otras técnicas reprográficas, los alfabetos y las máquinas de fotocomposición provenían del extranjero. Las marcas más difundidas eran Compugraphic, Linotronic, Varityper, Lumitype y Morisawa.

Al poco tiempo, los controles de estos equipos incorporaron microprocesadores y simultáneamente empezaron a ensayarse nuevas tecnologías: procesadores de imágenes por líneas y tecnología láser. En Estados Unidos el laboratorio PARC de la compañía Xerox inició a principios de los 80 una serie de investigaciones sobre interfase de usuario, redes y protocolos de conexión entre máquinas, lenguajes de descripción de páginas, impresión láser y de ese modo surgieron las condiciones para la creación de una nueva tecnología en artes gráficas.

En 1984 se presentó el lenguaje de descripción de páginas PostScript, que un año más tarde adoptaron los fabricantes de Apple Macintosh, la empresa Aldus, fabricante de los primeros programas de autoedición y los principales fabricantes de maquinaria gráfica. Una característica novedosa de estos equipos era que permitían al diseñador realizar en una misma oficina tareas que antes se debían realizarse en lugares separados: digitalización de imágenes, ilustración digital, composición de textos, diseño de ediciones, impresión de páginas y diseño de tipografía.

Antecedentes locales

Entre los antecedentes de diseño con tipografía podemos citar:

- ¶ el catálogo de tipos diseñado por Larry June para la empresa venezolana Cromotip (1946);
- ¶ la revista «Ciclo» diseñada por Tomás Maldonado en Argentina, que se compuso con tipografía traída de Europa a tal fin (1948);
- ¶ el libro «Oda a la Tipografía» de Pablo Neruda, impreso en Chile al cuidado de Mauricio Amster (1956);
- ¶ el libro «Los Alfabetos del Mundo» publicado en Chile por Francisco Otta (1974).

Entre los antecedentes de diseño de tipografía, mencionaremos:

- ¶ el alfabeto para la empresa brasileña Eucatex, diseñado a partir de la forma de la letra e por Alexandre Wollner (1967);
- ¶ el alfabeto Imposible diseñado en Venezuela por el inmigrante italiano Nedo Mion Ferrario (1967);
- ¶ el logotipo del grupo musical chileno Quilapayún, diseñado por Vicente Larrea (1968);
- ¶ la tipografía utilizada en los títulos de las publicaciones del Instituto Di Tella, diseñada entre otros por los argentinos Juan Andralis, Juan Carlos Distéfano y Rubén Fontana (periodo comprendido entre 1960 y 1968);
- ¶ el alfabeto Trinidad, diseñado por Gerd Leufert, lituano radicado en Venezuela (1972);
- ¶ las tipografías transferibles Viaface Don Black y Outline realizadas por Hans Donner y Sylvia Trenker para Mecanorma (1977);
- ¶ el alfabeto institucional para la empresa aérea Vasp diseñado en Brasil por el uruguayo Eduardo Bacigalupo (1987).

Entre otros profesionales que hicieron aportes destacados a la actividad tipográfica latinoamericana durante el período 1940–1990 merecen una mención Aloísio Magalhães, Ruben Martins, David Consuegra, Pedro Oyenarte, Guillermo Kolterjahn, Raúl Rosarivo, Guillermo Furlong y Tomás Gonda.

Publicaciones destacadas

La actividad más reciente nos permite dar cuenta de la aparición progresiva de publicaciones especializadas y revistas de diseño que primero empezaron a incluir artículos sobre tipografía y luego se transformaron en tribunas reconocidas internacionalmente. Entre las más destacadas, podemos mencionar el surgimiento de la revista «tipoGráfica» en Argentina en 1987 y cinco años más tarde, «Tupigrafía» en Brasil y «Tiypo» en México. Pronto fueron muchas más las revistas de diseño que se animaron a publicar artículos sobre tipografía. De frecuencia irregular o ya desaparecidas, podemos recordar a la uruguayana «Pulso», la brasileña «Ultima Forma», las mexicanas «a!», «Matiz», «DX» y «Ene-O», la venezolana «Logotipos» y las argentinas «Raf!», «Box», «Tipo Móvil» y «Bastardilla». Dentro del panorama de revistas, «tipoGráfica» merece un reconocimiento especial por su sólida estrategia editorial, su distribución internacional y por haber publicado 70 números en forma ininterrumpida durante 20 años.

En la actualidad se publican nuevos trabajos de investigación y libros. Si bien resulta imposible nombrar aquí todos los títulos, queremos señalar algunos de sus ejes temáticos: relación entre las lenguas indígenas y la tipografía, historia de la tipografía, enseñanza de la materia, cuestiones de género, diseño de tipografías digitales, tipografía y diseño editorial, biografías de profesionales destacados y manuales.

Destacamos la aparición de colecciones especializadas en tipografía, como el caso de «Temas» y «Teoría y práctica», de la editorial mexicana Designio; «¿Cuál es su tipo?» de la brasileña Rosari, y «Libros sobre Libros», publicada por las editoriales mexicanas Librería y Fondo de Cultura Económica. Se destacan también las editoriales brasileñas: Blucher, que ha editado recientemente Tipografía en Latinoamérica, orígenes e identidad y Cosac Naify que hizo lo propio con las versiones portuguesas de Elementos do estilo tipográfico y Pensar com tipos, más la publicación de Linha do tempo do design gráfico no Brasil. También en Brasil Rosari publicó Fontes digitais brasileiras: de 1989 a 2001.

Algunos autores locales han publicado sus trabajos a través de editoriales españolas, como «Cómo crear tipografías» (Tipo e Editorial, España) con una versión en portugués de Estereográfica. Y seguramente faltan muchos más...

También destacamos la publicación de libros académicos como «Treinta siglos de tipos y letras», de Luisa Martínez Leal, aparecido en México en 1990; «Pensamiento tipográfico», de Cátedra Fontana, aparecido en Argentina en 1996; el ya célebre «Manual de diseño editorial», de Jorge de Buen Unna (cuya primera edición se publicó en el 2000 y lleva ya 2 reediciones corregidas y aumentadas), «Educación tipográfica», de Francisco Gálvez, publicado en Chile (2004) y en Argentina (2005), y otro trabajo de Jorge de Buen en colaboración con José Scaglione: «Introducción al estudio de la Tipografía» en 2011 (Trea —España— y Universidad de Guadalajara —México).

¿Quiénes somos los actores de esta obra?

En esta obra trabajamos mujeres y hombres, jóvenes y experimentados. Actores interesados, curiosos, formados, o en formación, consagrados, académicos, idóneos, estudiantes inciales, diseñadores egresados, teóricos, prácticos, historiadores... parece mucha gente, sí. Pero pensamos que podemos ser más todavía. Si queremos lograr una tipografía latinoamericana de calidad tenemos que hacer más, tenemos que acompañar y facilitar el aprendizaje en los países de menor experiencia y actividad... Tenemos que seguir haciendo lo que venimos haciendo: trabajar en equipo.

La proliferación de espacios y de acciones ha hecho necesario la creación de un mapa que registre el nuevo escenario y promueva el intercambio de información entre los distintos actores. La elaboración reflexiva de la información (no sólo su disponibilidad técnica y su circulación) es el germen que impulsará el desarrollo de un conocimiento transformador de la disciplina en la región.

De este modo, podremos compartir conocimientos, llevar adelante proyectos colaborativos, fortalecer la actividad productiva a través de la toma de conciencia sobre nuestro propio hacer como diseñadores latinoamericanos.