



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

# *Tipografía Digital Latinoamericana*

*Panorama actual del diseño  
de fuentes para texto*

TESIS  
que para obtener el título de:  
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

Presenta:  
NAYELLI HERZEL ARLEY DÁVILA

Director de tesis:  
LICENCIADO MAURICIO GERMÁN RIVERA FERREIRO

México, D.F., 2009



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

6	INTRODUCCIÓN
	I. La industria editorial y la composición tipográfica, antes y después de la Revolución Digital
7	1.1 <i>Tecnología y medios impresos en el siglo XX</i>
13	1.2 <i>1984, el año de la revolución</i>
16	1.3 <i>Panorama actual del diseño de la información y la industria editorial</i>
19	II. El diseño y la tecnología en la creación de fuentes digitales
20	2.1 <i>Codificación y lenguaje</i>
21	2.2 <i>Fuentes de texto / Fuentes de display</i>
23	2.3 <i>Difusión y comercialización de fuentes</i>
	III. ¿Un boom latinoamericano? Origen y evolución de la tipografía digital en Latinoamérica
26	3.1 <i>Puntos de partida para la tipografía latinoamericana: Argentina, México y Chile</i>
32	3.2 <i>Relevancia de la tipografía de texto para el desarrollo tipográfico</i>
34	3.3 <i>El diseño de tipografías para texto en América Latina</i>
35	3.4 <i>Principales diseñadores latinoamericanos de tipografías de texto</i>
	3.4.1 <i>Rubén Fontana</i>
36	3.4.2 <i>Francisco Gálvez</i>
37	3.4.3 <i>Alejandro Lo Celso</i>
	3.4.4 <i>Gabriel Martínez Meave</i>
38	3.4.5 <i>Cristóbal Henestrosa</i>
39	3.4.6 <i>Raúl Plancarte</i>
	3.4.7 <i>David Kimura</i>

40	3.5 Comercialización, difusión y reconocimiento
	3.5.1 <i>Fundidoras digitales (independientes)</i>
41	3.5.2 <i>Bienal Letras Latinas / Tipos Latinos</i>
42	3.5.3 <i>Premios internacionales</i>
	CONCLUSIONES
45	APÉNDICE
*	<i>Entrevistas con los expertos</i>





LA TIPOGRAFÍA, creada a mediados del siglo xv a partir de pequeños bloques de metal, hizo de la comunicación gráfica un imperio que reinó por cinco siglos a cargo de las más ingeniosas manos. Personajes como Jenson, Manucio, Garamond, Fournier, Bodoni, Casloan y Juan Pablos fueron algunos de los encargados de transformar y crear estilos de escritura mecánica tan diversos como los países a donde llegó el oficio de la imprenta.

La tipografía fue un oficio artesanal heredado de padres a hijos y en ocasiones, de marido a mujer que con el paso del tiempo requirió un mayor número de manos para satisfacer la demanda creciente de obras impresas. Por ello, la introducción de nuevas tecnologías se hizo necesaria; con el perfeccionamiento de la máquina de vapor hacia 1785<sup>1</sup> se abrió la posibilidad de crear una prensa mecánica automatizada que cristalizó en 1799<sup>2</sup> con la máquina de Earl Stanhope<sup>3</sup>, que a su vez impulsó la creación del linotipo de Mergenthaler en 1886<sup>4</sup>.

La Revolución Industrial (siglo XVIII) fue el impulso preciso para el perfeccionamiento de la tecnología con la que se contaba o el surgimiento de la que se carecía, sin embargo ello derivó en un aumento significativo de fuerzas trabajadoras desempleadas, pues las manos que por generaciones habían trabajado para la industria editorial fueron sustituidas por máquinas que impulsaron una producción jamás imaginada de material impreso y que a su vez redujeron el costo de dicha actividad.

La costumbre de la colocación de los tipos a mano y su redistribución en cajas quedó casi en el olvido, a no ser por la historia que curiosamente se cuenta en los libros o por aquellos diseñadores que añoran el olor de la tinta en sus dedos, para dar paso con el correr de los años a soluciones jamás imaginadas por los maestros que fundaron este arte/oficio de la tipografía.

La introducción de la primera generación de computadoras Macintosh (1984) marcó el inicio de la revolución digital en el siglo xx, hecho que además de propiciar la aparición de más y mejores herramientas para el desarrollo de la tipografía, significó para ésta el absoluto desprendimiento del metal.

<sup>1</sup> Hacia el año 1769 James Watt registró la primera patente de una máquina de vapor verdaderamente útil. (...) Pero pasaron años antes de que esa máquina fuese perfeccionada y llegase a constituir un éxito comercial. (...) Hacia el año 1785 las máquinas Watt-Boulton comenzaban a ser instaladas en las factorías y hacia el 1800 eran muy extensamente usadas para elevar agua y mover la maquinaria textil. BARNES, HARRY. *Historia de la economía del mundo occidental*. Mexico, Unión Tipográfica Editorial Hispanoamericana, p. 374

<sup>2</sup> LEHMANN-HAUPT, HELLMUT. *The book in America. A History of the Making and Selling of Books in the United States*. Nueva York, R.R. Bowker Company, 1951, p. 72-73

<sup>3</sup> La máquina de Stanhope logró la impresión de 250 hojas por hora que posteriormente fue superada por la de Koenig con una impresión de 400 hojas por hora. MEGGS, PHILIP. *Historia del Diseño Gráfico*. México, Mc Graw-Hill, tercera edición, 2000, p. 132

<sup>4</sup> El 3 de julio de 1886, el inventor de 32 años demostró su máquina de composición tipográfica que operaba mediante un teclado en la oficina del New York Tribune. Whitelaw Reid, el editor del Tribune, de acuerdo con algunos reportes exclamó "Ottmar, lo haz hecho! Una línea de tipos (A line o' type)" y su reacción entusiasta dio nombre a la nueva máquina. MEGGS, p.133

## 1. La industria editorial y la composición tipográfica, antes y después de la Revolución Digital

### 1.1 Tecnología y medios impresos en el siglo XX

El siglo xx fue una época de invenciones continuas que transformaron la actividad editorial en una industria jamás imaginada por los maestros impresores del siglo xvi. La acelerada carrera tecnológica no solamente influiría de manera directa sobre los avances tecnológicos del siglo actual, sino sobre movimientos sociales y políticos que contribuirían al fortalecimiento y a la demanda de más objetos impresos y viceversa. La masificación de la comunicación impresa se hizo posible gracias a las nuevas máquinas de composición y de impresión, lo que a su vez provocó un gran aumento en la demanda de libros, carteles, folletos, volantes y todo tipo de material impreso.

La aparición del linotipo en 1886 permitió mecanizar la composición tipográfica. Hasta ese momento, la producción de libros se había mantenido como un trabajo artesanal; el oficio de la imprenta requería manos, cultura, ingenio, estética y buen gusto, todo ello mezclado con un poderoso olor a tinta, muchos tipos sueltos y kilos y kilos de papel que debían ser transformados en objetos dignos de algún ávido lector. En aquel imperio de bloques de metal levantados uno por uno a mano comenzó a respirarse un aire de renovación tecnológica; modernas máquinas comenzaron a satisfacer las necesidades apremiantes de la sociedad que emergía de un mundo cambiante.

Al siglo xix se le ha denominado el siglo de las revoluciones liberales y burguesas y en efecto, se abre con ese fenómeno de capital importancia para la historia universal como es la Revolución Francesa, cuyas secuelas se dejan sentir en muchos países del mundo a lo largo de toda la centuria y que en definitiva terminan por consolidar una serie de cambios profundos en la organización de la sociedad, en los sistemas políticos y en la propia dinámica de la economía.<sup>5</sup>

La automatización de la industria editorial ya había empezado con la aparición de las prensas movidas a vapor<sup>6</sup>. Sin embargo, con el linotipo se rompió el cuello de

<sup>5</sup> BARRACLOUGH, GEOFFREY. *Introducción a la Historia Contemporánea*. España, Gredos, 1976.

<sup>6</sup> KLOSS, GERARDO. *Entre el diseño y la edición: tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial*. México, UAM Xochimilco, 2002, p. 56

botella de la composición de textos, permitiendo una eficiencia en tiempo, costos y velocidad de producción nunca antes alcanzada por la mano de obra de los viejos talleres de impresión. Gerardo Kloss describe al linotipo como “una máquina impresionante que, aún hoy, parece ‘invento del demonio’”, y continúa:

Hijo inconfundible del avasallador industrialismo decimonónico y de su inventor, un relojero incapaz de “negar la cruz de su parroquia”, era un monstruo mecánico de hierro fundido lleno de palancas, engranes, poleas, resortes y demás ingenios que crujían, chillaban, rechaban y berreaban mientras operaban con increíble precisión.<sup>7</sup>

El linotipo simplificó y aceleró el proceso de composición tipográfica y contribuyó a disminuir los costos de manera significativa. La “impresión de masas” que ya había cobrado forma al aparecer la prensa litográfica mecánica en 1850, a mediados del siglo XIX, abrió con el linotipo un nuevo capítulo en la historia de la comunicación gráfica.

Los resultados intelectuales de la Revolución Industrial también fueron notables. El individuo logró recibir información de todas partes del mundo debido a los nuevos medios de comunicación. Se pudieron leer libros y periódicos en un grado mucho mayor que nunca. Además, parcialmente como un resultado del desenvolvimiento gradual de la conciencia de clase de los trabajadores, conquistó la implantación de una educación pública libre para las masas.<sup>8</sup>

La aparición del *paperback* o libro de bolsillo convirtió a éste en un objeto popular más dentro de la cultura de masas<sup>9</sup>; la considerable reducción de costos de producción otorgó a la sociedad una mayor posibilidad de acceso a la cultura escrita:

[...] entre 1935 y 1960, la revolución del libro en rústica generó, casi de la noche a la mañana, una nueva industria que cambió para siempre nuestra idea de “libro”; contribuyó a la democratización de la lectura aumentando el público lector y suprimiendo la línea que dividía a la literatura de alto y bajo nivel creando un estilo propio con géneros y formas de expresión únicos.<sup>10</sup>

Las publicaciones masivas cambiaron por completo la escala de la edición y con ello la cantidad de información que se generaba debido a la demanda de un público tan diverso. La industrialización del libro además, trajo como consecuencia un desequilibrio significativo entre editores (cultos y comerciales)<sup>11</sup> que dio paso a la creación de pequeñas, medianas y grandes editoriales que hicieron de la edición una industria cultural formalmente dicha.

<sup>7</sup> KLOSS, p. 61

<sup>8</sup> BARNES, p. 339

<sup>9</sup> KLOSS, p. 75

<sup>10</sup> *The paper bag revolution*. <[www.crcstudio.arts.ualberta.ca/paperbacks](http://www.crcstudio.arts.ualberta.ca/paperbacks)> (Consulta: 20 julio 2007).

<sup>11</sup> VILLAR, JORGE. *Las edades del libro*. Barcelona, Debate.

Se atribuye la creación del libro de bolsillo a Sir Allen Lane, cuyo proyecto Penguin fue desarrollado en un momento histórico decisivo. Penguin Books surge en 1935 con una selección de libros de bolsillo sumamente económicos, cuya virtud era precisamente estar al alcance de todos. Sus coloridas y bien diseñadas portadas y la selección de las historias que se editaban los colocaron rápidamente en los estantes a nivel mundial, ya fuere por subsidiarias o empresas como Pocket Books que pronto ingresaron a este nuevo mercado.

El escritor norteamericano Harvey Swados escribió en 1951 acerca de este polémico movimiento en la industria editorial diciendo:

Ya sea que esta revolución en los hábitos de lectura del público norteamericano signifique que vamos a ser inundados por una ola de basura que degenerará aún más el gusto popular o bien que a partir de ahora tengamos disponibles una lista interminable de libros clásicos en ediciones económicas; esta es una pregunta de suma importancia para nuestro desarrollo social y cultural.<sup>12</sup>

La demanda de libros ya no sólo de bolsillo sino de áreas especializadas del conocimiento y la difusión de idiomas a través de diversas editoriales trajo consigo la imperiosa necesidad de una nueva organización y nuevas tecnologías que mantuvieran a la edición al nivel de las demandas de una sociedad ávida de información.

Por otra parte, la aparición de la xerografía (1940) facilitó la reproducción de documentos en pequeñas cantidades y sentó las bases para la invención de la impresora láser que años después vendría a ser una opción accesible para la producción doméstica de distintos materiales impresos.

La xerografía es la tecnología base de las actuales fotocopiadoras, impresoras láser e impresoras digitales de producción. Se estima que en 2004 se realizaron 4 billones de páginas en productos que hoy existen gracias a esta tecnología, lo que lo convierte en el método más usado para imprimir documentos en las oficinas.<sup>13</sup>

Simultáneamente, la fotocomposición hacía su aparición en la industria, los años de la década de 1950 fueron los últimos en que los caracteres de metal fundido tuvieron un liderazgo indiscutible en la comunicación tipográfica. Hacia finales de la década, la técnica de la fotocomposición había superado ya su fase experimental y comenzaba a producir un cambio radical en el proceso de generación de caracteres<sup>14</sup>.

Una breve cronología de la fotocomposición sitúa las primeras tentativas en 1923 (August) y 1927 (Hunter), aunque el primer aparato (un prototipo) data de 1896, a cargo del húngaro Porzsolt. En Japón, en 1923, Morisawa ensayó también un prototipo. Sin embargo, fue

<sup>12</sup> “Ya sea que esta revolución en los hábitos de lectura del público americano signifique que ahora seremos inundados por una corriente de basura que empeore el gusto popular, o que ahora tendremos a disposición ediciones económicas de una lista interminable de clásicos... una cuestión de debate básica para nuestro desarrollo social y cultural”. — HARVEY SWADOS, 1951  
[www.crcstudio.arts.ualberta.ca/paperbacks](http://www.crcstudio.arts.ualberta.ca/paperbacks)

<sup>13</sup> [es.wikipedia.org/wiki/Xerografía](https://es.wikipedia.org/wiki/Xerografía)

<sup>14</sup> BLACKWELL, p. 96



en 1927 cuando Keller patentó un sistema, utilizado más tarde por Intertype para construir la *Fotosetter*. Esta máquina fue fabricada en 1936 por H.K.Freund, en 1946 había sido ya instalada en la imprenta del Gobierno de EE.UU. Sin embargo, Intertype no introdujo hasta 1949 la primera unidad en el mercado, mientras que en 1948 se presentó la *Hadego*, en 1950 la *Photon* (hecha en EE.UU. pero basada en la francesa *Lumitype*), y en 1956 la *Monophoto*. En 1953, el libro *The Wonderful World of Insects*<sup>15</sup>, fotocompuesto con *Lumitype-Photon* (e impreso en offset), constituyó el primer incunable de la fotocomposición.<sup>16</sup>

De acuerdo a cierta clasificación evolutiva<sup>17</sup> las fotocomponedoras de los años cincuenta pertenecen a las máquinas de tercera generación. La aparición del transistor, los circuitos impresos, los chips fueron agentes de esta revolución paralela que juntamente con las inquietudes de consolidar una industria editorial más eficiente dieron a luz en esta época a las primeras máquinas de fotocomposición controladas por computadoras o bien, lo que se conocería como fotocomposición electrónica.

Estas primeras máquinas y sus sucesoras otorgaron al usuario la posibilidad de manipular la composición general de documentos, asimismo su posible intervención en aspectos más particulares como la tipografía y su acomodo en la página (composición tipográfica).

[...] fotocomponedoras absolutamente electrónicas, de alta velocidad (cifrada en millones de caracteres por segundo), y que funcionan mediante un tubo de rayos catódicos, sin emplear matrices. Una memoria magnética programada mediante ordenador que señala el estilo y cuerpo de los caracteres, así como las medidas de la composición, etc. La matriz es sólo digital, y los signos, descompuestos en puntos, están contenidos en la memoria magnética. Además estas máquinas precisan de un ordenador para su funcionamiento y pueden alcanzar grandes velocidades en la reproducción de signos. La *Digitset* y la *Photon 7000 CRT* son dos de los modelos que se incluyen en esta generación. En este mismo grupo hay que incluir las fotocomponedoras que, equipadas igualmente con un juego inmaterial de signos escritos almacenados digitalmente, componen mediante el concurso de un rayo láser, lo que además supone tiempos espectaculares para la filmación de una página completa. Algunas de las máquinas de composición óptica más modernas además de filmar textos filmaban fotos y en consecuencia, editaban páginas completas.<sup>18</sup>

Aunada a esta revolución electrónica surgieron las máquinas de escribir unidas a computadoras personales, también conocidas como “procesadores de palabras”, capaces de ejecutar una serie de operaciones típicas de las composiciones tipográficas: justificación, centrado, compaginación... como una alternativa para los medios de composición tradicionales.

<sup>15</sup> TILTON GAUL, ALBRO. *The Wonderful World of Insects*. 1953.

<sup>16</sup> CASTRO SANZ, CARLOS. *La reconversión tecnológica y empresarial en un periódico consolidado : el caso de "La Vanguardia"*. Universidad Autónoma de Barcelona, 2002. <[www.tesisenxarxa.net/TESIS\\_UAB/AVAILABLE/TDX-0218103-190320//ccs11de16.pdf](http://www.tesisenxarxa.net/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-0218103-190320//ccs11de16.pdf)>

<sup>17</sup> Las fotocomponedoras pueden ser clasificadas evolutivamente de acuerdo con tres generaciones de pertenencia:

a) *Fotocomponedoras de primera generación*. Se trata de fotocomponedoras basadas en el principio mecánico de las componedoras en caliente (linotipia y monotipia).

b) *Fotocomponedoras de segunda generación*. Se incluyen en esta tipología las fotocomponedoras electrónicas –con mando electrónico y funcionamiento mecánico–, que trabajan partiendo de la fotografía de la matriz en negativo. Su funcionamiento electrónico viene guiado por cinta perforada, magnética o diskette. Un sistema igualmente electrónico lee la cinta y transmite las órdenes a los órganos fotorreproductores. La velocidad de composición oscila entre los 20 000 y 80 000 caracteres/hora, aunque se eleva hasta 150 000 en los modelos más recientes.

c) *Fotocomponedoras de tercera generación*. Se trata de fotocomponedoras absolutamente electrónicas, de alta velocidad (cifrada en millones de caracteres por segundo), y que funcionan mediante un tubo de rayos catódicos, sin emplear matrices. Una memoria magnética programada mediante ordenador señala el estilo y cuerpo de los caracteres, así como las medidas de la composición, etc. La matriz es sólo digital, y los signos, descompuestos en puntos, están contenidos en la memoria magnética.

BRAJNOVIC, LUKA. *Tecnología de la información*. Pamplona, Eunsa. 1979, p.98-100

<sup>18</sup> CASTRO, p.29

Las fototituladoras usadas durante este tiempo, fueron una útil herramienta que permitió una mayor libertad para la exploración tipográfica en revistas y periódicos ya que permitían reproducir perfectamente fantasías tipográficas tales como composiciones estrechas, horizontales, verticales, en diagonal, descentradas, por tramas, deformadas, radiales y en semicírculo<sup>19</sup>. Como su nombre lo indica se empleaban específicamente para los encabezados y existían diversas categorías según la necesidad de las agencias, ya fueran como aparatos de contacto que permitían la reproducción escala 1:1 o bien, construidos según los principios de las máquinas ampliadoras y aparatos utilizables con luz natural<sup>20</sup>.

Las sucesoras de estas primeras máquinas de escribir que se apoyaban en las fototituladoras para la reproducción de textos en puntajes mayores a los que éstas manejaban (a pesar de que contaban con un elemento de escritura rotativo de caracteres intercambiables<sup>21</sup>) fueron las *Selectric* creadas por IBM en la década de los sesenta.

La *IBM Selectric Composer* anunciada en 1961 fue una de las herramientas más útiles en manos del editor/tipógrafo pues a diferencia del método manual de componer galeras, esta máquina permitía efectuar dicha tarea a través de un medio electrónico que favorecía la reproducción de textos, pues se generaban originales mecánicos listos para la fotocomponedora sin tener que usar durante el proceso, tipos de metal<sup>22</sup>.

El avance técnico acelerado de la *Selectric* dio como resultado, hacia la década de los setenta, la configuración interactiva teclado-pantalla que permitió la visualización del texto capturado en un pequeñísimo monitor de una sola línea, dando lugar a diferentes modelos de estas máquinas componedoras que podían colocarse sobre un escritorio como si fueran máquinas de escribir; un modelo de 1975, además de contar con la peculiaridad de la esfera de tipos intercambiable poseía un banco de memoria que permitía almacenar hasta 5000 caracteres; el texto podía ser revisado y corregido antes de ser impreso simplemente pulsando un botón. El resultado podía utilizarse de modo similar a las “galeras” de linotipo, recortándolo para ensamblar los originales mecánicos. La “tinta” era provista por una cinta de poliéster encerrada en un cartucho de plástico.

A mediados de los años cincuenta del siglo xx la tipografía comenzó a inquietar no sólo a los técnicos especializados de los talleres de impresión y personas afines a la industria de las artes gráficas sino también a las grandes compañías encargadas de producir las herramientas necesarias para dicha área. Tal fue el caso de Letraset, la casa que desarrolló uno de los inventos más creativos que despertaría el interés no solamente de diseñadores experimentados sino también del público en general, las hojas de letras transferibles.

Ya en 1959 Letraset había comercializado las letras de transferencia húmeda<sup>23</sup> pero dos años después (1961) fecha que coincide con la aparición de las primeras

<sup>19</sup> FIORAVANTI, GIORGIO. *Diseño y reproducción: notas históricas e información técnica para el impresor y sus clientes*. Barcelona, Gustavo Gili. 1988, p.106

<sup>20</sup> *Idem*.

<sup>21</sup> *Idem*. La intercambiabilidad de los caracteres, patentados por IBM en los años cincuenta, gracias a un elemento de escritura rotativo, se generalizó en muchos tipos de máquinas de escribir (elementos de escritura tipo margarita). IBM introdujo también elementos de escritura con caracteres muy similares a los de la composición tipográfica, con unas 50 variantes.

<sup>22</sup> A este nuevo método de composición se le denominó composición fría, pues los antiguos métodos suponían aún una etapa de fundición de caracteres y/o líneas.

<sup>23</sup> BLACKWELL, p.105

*Composer*, lanzó al mercado el sistema en seco que tuvo un alto impacto en el mercado americano.

Sustancialmente, el principio de empleo es el de la calcomanía, con transferencia en seco. Unas guías especiales permiten una alineación perfecta y un espaciado constante de los caracteres. La perfección de los perfiles de las letras permite ampliaciones del orden de 3 a 4 veces, sin alterar la calidad de la reproducción.<sup>24</sup>

Las ventajas de este nuevo sistema eran muchas, entre ellas la capacidad que se le otorgaba al diseñador de crear en su propia mesa de trabajo el arte final de sus cabeceras y otros productos de exhibición, ahorrando además tiempo y dinero<sup>25</sup>; a diferencia de las letras de transferencia en húmedo, este era un sistema más limpio tanto para la aplicación de las letras como para su corrección:

También la corrección se efectúa de un modo muy simple. Es posible despegar las letras o signos erróneos mediante el uso de un adhesivo, o bien eliminarlos con una cuchilla; basta raspar la letra delicadamente hasta hacerla desaparecer. Para fijar el trabajo realizado es suficiente colocar encima la lámina siliconada de protección y frotar con energía utilizando un estilete de punta curva y plana.<sup>26</sup>

Letraset desarrolló una amplia biblioteca de tipos que impactaron todo el ambiente visual de la época, asimismo despertó el interés de muchos por la creación de tipos, área que surgiría como un nuevo acercamiento a la industria y sobre todo al diseño. La fiebre por la tipografía comenzaba a gestarse nuevamente.

La IBM Composer junto con la fotocomposición y los distintos sistemas de exploración tipográfica (la fototituladora y las hojas de letras) fueron herramientas que incidieron conceptualmente de manera directa en el surgimiento de lo que más tarde se conocería como autoedición o DTP por sus siglas en inglés (*Desktop Publishing*), la siguiente y más revolucionaria etapa de la comunicación gráfica moderna.

En cuanto al diseño de tipos, los primeros pasos hacia este mundo digital los dio Peter Karow en 1974 cuando se dio a conocer su sistema *Ikarus*, que permitía diseñar tipos directamente en la pantalla.

El nuevo método permitía convertir imágenes diseñadas sobre la pantalla de la computadora en dibujos de líneas, convertir dibujos en información digital para ser trabajados en pantalla y desarrollar automáticamente variantes en torno al diseño clave, dando opción de eliminar buena parte del engorroso trabajo de crear espesores, inclinaciones y ensanchamientos de letra, y otras variaciones necesarias en toda familia de tipos extensa<sup>27</sup>.

<sup>24</sup> FIORAVANTI, p.112

<sup>25</sup> BLACKWELL, p.112

<sup>26</sup> FIORAVANTI, p.112

<sup>27</sup> BLACKWELL, p.131

Al liberar para siempre al diseño de tipos de los punzones y las matrices metálicas, este nuevo sistema abrió la puerta hacia una mayor exploración en el ámbito de la tipografía y además sentó las bases para la confección digital de la página que permitiría la terminación del proceso de preimpresión en la pantalla de una computadora personal.

Poco a poco, el diseño profesional de alfabetos dejó de ser una actividad exclusiva de los países que durante siglos habían monopolizado este arte.

### 1.2 1984, el año de la revolución

En el lapso comprendido entre la Revolución Industrial y la revolución digital, la imprenta y su automatización, la litografía, la calculadora de Babbage, el colotipo, la fotolitografía, la prensa litográfica mecánica, el cliché fotogravado, el linotipo de Mergenthaler, el offset y la fotocomposición tipográfica fueron algunos de los avances técnicos más significativos en la historia de la palabra escrita que sentaron las bases para el surgimiento de una herramienta tecnológica que no solamente impactaría el ámbito del diseño sino a generaciones enteras de profesionales y no profesionales de distintas áreas.

En la década de 1990 la tecnología digital permitía que una persona controlara a la mayoría de los especialistas operando una computadora personal, e incluso que realizara solo todas las etapas del proceso.<sup>28</sup>

Parece que así irrumpió la tecnología en el afable y tradicional mundo de la industria editorial, sin embargo podemos comprobar hasta este punto, que dicha inserción de la tecnología digital no fue cuestión de minutos ni “obra del demonio”, sino que fue algo que se gestó con el tiempo, un proceso de años derivado de las inquietudes del ser humano por optimizar sus recursos.

WYSIWYG (*What You See Is What You Get*) fue el concepto resultado de la intensa exploración tecnológica, que sentó la base de la revolución digital. Mediante el desarrollo de programas gráficos que posibilitaron la manipulación de texto e imágenes que simulaban el resultado final el concepto de autoedición se consolidaría en 1984, el año de la revolución digital<sup>29</sup>.

La introducción en dicho año de la primera generación de computadoras Macintosh con interfaz gráfica y dispositivo apuntador significó un parteaguas en la historia de la tecnología, pues ya no sólo se hablaría de composición de texto utilizando equipos especializados, accesibles sólo para la industria editorial, sino también de la manipulación de imágenes controlada por un medio electrónico que pronto se

<sup>28</sup> MEGGS, p. 485

<sup>29</sup> Al comenzar los años 80 las máquinas ya permitían la visualización, revisión y modificación interactiva del resultado final, aunque fuera únicamente en modo texto y simulando muy vagamente la apariencia aproximada de la impresión final. KLOSS, p. 98

vería acompañado de nuevos sistemas de impresión, en cuyo contexto los bloques de metal ya habían sido sustituidos por cientos de píxeles que hacían obsoletos el acomodo manual de los cuadratines, el rotulado manual, la fotocomposición, etc.

La revolución digital llegó al retirador de los diseñadores gráficos, como resultado de la producción de equipos y programas de cómputo accesibles y poderosos, iniciada principalmente por tres compañías durante la década de 1980: Apple Computer desarrolló la computadora Macintosh; Adobe Systems inventó el lenguaje de programación PostScript... y Aldus publicó Pagemaker... para diseñar páginas en la pantalla de la computadora.<sup>30</sup>

Si bien con la aparición del linotipo se había hablado de una “imprensa de masas” (nótese el reducido contexto que abarca), con la aparición de la computadora se estaba hablando de “tecnología para las masas” en donde la herramienta de producción ya no pertenecía más a un reducido sector de editores y libreros sino que ahora se ponía al alcance de muchas manos más, anhelantes por conocer y explorar las posibilidades del fascinante mundo del DTP.

El éxito de las Macintosh radicó en que otorgó a los diseñadores y artistas gráficos, la posibilidad de manejar texto e imágenes en una misma herramienta pues anteriormente las computadoras habían sido diseñadas en modos predeterminados que no admitían el manejo de ambos al mismo tiempo. Esto fue posible gracias a dos productos que aceleraron la prosperidad de la industria de las artes gráficas: el lenguaje PostScript<sup>31</sup> y el software especializado.

PostScript empezó a comercializarse en 1984 y fue el disparo de salida de la carrera competitiva de marcas, programas y versiones que nos abrumba hoy en día, y puede decirse que se trata del hecho histórico más importante en la invención del DTP<sup>32</sup>. Este lenguaje vino a satisfacer la necesidad de comunicación entre las nuevas computadoras de interfaz gráfica y las impresoras láser que, en 1986, revolucionaron por completo la industria gráfica pues permitió el manejo de:

- una amplia variedad de fuentes, posición dentro de la página, tamaño, etc.
- el formato vectorial, formado por figuras geométricas construidas con curvas de Bézier, rectas, formas, color, relleno de zonas, etc.
- imágenes digitalizadas, mapa de bits, en las que se controla el tramado, la posición, el tamaño, etc.<sup>33</sup>

Hoy en día, el PostScript es un lenguaje de uso muy generalizado en la industria editorial que puede incorporarse a diversos tipos de hardware, y es un compañero inseparable de todo software diseñado para la composición de páginas.

<sup>30</sup> MEGGS, p. 455

<sup>31</sup> Lenguaje patentado por John Warnock. El concepto de PostScript se puede resumir diciendo que es un lenguaje diseñado para transportar cualquier tipo de información gráfica a un dispositivo de salida, ya que concibe el texto, los gráficos y las imágenes como datos del mismo tipo. MONTESINOS & MAS. *Manual de Tipografía. Del plomo a la era digital*. Valencia, Campgrafic. 2004, p. 30

<sup>32</sup> KLOSS, p. 96

<sup>33</sup> MONTESINOS & MAS, p. 30

En 1985 la compañía Aldus<sup>34</sup> introdujo el software *Pagemaker* para la computadora Macintosh. El programa podía alterar el tamaño del tipo, escoger su fuente y el ancho y la longitud de la columna. Integraba el texto del tipo con otros elementos, tales como el escaneo de fotografías, trazos de línea, encabezados y márgenes<sup>35</sup>.

A su vez, el éxito de dicho software fue el lenguaje PostScript pues sin éste no se hubiera acuñado el concepto DTP; posteriores a Pagemaker surgieron otros programas tales como Interleaf y Ventura que pretendieron competir con el nuevo software ofreciendo más y mejores herramientas, sin embargo Pagemaker junto con Adobe Systems se mantuvieron a la cabeza, pues siguieron la línea que Macintosh desde un inicio había planteado: una interfaz clara y fácil de utilizar con una toma de decisiones más gráfica e intuitiva que la que planteaban estos últimos programas.

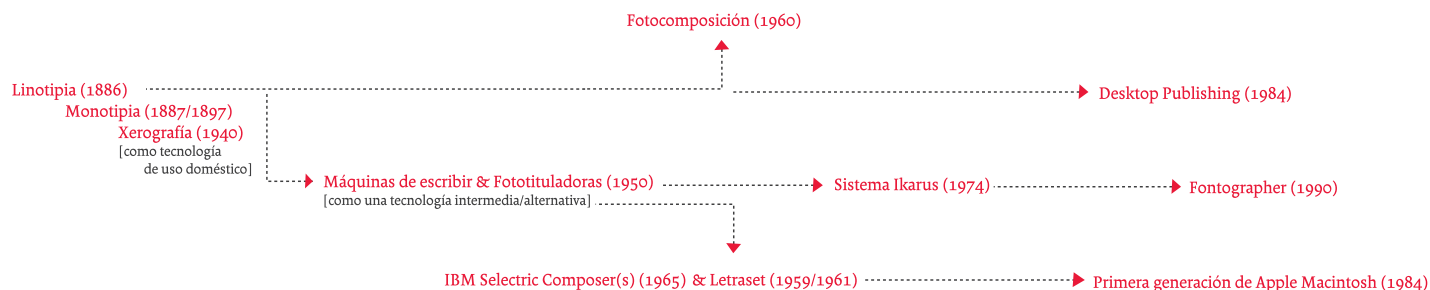
El universo de posibilidades creativas que se abrió para los diseñadores y publicistas fue explorado inmediatamente tanto por los más experimentados en el campo de las artes gráficas como por los no tan experimentados y curiosos que comenzaron a incursionar en diversidad de tareas como la publicación de sencillos folletos hasta la creación de las más originales formas tipográficas.

A lo largo de la historia de la industria editorial podemos observar que ésta se desarrolla en distintos niveles: a escala industrial como productora en serie de objetos de consumo humano, en este caso libros, con sus avances técnicos y tecnológicos en sus respectivas áreas de composición e impresión; a escala semi-industrial con un desarrollo de tecnología especializada en ciertos aspectos de la producción del material impreso y en el ámbito doméstico en donde las tecnologías que se gestaron a partir de la industria se ponen al alcance de todos. Estos niveles surgen debido a la inevitable y constante demanda de material impreso que suscita el surgimiento de nuevos espacios de creación y tecnología.

En la siguiente línea podemos observar la evolución de los sistemas de composición a partir de la linotipia:

<sup>34</sup> Compañía formada en 1984 por Paul Brainerd cuyo nombre honra a Aldus Manutius, el impresor del siglo XV.

<sup>35</sup> MEGGS, p. 254



### 1.3 Panorama actual del diseño de la información y la industria editorial

Durante el siglo xx la demanda de material impreso llevó a la industria editorial a dar pasos agigantados en su desarrollo para cumplir con las exigencias de la sociedad de antaño, hoy en día, en pleno siglo xxi la sociedad sigue marcando la pauta para su desarrollo pero esta vez de la mano de la tecnología.

La información que antes recibíamos en papel (periódicos, revistas, boletines...), hoy en día la abordamos también a través de la internet, la televisión, dispositivos electrónicos, etc., medios que con el paso del tiempo le han otorgado nuevos atributos poniéndola al alcance de más gente, haciéndola más portátil, más legible o simplemente más atractiva y lamentablemente algunas veces, no más útil.

El diseño de la información surge como una necesidad por establecer una especie de jerarquía dentro de la avalancha de información surgida de factores tales como:

- la creciente demanda de material impreso (derivado de un constante crecimiento y posicionamiento de la industria editorial) que originaba publicaciones de calidades diversas;
- los avances tecnológicos (que influyeron no sólo en dicha industria sino también en la sociedad contemporánea en donde la tecnología forma parte de nuestra vida cotidiana y que además ha hecho de ella una sociedad de consumo de la información) que entre otros fines, persigue la consolidación del campo editorial mediante publicaciones electrónicas e impresas de alta calidad (diseño modernos, formatos que se acomoden a las necesidades del usuario en particular, contenidos vastos, etc.) que se adaptan a las necesidades lectoras de una generación nacida a la par de la tecnología más revolucionaria.

Uno de los avances más significativos dentro de la industria editorial se observa en el desarrollo de los periódicos, los cuales han adoptado diversos cambios (la mayoría enfocados al alcance de públicos particulares<sup>36</sup>) con el fin de integrarse a la era tecnológica que vivimos. Periódicos tanto nacionales como internacionales han adoptado cambios de formato y contenido, constantes rediseños y su inclusión en la Internet como método de supervivencia, pues las versiones impresas presentan ya algunas limitantes para las exigencias de un público tan diverso. Hoy tenemos al alcance las versiones impresas de nuestros periódicos locales como *Reforma*, *La Jornada*, *Excelsior* (por mencionar algunos), publicaciones de tipo cultural como *Picnic*, *Algarabía*, *Día Siete* y libros cuyos títulos se cuentan por millares, cuyas versiones electrónicas que pueden consultarse desde la Internet directamente en la pantalla de nuestra computadora (de escritorio o portátil) o bien descargarse para poder disfru-

<sup>36</sup> Tal es el caso de periódicos tanto locales (*Reforma*, *Excelsior*, *La Jornada*) como internacionales (*The Wall Street Journal*, *The New York Times*, *El Clarín*) cuyo público (ejecutivos y estudiantes principalmente) se caracteriza por contar con una computadora y/o dispositivo electrónico semejante (como una agenda electrónica o un teléfono celular con tecnología avanzada) que les permite el acceso online a dicho medio sin dejar a un lado el producto impreso, que de camino a la oficina o a la escuela puede aún consultarse.

<sup>37</sup> En palabras de Gerry Davidson, analista de medios electrónicos



tarlas más tarde en un archivo PDF (versión electrónica/impresa) o en audio según la necesidad o capricho del usuario.

En una sociedad tan dinámica, con una enorme capacidad para degustar-asimilar-desechar la información, los medios electrónicos se han vuelto imprescindibles dada su habilidad para ofrecer contenidos en un ambiente de mayor interactividad con el usuario, aludiendo a todos sus sentidos y poniéndola al alcance desde/para cualquier punto del planeta<sup>37</sup>.

Por circunstancias similares a la descrita, se han generado diversas opiniones en torno a la desaparición del soporte que por años hizo del periódico y el libro medios accesibles al público en general, sin embargo la incesante producción de medios electrónicos como soportes de lectura se integra al mercado como un intento por suplir la alta demanda de contenidos diversos y obras particulares que al parecer, la industria no ha podido abarcar dadas las características intrínsecas de sus productos (hechos a base de papel y tinta) que se adoptan entre las generaciones que preceden al siglo XXI y a sus albores pero que no fácilmente se reciben en el entorno que el mundo de hoy nos presenta; un mundo cambiante que día con día suplanta nuestra realidad con una alterna, tecnológica y socialmente distinta, que impulsa al máximo el desarrollo tecnológico, los movimientos sociales, económicos y políticos que genera a su vez, una dinámica particular de la sociedad que lo integra.

Citado en breve el panorama de la industria editorial ante la revolución digital podemos establecer varios puntos:

1. **el papel, elemento vital de la industria y soporte generacional de periódicos y libros, no desaparece sólo se transforma “...the change saved the paper.”**<sup>38</sup> Tal fue el caso de varios periódicos de talla internacional como *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *The Guardian*, *The Independent*... que como medida preventiva a los cambios que se vislumbraban en el entorno mediático optaron por formatos más pequeños y manipulables, así como por diseños más elaborados y sólidos.

Un estudio hecho por Nielsen en 2005 muestra la supervivencia de los periódicos impresos vs. los periódicos *online*<sup>39</sup> comprobando con ello que los impresos siguen consumiéndose en gran medida por seguir siendo un producto manipulable, asequible y accesible a la mayoría del público; además se intuye que el incremento de las consultas online no rebasará pronto las consultas *offline* por ser la internet un medio incipiente con fines de consulta en torno a noticias diarias; los periódicos se han renovado y consolidado con diseños más consistentes, papel de más alta calidad y formatos que han comenzado a abarcar públicos antes inexplorados como niños, preadolescentes y adultos jóvenes.

de la encuestadora Nielsen Ratings, el crecimiento de los portales periodísticos es impulsado por el afán de ofrecer a sus visitantes algún incentivo único, mediante opciones de interactividad que incluyen blogs, videos y audio. <[www.nielsen-netratings.com/pr/pr\\_051115.pdf](http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_051115.pdf)>

<sup>38</sup> *Idem*. Los periódicos registraron un aumento significativo en circulación seguido del cambio de formato... con esto, salvaron el periódico.

<sup>39</sup> *Idem*.



**2. los medios impresos pueden coexistir con los digitales;** cada vez más publicaciones impresas se unen a esta nueva oleada del diseño de la información, pues la interactividad de la red otorga nuevos beneficios al lector y aumenta suscriptores dados los beneficios publicitarios del medio. Sin embargo, por falta de visión de algunas empresas el medio digital ha sustituido al impreso; tal es el caso de la recién desaparecida versión impresa de la revista *Life*.

Y es que pocos han logrado unirse al curso que marca esta nueva ola del diseño de la información (como una evolución del diseño gráfico) en donde lo visual (llámese no sólo imágenes sino el modelado general de la información) marca la pauta de lo textual para lograr productos que satisfagan la curiosidad de los sagaces lectores.

Por otra parte, encontramos las versiones *online* de diversos periódicos y revistas que han decidido unirse a esta nueva oleada con miras en el crecimiento y el alcance de nuevos adeptos, cuya calidad tanto online como impresa satisfacen las expectativas del público lector; las versiones impresas están apostando por un diseño más contemporáneo y formatos arriesgados que cautivan la mirada del público y además le otorga, como beneficio extra, una suscripción a la versión online que le dará acceso a gráficos animados, encuestas recientes, archivos de audio y video, etc.

**3. la industria editorial tiene una salida: renovarse o morir,** arriesgarse a entrar con todo aquello de lo que dispone a esta nueva oleada del diseño de la información, asumiendo sus limitantes y sus potenciales haciendo de los medios digitales sus aliados o ahogarse antes de haber participado en la batalla. Algunos dan por sentado que el papel desaparecerá y con él la industria que alimenta su fabricación, que se verá sustituido por tablillas digitales y pantallas de otro planeta, sin embargo... ¿qué fue aquello que puso a Gutenberg en la lista de los más famosos del mundo? Un invento sin precedentes ¡la fundición de tipos! cuyo perfeccionamiento retó a muchos a llevar la imprenta aún más lejos; después la computadora, invento que revolucionó al mundo entero, que se fusionó con la imprenta ya existente cuyo perfeccionamiento a su vez, nos condujo a una elaboración e impresión de productos de mayor calidad. A menos que otro invento tan singular como los ya mencionados nos sorprenda en nuestros días, la industria editorial todavía tiene un largo camino que explorar y recorrer de la mano de la tecnología, porque habemos personas que todavía disfrutan hojear una revista o un libro, sintiendo la calidad del papel en los dedos, deleitándonos con las imágenes logradas por una buena impresión y degustando la sana tipografía que algún amante de las letras se tomó la molestia de poner en orden y a la satisfacción de nosotros, lectores análogos.

## II. El diseño y la tecnología en la creación de fuentes digitales

—*Within my experience, the time taken to conceptualize and produce a real letter character has gone from a year to day*—

MATTHEW CARTER

La revolución digital trajo consigo un cambio radical en el modo de hacer tipografía; si bien la fotocomposición permitió una mayor experimentación en el ámbito tipográfico, otorgándole a los diseñadores la posibilidad de crear composiciones más complejas en sus productos, ya fueran carteles, trípticos o portadas de revistas, el DTP puso a nuestra disposición más y mejores herramientas que le otorgaron un nuevo sentido al diseño y a la tipografía, la cual además de ser uno de los elementos más significativos en el espacio virtual pronto se convirtió en una posibilidad de (re)creación.

La introducción de Macintosh, la invención del PostScript y el lanzamiento de programas como Fontographer (1986) dispusieron el terreno para el diseño de tipos de letra originales que daban formalmente la despedida a los punzones, las matrices y la fundición en metal para dar paso a un nuevo concepto: la tipografía digital, cuyo contenedor era un archivo electrónico, lo que por un lado generó reducciones significativas en el alto costo de diseñar y distribuir las fuentes y por otro, una explosión virtual en la emisión de nuevos tipos de letra en la década de 1990<sup>40</sup>.

Particularmente en Estados Unidos comenzaron a surgir los nuevos diseñadores de tipos que marcarían la pauta para la proliferación de nuevas letras en el espacio virtual; entre los más importantes destacan Zuzana Licko<sup>41</sup>, Rudy Vanderlans<sup>42</sup>, Neville Brody<sup>43</sup>, Edward Fella<sup>44</sup>, por mencionar a algunos de los más famosos cuyo trabajo inspiró a muchos a la creación de tipografías tanto de *display* como de texto, abriendo así un nuevo mercado en el que las grandes compañías como Adobe Systems entre otras, junto con la internet, impulsaron su pronta difusión y comercialización.

Con esto se abría un nuevo capítulo en la historia de la tecnología aplicada al diseño (específicamente a la tipografía), pues se suscitaba a lo largo de los años siguientes un avance acelerado en el desarrollo de programas especializados, sistemas y nuevos lenguajes que favorecerían el comercio de fuentes en todo el mundo.

<sup>40</sup> MEGGS, p. 465

<sup>41</sup> A mediados de la década de 1990, Licko trabajó en dos diseños notables: Mrs Eaves, basado en Baskerville y Filosofía, basada en Bodoni. Ambas eran interpretaciones personales de los modelos anteriores. Al principio de su carrera como diseñadora de tipos (1985-1987), Licko había diseñado las fuentes Oakland 8, Emperor 14, Modula, Emigre 14 y Matrix para la tecnología de baja resolución. Esas fuentes se crearon en un programa de generación de caracteres del dominio público llamado *FontEditor*, basado en la tecnología de bits. Posteriormente las curvas de Bézier introducidas por Adobe PostScript permitieron un lujoso detalle y manejo de las formas de los caracteres no sólo en la pantalla sino en la impresión de las mismas.

<sup>42</sup> Diseñador gráfico, tipógrafo y publicista; en 1984 lanzó al mercado la revista *Emigre* junto con Menno Meyjes y Marc Susan. En 1987 funda el estudio Emigre Graphics que trabaja para clientes como Apple Computer Inc., San Francisco Artspace, GlasHaus y Cairo Cinemafilms. Sus fuentes más conocidas son Variex (que hizo junto con Zuzana Licko) y Suburban. FRIEDL, OTT & STEIN. *Typography—when who how*. Colonia, Könemann. 1998.

<sup>43</sup> *Idem*. Diseñador británico, director de arte y diseñador de tipografías. Realizó sus estudios en London College of Printing entre 1976 y 1979. Sus primeros trabajos fueron cubiertas de discos para sellos independientes. En 1981 se convirtió en director de arte de *The Face* para la que diseñó Typeface Six una nueva tipografía, que recogía las influencias del punk y las nuevas corrientes de la new wave. *The Face*, de la mano de Brody rompió con la tradición del diseño editorial respetuosa con la estructura reticular y los principios de funcionalidad. Brody comenzó a alterar las convenciones tipográficas usadas para la jerarquización de la información. Otras publicaciones en las que trabajó fueron *Arena* y *City Limits*. Podrían resumirse sus principales ideas como un rechazo a la concepción del diseño como solución de problemas. Hacia 1988 hizo del ordenador personal la principal herramienta de trabajo y comenzó a diseñar nuevas fuentes tipográficas han sido distribuidas por Linotype.

<sup>44</sup> *Idem*. Artista, profesor y diseñador gráfico cuyo trabajo ha ejercido gran influencia en la tipografía contemporánea. Durante 30 años se dedicó al arte comercial; en 1987 cursó la maestría de arte en la Academia de Arte de Cranbrook y posteriormente se dedicó a la docencia en Instituto de Artes de California y ha diseñado por su cuenta. En 1997 recibió el Chrysler Award y en 1999 se recibió con honores del doctora en el Colegio de Estudios Creativos (ccs) en Detroit. Su trabajo se encuentra en el Museo Nacional de Diseño y en el Museo de Arte Moderno de Nueva York.

## 2.1 Codificación y lenguaje

Los tipos escalables revolucionaron el mercado de la tipografía digital, ya que abrieron paso a una nueva gama de posibilidades creativas y generaron a su vez, un universo dedicado especialmente al desarrollo de la tipografía en este ámbito. Particularmente, el lenguaje PostScript aportó a la tipografía calidad tanto en el despliegue en pantalla como en la impresión, así como la posibilidad de crear y escalar tipos de manera ilimitada. Anteriormente, los caracteres constituidos por *bitmaps* funcionaban en tamaños predeterminados (9, 10, 12, 14, 18 puntos), si el diseñador requería un tamaño intermedio obtenía, en la pantalla, formas poco definidas y desorganizadas y por otro lado tenía que ajustar dicho tamaño al dispositivo de salida en la más alta resolución del mismo, obteniendo resultados poco deseables y una pérdida significativa de tiempo; esto cambió con la adopción de nuevos tipos de fuente basados en esta revolucionaria tecnología.

Los principales formatos de fuentes digitales son los siguientes:

**FUENTES POSTSCRIPT O DE “TIPO 1”**. Desarrolladas por Adobe Systems, su principal característica es su composición a base de curvas de Bézier, lo que permite alterar su estructura y tamaño sin afectar su visualización en pantalla ni su calidad de impresión; son conocidas también como “fuentes *outline*” ya que la información que de ellas se almacena se presenta con base en el contorno del carácter (*outline*) y no en formato *bitmap*; por dicha característica, poseen un archivo para su visualización en pantalla y varios *hints*<sup>45</sup> para su optimización en baja resolución (*hinting* y *anti-aliasing*), y otro para impresión en un dispositivo de salida PostScript. En caso de no contarse con éste, Adobe Type Manager permite la administración, visualización e impresión de fuentes PostScript en cualquier máquina.

Los tipos PostScript no son simplemente hechos de puntos en formato de bits; más bien son almacenados como instrucciones electrónicas e información. Los caracteres de los tipos se generan como siluetas que después se rellenan como formas sólidas. Las líneas curvas de los caracteres se forman por medio de fragmentos curvos o curvas de Bézier.<sup>46</sup>

**TRUETYPE**. Son fuentes vectoriales y escalables igual que las de Tipo 1, con la diferencia de estar compuestas por un solo archivo que permite construir todas las variantes de la fuente y una visualización correcta de sus formas tanto en pantalla como en un dispositivo de impresión. Inicialmente fueron desarrolladas por Apple, pero en un convenio con Microsoft por desarmar a Adobe en su carrera comercializadora de la fuentes PostScript tipo 1, fueron incorporadas en ambos sistemas operativos (Macintosh y Windows).

<sup>45</sup> Conjunto de instrucciones dentro de una fuente que le da solidez a la apariencia de los caracteres en pantalla sin importar su posición en la pantalla ni el dispositivo de salida de baja resolución. BAINES, PHIL. *EYE*, Issue 65.

<sup>46</sup> Nombradas así en honor de Pierre Bézier, el matemático francés que las inventó, éstas son generadas matemáticamente a partir de curvas no uniformes (en contraste con las curvas de curvatura uniforme llamadas arcos) definidas por cuatro puntos de control. Las curvas de Bézier pueden crear figuras complejas con puntos finales suaves, que las hacen particularmente útiles para la creación de formas de letra y gráficas por computadora. MEGGS, p. 456.

<sup>47</sup> BLACKWELL, p. 162

TrueType aventaja relativamente a las fuentes PostScript en que permite hints más complejos para el despliegue de los caracteres en pantalla y en baja resolución, lo cual sería aprovechado significativamente para la web en años posteriores.

**MULTIPLE MASTER.** Son una extensión de las fuentes Tipo 1 desarrolladas por Adobe, sin embargo éstas se desarrollan a partir de matrices que permiten todas las variables de la fuente incluyendo un número de archivos correspondientes para impresión. Este tipo de fuentes dio un nuevo giro a la tecnología de fuentes pues con base en un mismo eje, el diseñador puede crear las distintas variables sin alterar la estructura primaria de la letra.

Este tipo de fuentes fue creado para otorgar a los diseñadores la posibilidad de crear fuentes con características muy específicas y para proyectos determinados, sin embargo la complejidad de su administración entre plataformas, sus nombres compuestos y la poca diversidad de tipos, impidió un mayor crecimiento de estas fuentes en el mercado.

**OPENTYPE.** Conocido como el formato que revolucionó la tipografía digital, este formato posee un solo archivo por fuente que, además de incluir todas sus variables, puede contener hasta 65 000 caracteres (basada en Unicode) dentro del mismo; no requiere de archivos extras para impresión pues al ser un proyecto desarrollado por Microsoft y Adobe, combina las tecnologías de ambos corporativos, por un lado el PostScript (información vectorial, métrica y bitmaps) de las fuentes Tipo 1 de Adobe y por otro, la compactación de la información en un solo archivo de TrueType.

OpenType no es un nuevo formato de fuente sino la combinación de otros ya existentes, cuyo objetivo es facilitar el uso e intercambio de fuentes independientemente de la plataforma utilizada, conservando la integridad de los documentos.

## *2.2 Fuentes de texto/Fuentes de display*

La importancia de hacer una distinción entre fuentes para texto y fuentes display radica en el valor que se le otorga a la tipografía por la calidad de sus formas, su despliegue en pantalla y la facilidad con la que se compone ya sea en texto corrido y/o encabezados, pero que muchas veces por la falta de parámetros definidos tienden a confundirse y perderse entre miles de creaciones. El cuadro que se presenta a continuación pretende dar al lector un panorama más amplio de las características de ambos tipos de fuentes con la finalidad de presentar, posteriormente aquellas creadas en América Latina (y su clasificación en años recientes).

TABLA 1. CARACTERÍSTICAS FORMALES DE LAS FUENTES DE TEXTO Y LAS FUENTES DISPLAY

Características formales	Fuentes de texto	Fuentes display
Uso	Para composición de textos narrativos.	Para encabezados y notas breves, enfatizar datos e información en general.
Puntaje	Posee un máximo limitado al dispositivo de salida que se emplee, su mínimo oscila entre 5 y 8 pts. para que sea legible.	Su mínimo es de 14 pts. por cuestiones de legibilidad; usualmente su puntaje es 3 pts. mayor al de la fuente de texto empleada en la composición.
Número de caracteres	256 a 65 000 dependiendo de la fuente que se emplee; contienen mayúsculas y minúsculas en diversas variantes ( <i>bold</i> , <i>light</i> , condensadas, etc.), numerales de caja alta/baja, signos de puntuación, ligaduras, versales, versalitas, caracteres especiales y pertenecientes a otro idioma entre otros.	Implican un número pequeño de caracteres que va desde los 25 o menos hasta 150 aproximadamente que contienen en sí caracteres estándar y otros especiales denominados <i>dingbats</i> .
Estilo	Básico: <i>serif</i> , <i>sans serif</i> , normal, negrita, itálica, <i>light</i> , condensada, extendida y combinaciones de éstas mismas (ej. <i>semibold</i> , <i>light</i> , <i>condensed</i> , <i>bold extended</i> , etc.).	Su estilo abarca todas las variables posibles de una tipografía de texto (negrita, itálica, condensada, extendida, etc.) combinadas con características particulares que les otorgan diversidad de personalidades capaces de enfatizar y transmitir emociones, así como capturar la atención del lector; algunos de los elementos empleados para su configuración son: ángulos y curvas enfatizadas, rotación de elementos, aplicación de colores planos o gradientes, <i>kerning</i> y <i>tracking</i> modificados, subrayado, contornos, texturas, perspectiva, elementos decorativos, variedad de alturas en los caracteres, entre otros.
Prosa o <i>tracking</i>	Aún cuando los bloques de texto poseen ya un espaciado predeterminado por el diseño original del tipo, es posible modificar los valores del <i>tracking</i> con fines estéticos (para evitar viudas y/o huérfanas, líneas muy sueltas o muy apretadas...), sin embargo requiere de un cuidado especial pues el uso desmedido de éste puede ocasionar problemas en la composición (ríos, huérfanas, callejones, etc.).	Al igual que las fuentes de texto, las fuentes display poseen valores de espaciado predeterminados por el diseño original del tipo, sin embargo los valores asignados tienden a variar significativa y constantemente por la configuración del carácter (dada por el ancho, la altura <i>x</i> , el contorno, el grosor, etc.) si se compara a una fuente de texto cuyos valores se encuentran estandarizados.
Pareado, interletraje o <i>kerning</i>	Generalmente es asignado por medio de valores estandarizados para cada par de caracteres contenidos en tablas especializadas. No se recomienda hacer ajustes manuales ya que afecta la composición general del texto.	Puede asignarse por medio de valores estandarizados dependiendo las características gráficas del tipo, sin embargo es usual que se le hagan ajustes manuales por la configuración tan variable de los tipos display.

Características formales	Fuentes de texto	Fuentes display
Justificación	Debido a su estrecha relación con el <i>tracking</i> y el <i> Kerning</i> , este elemento es utilizado de manera recurrente, pues los valores asignados en éstos y los valores de espaciado entre palabras y caracteres que las aplicaciones de diseño permiten, otorgan al usuario la posibilidad de generar una buena composición del texto.	Dado que los espacios entre caracteres tienden a variar por la configuración de los elementos, se requiere un cuidado especial al hacer uso de este comando ya que el espaciado entre líneas y pares de caracteres puede dar resultados poco favorables.
Partición silábica ( <i>Hyphenation</i> )	Estrechamente ligado a la justificación, es factible emplear este comando para el cuidado de la lectura y la composición del texto; para llegar al uso de este comando es necesario haber elegido un tipo con características específicas acorde al contexto en el que se diseña, un interlineado amable para la lectura y una buena distribución del texto para que cuando éste sea ejecutado no genere problemas de algún tipo en la composición final. Generalmente se aplica de manera automática para el texto completo, haciendo de vez en cuando ajustes manuales.	Es un comando poco utilizado ya que el uso de tipografía display no es extensivo en texto corrido; la mayoría de las veces su ajuste se hace de manera manual a diferencia de la fuente de texto.
Otros	La apariencia general, el color y la textura del cuerpo de una fuente de texto están sujetos a los espaciados horizontal y vertical dados por la interlínea (10/12pts), el espacio entre párrafos y la retícula que se emplee.	El color y la textura dependen del grado y el tipo de énfasis que el contexto requiera, ya que están sujetos a las características informales de la fuente.

### 2.3 Difusión y comercialización de fuentes

En torno a este tema se ha generado gran polémica en los últimos años, pues con tantos tipos de fuentes circulando por internet ha sido difícil generar una clasificación adecuada de los orígenes y los autores, fomentando de este modo la piratería, el uso ilegal de fuentes y una gran brecha entre lo que podría ser un exitoso mercado para la tipografía y lo que realmente es, un universo de diseños que indudablemente tienen un autor pero que debido a la facilidad para obtener archivos electrónicos pueden ser usadas de manera legal/ilegal por cualquiera que tenga una computadora. El avance en la tecnología digital trajo consigo la posibilidad de que cualquier persona con un poco de conocimiento computacional (no necesariamente un profesional) y un poco de ingenio pudiera crear tipografías por su propia mano; de igual manera permitió a los especialistas en diseño tipográfico generar con mucha mayor facilidad sus propias fuentes. En resumen, el diseño de tipografías buenas, malas o pésimas, está viendo una verdadera bonanza.

La tipografía digital ha logrado colocar al diseño en un nuevo nivel de importancia dentro de la sociedad, pero al mismo tiempo se ha visto socavada por la falta de criterio/ética de los consumidores primarios (diseñadores, tipógrafos, amantes de las letras) y los secundarios (usuarios promedio).

A principios de la era digital la tipografía fue dominada por unas cuantas empresas, con Adobe a la cabeza, que sentaron las bases para el rápido desarrollo de una tecnología que hasta hoy continúa perfeccionándose. El acceso restringido a programas especializados para la creación de fuentes (como Ikarus) resguardó por un tiempo los diseños originales, pero la aparición de programas muy fáciles de operar como Fontographer, originalmente de Altsys y luego adquirido por Macromedia y FontLab sucesivamente, trajo consigo la posibilidad de generar más y mejores posibilidades de diseño para los distintos usuarios, así como la acelerada apertura de un nuevo mercado virtual.

Las grandes casas tipográficas transportaron sus bibliotecas de tipos a discos compactos y a la internet<sup>47</sup>, generando estrategias de venta nunca antes vistas, pues en los tiempos de la tipografía en metal la obtención de una fuente implicaba su existencia física en las distribuidoras y dependía de la cerrada tecnología que la generaba. De este modo comenzó por un lado a implementarse el envío por internet como estrategia de venta primaria, lo que también favoreció la proliferación de fuentes ilegales, y por otro, estrategias más novedosas como la que T-26<sup>48</sup> implementó en la década de los 90, un empaque que contenía el archivo de las fuentes junto con un impreso y una demostración del comportamiento de la fuente en pantalla, haciendo de éste ya no sólo un producto virtual sino algo tangible que todo el mundo quisiera adquirir.

Las “fundiciones” o compañías con más tiempo en el mercado generaban estrategias que les permitieran continuar dentro sin que sus productos disminuyeran su calidad, intentando así contribuir a la creación de tipografías de alta calidad sin disminuciones de costo a pesar de la competencia barata que internet estaba gestando. Tal fue el caso de Emigre que ofrecía una pequeña lista de fuentes especiales hechas principalmente por Zuzana Licko, a un costo accesible pero definitivamente más alto que el de las que se ofrecían en la red en colecciones enormes con muchas fuentes de dudosa calidad (como fue el caso de Softkey, que muy probablemente había pirateado los diseños originales utilizando precisamente Fontographer); por otro lado, FontShop International<sup>49</sup> y Bitstream<sup>50</sup> ofrecieron soporte técnico especializado para tipografías de jóvenes creadores que le otorgaban solidez y formalidad a las fuentes. FSI colocó franquicias en varias partes del mundo con miras a promover la obtención de licencias y fuentes de alta calidad; en 1996 FSI se alió con Monotype para crear uno de los mayores sellos de distribución de fuentes en el mundo. Emigre y FSI fueron los

<sup>48</sup> Fundidora de tipografía digital independiente fundada por el diseñador cubano Carlos Segura en 1994 con el objetivo de crear tipografías experimentales en colaboración con estudiantes, así como con el apoyo de grandes tipógrafos como Margo Chase (Chase Design Group), StepenFarell y Chank ([www.chank.com](http://www.chank.com)). JUÁREZ, VERÓNICA. “Principales fundidoras tipográficas digitales en la actualidad” en *tiypo*. Primavera 05.

<sup>49</sup> *Idem*. Fundada en 1990 por Neville Brody y Erik Spiekermann es una de las más reconocidas a nivel mundial por poseer una de las más completas bibliotecas de tipos. La renombrada fundición anglo-germana cuenta con 10 sedes distribuidas en Europa, Australia, Canadá y Estados Unidos que en conjunto cuentan con más de 2000 fuentes tipográficas. Entre sus colaboradores están David Berlow, Erik van Blokland y Just van Rossum (creadores de la casa LettError Type Company). BLACKWELL, p. 164

<sup>50</sup> Fundada en 1981, fue la primera fundidora digital independiente. Cuenta con una biblioteca de casi 2000 fuentes de sus originales (Bitstream Originals) que incluyen diseños propios, de ITC y de tipógrafos reconocidos. Fue la primera compañía en lanzar fuentes de Tipo 1 en gran cantidad y posteriormente en TrueType. Todas sus fuentes, ya sean de diseñador o pertenecientes a una colección especial, son redigitalizadas y colocadas bajo los estándares de Bitstream. GORDON, BOB. *Making Digital Type Look Good*. Londres, Thames & Hudson, p. 138

pioneros que alentaron a la creación de distribuidoras y fundidoras independientes tales como T-26, House Industries, Virus entre otras.

Una vez aliada con FSI, Monotype junto con Adobe<sup>51</sup> pusieron a la venta en 1990 un CD con la colección completa de las clásicas del primero y la Adobe Type Library del segundo; en su 10 aniversario esta colección contaba ya con más de cinco mil fuentes. Para el año 2000 Monotype cedió sus derechos a Agfa creándose así Agfa Monotype<sup>52</sup>, la cual además adquirió a la legendaria compañía ITC<sup>53</sup> en marzo del mismo año, ofreciendo para ese entonces unas ocho mil fuentes a través de su portal de internet.

<sup>51</sup> Adobe ingresó al mercado de la tipografía valiéndose de su tecnología PostScript aunque dicho ámbito no tenía un papel preponderante en sus intereses, pues desde entonces y hasta ahora se encuentra bien posicionado en el mercado del software especializado, siendo uno de los grandes creadores y distribuidores de programas de diseño y medios audiovisuales.

<sup>52</sup> Agfa-Monotype se ha convertido en una de las casas tipográficas más renombradas, no sólo en el área de venta de tipos digitales, sino también por brindar soluciones ante las diversas necesidades de los diseñadores y la industria de la informática. Constituida en 1998 por Agfa-Gevaert, Compugraphic Corporation y Creative Alliance, la Agfa-Monotype se ha encargado de crear fuentes para la web, diseño editorial, identidad corporativa, tipografías latinas y no latinas, para impresoras, para la optimización de resolución en pantalla, entre muchas otras actividades. Su portal incluye la [www.fonts.com](http://www.fonts.com), en la que ofrece productos avalados e impulsados por la compañía y en la que colaboran fundidoras como: Adobe, FontFont, Font Bureau, Linotype, TrueTypefonts, p-22, Page Studio Graphics, T-26 y DsgnHaus. **VERÓNICA JUÁREZ, "Principales fundidoras tipográficas digitales en la actualidad" en *tipo*. Primavera 05.**

<sup>53</sup> *Idem*. International Typeface Corporation, creada por Herb Lubalin y Aaron Burns, en colaboración con Ed Rondthaler, en 1970. Esta compañía comercializadora de nuevos diseños de tipos en forma de arte final, suministraría a otros fabricantes de tipos y de equipo de composición tipográfica.



### III. ¿Un boom latinoamericano?

#### Origen y evolución de la tipografía digital en Latinoamérica

El origen de la tipografía digital en América Latina se remonta a la década de los 90, pocos años después de que se pusiera a la venta la primera Macintosh con interfaz gráfica. Empezando en Estados Unidos, en el resto del continente se gestó una inquietud por adentrarse en esta nueva tecnología que marcaría un hito en la historia de la tipografía de este lado del mundo; en países como Argentina, Chile y México, jóvenes estudiantes de carreras afines junto con tipógrafos experimentados como Rubén Fontana, comenzaron a realizar sus primeras creaciones en la pantalla marcando así el comienzo de la tipografía latinoamericana.

#### 3.1 Puntos de partida para la tipografía latinoamericana: Argentina, México, Chile

**Argentina** fue pionera del despertar reciente de Latinoamérica en torno a la tipografía, pues por la inquietud de algunos profesionales en la materia, ésta comenzó a tener un lugar importante en el ámbito del diseño a finales del siglo xx.

La puerta de entrada decisiva para el estudio de la tipografía en el continente fue en 1988, cuando la Universidad de Buenos Aires (UBA) convocó a los estudiantes de Diseño Gráfico a un seminario anual optativo de tipografía, el cual, dados los entusiastas resultados y el creciente interés de muchos, impulsó la creación de la materia de Tipografía, de modo que ingresara formalmente al plan de la Licenciatura de la UBA en 1990<sup>54</sup>.

“La tipografía es la probidad del diseño”, un medio para experimentar metodologías y procesos... una forma de concebir el diseño desde la tipografía implica una concepción de su enseñanza que se proyecte mucho más allá del conocimiento de los signos alfabéticos, pero que sin embargo se materialice a través de ellos.<sup>55</sup>

La materia de Tipografía comenzó a impartirse en la UBA en forma de talleres teórico-prácticos que ponían al estudiante en contacto directo con los signos, a través

<sup>54</sup> FONTANA, RUBÉN. *Pensamiento Tipográfico*. Edicial, Buenos Aires, 1996, p. 20

<sup>55</sup> *Idem*, p. 22

de diversos ejercicios que educaran su habilidad visual y le otorgaran herramientas para llevar a cabo sus propias creaciones; con maestros de la talla de Rubén Fontana y Pablo Cosgaya<sup>56</sup> entre otros apasionados del tema y un programa de estudio especializado, la tipografía comenzó a dar voces de crecimiento entre estudiantes y profesionales del diseño de modo que salió de las aulas impactando los alrededores, materializándose en foros de discusión, conferencias, seminarios, publicaciones, entre otros

La voz más sobresaliente de este período inicial fue sin duda *tipoGráfica*, una revista especializada en diseño y tipografía que desde su primer número (1987) marcó un hito histórico en el estudio de la misma, pues además de consolidarla como parte fundamental del diseño, fue un espacio que promovió e impulsó la creación de tipografías latinoamericanas.

... en 1984, cumplido un año de la instauración de la democracia, se inaugura la carrera [de Diseño] en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. Con el ingreso masivo de alumnos, la carrera se ha transformado en la de mayor crecimiento cuantitativo de nuestra Universidad.

En este contexto surge la idea de editar una revista de diseño. Idea que, desde hace algún tiempo, estaba latente en muchos diseñadores, conscientes de la necesidad de contar con un medio específico de comunicación. Por tal razón, “tipoGráfica”.<sup>57</sup>

Durante 20 años, *tipoGráfica* fue la revista de cabecera de tipógrafos, tipófilos y estudiantes de la materia; durante 74 números, abordó temas específicos de tipografía, diseño y disciplinas afines, problemas del ejercicio profesional y de la enseñanza. “Pretendía asimismo, dejar testimonio del momento tan particular que estaba viviendo el diseño en la Argentina; registrar una historia y establecer un vínculo relativo a la actividad en nuestro medio... un espacio para la reflexión, encuentro y discusión creativa para el mejor desarrollo de éste, nuestro factor común, la comunicación a través del diseño”.<sup>58</sup>

Durante este tiempo, y mediando el empecinamiento, nuestra publicación dio curso a cada uno de los objetivos imaginados en su creación. Transmitió y promovió el diálogo entre los profesionales del diseño, acercó didáctica y contenidos a generaciones de estudiantes. Tuvo el privilegio de ser uno de los primeros medios gráficos que escribieron con letra propia en toda Latinoamérica. E irradió, por dondequiera que fuera, el oficio y el hacer del pensamiento tipográfico. Y en ese camino contribuyó decididamente a ubicar a nuestro país dentro del conjunto de naciones activas en el estudio y la producción tipográfica a nivel profesional y académico, aun partiendo de una base cultural carente de tradición en la materia.<sup>59</sup>

<sup>56</sup> En 1991 creó Cosgaya Diseño junto a Marcela Romero. Dirigió el diseño de los periódicos *La Reforma* (2005, Corrientes) y *El Ciudadano* (1998, Rosario) y desarrolló la imagen y comunicación institucional del Programa de Descentralización y Modernización de la Municipalidad de Rosario (2000). Desde 1994 es Profesor Titular de Tipografía 1 y 2 en la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Buenos Aires. Diseñó las tipografías Patagonia (1994 junto a Héctor Gatti), Proceso Sans (1996), CDIcons (2003, junto a Marcela Romero) y Loreto (2004, junto a Eduardo Rodríguez Tunni). Colaboró en las revistas *Visual*, *tipo* y *tipoGráfica*, es miembro de ATyPI (Association Typographique International), de la UDGBA (Unión de Diseñadores Gráficos de Buenos Aires) y del colectivo tipográfico T-Convoca.

[www.cosgaya.com/content\\_items/cv\\_pc.html](http://www.cosgaya.com/content_items/cv_pc.html)

<sup>57</sup> *tipoGráfica*. Número 1, julio, 1987. Ed. Edicial, Buenos Aires.

<sup>58</sup> *Idem*, p. 3

<sup>59</sup> *tipoGráfica*. Número 74, 2007. Ed. Edicial, Buenos Aires.

La revista *tipoGráfica* también convocó a la producción regional de fuentes digitales por medio de Letras Latinas, exposición que formó parte del encuentro tipoGráficaBuenosAires, el acontecimiento de diseño y tipografía celebrado en la capital de Argentina a propósito del 15 aniversario de la revista<sup>60</sup> y que posteriormente se convertiría en uno de los eventos más importantes a escala regional e internacional.

Otra marca histórica de este período en América Latina ocurrió en 1989, cuando la primera familia tipográfica latinoamericana de texto fue comercializada: Fontana ND. Rubén Fontana, autor de dicha familia, constituyó junto con su equipo de trabajo (Pablo Fontana y Zalma Jalluf entre otros) un gran impulso para la tipografía no sólo en Argentina sino en gran parte de Latinoamérica pues, sentó las bases para una cultura tipográfica que desde los noventa, como máquina a todo vapor, ha ido madurando con la certeza de una identidad tipográfica inigualable frente al mundo.

México hizo su incursión en la tipografía digital a principios de los noventa por medio de jóvenes diseñadores cuyas primeras creaciones impulsaron la producción de fuentes tanto display como de texto (aunque éstas últimas al principio en menor medida).

...no es sorprendente que a principios de la década de los noventa del siglo xx, cuando la tecnología digital permitió a cualquier diseñador sin grandes recursos la creación de tipos de letra a escala personal, independientemente de las grandes fundidoras extranjeras, una pequeña legión de jóvenes entusiastas se aventurara en el resbaloso terreno del diseño de letras y empezara a realizar alfabetos originales. La creatividad ya estaba allí, esperando ser activada.<sup>61</sup>

Pertenecientes a este período podemos citar Freon 22 y Frankenhauss de Oscar Borrego, LaNeta leve leve, Artimaña y Sacrílega de Francisco Aguayo, Giza, Sinergia de Danilo & Black, Morphosis de Oscar Reyes, Rumba y Bésame de Gonzalo García Barcha, quien con esta última ingresó a un terreno poco explorado hasta entonces: los créditos de cine<sup>62</sup>.

En 1997 surgió una importante publicación mexicana: *Matiz*<sup>63</sup>, revista que contribuyó al desarrollo y difusión del diseño en nuestro país y que marcó un hito en el diseño gráfico mexicano, pues así como *tipoGráfica* fue por varios años en Argentina la revista de cabecera de los diseñadores, *Matiz* lo fue para estudiantes y profesionales de las artes gráficas en México (aunque en un período más corto, ya que sólo se publicaron 20 números). Entre los temas que abarcó en su corta estancia en el medio estuvo por supuesto la tipografía, a la cual en ese mismo año se le dedicó un número entero (9), que lleva por título “México Tipográfico”. En esta publicación se exponen las primeras creaciones digitales de personajes como Nacho Peón, Gabriel

<sup>60</sup> “Editorial”. *tipoGráfica*. Número 60, abril-mayo, 2004. Ed. Edicial, Buenos Aires, p. 39

<sup>61</sup> “De la piedra al pantalla: la nueva tipografía mexicana” por Gabriel Martínez Meave. *tipoGráfica*. Número 59. Año XVII. Diciembre, enero, febrero, marzo, 2003-2004. Ed. Edicial, Buenos Aires, p. 29

<sup>62</sup> Bésame, tipografía realizada especialmente para los créditos animados de la película “Sólo con tu pareja” dirigida por Alfonso Cuarón.

<sup>63</sup> Su nombre completo era *Matiz Gráfico del Diseño Internacional*, fundada por Álvaro Rego García de Alba y Domingo N. Martínez; el primer número apareció en abril de 1997.

Martínez Meave, Erich Martino y Mónica Peón, todas display, sin embargo el texto completo de este número en particular fue formado con Integra, “una versión flexible y curvilínea de la letra romana sin patines, concepto encontrado por vez primera en las letras cinceladas de algunas notables tumbas florentinas del siglo xv”<sup>64</sup>, diseñada por Martínez Meave.

Seguramente, *Matiz* fue la primera publicación mexicana en otorgarle un lugar especial a la tipografía, pues en este número se presenta una reseña histórica, características esenciales de la letra, consejos y opiniones en torno a la digitalización de fuentes, un breve estudio sobre la tipografía en la gráfica popular, etc. Temas que siguen siendo de nuestro interés pero, que en ese momento, fungieron como introducción de algo que se estaba gestando al interior del diseño: la tipografía no sólo como elemento fundamental del mismo, sino como una disciplina.

Estos eventos suscitaron una prolífica producción tanto de diseño como de tipografías experimentales cuyo objetivo era establecer una identidad nacional sólida que derivó, hacia el 2000, en el surgimiento de importantes diseñadores tipógrafos cuyas creaciones display aludían y recreaban esta identidad por medio de letras cuyos diseños y nombres se basaron en elementos de la gráfica y la cultura populares. Tal es el caso de José Luis Cóyotl con sus primeras creaciones: El Chamuco, Cachirul, Pancracia Blue Demon y Super Tíbiri, Enrique Ollervides con su Luchita Payol Técnica inspirada en los carteles de la lucha libre, Urbe, Acerina, Ingenua, Suave, Tabique, Mutis, Bloque, Taka San y Gabriel Martínez Meave con Aztlán, Basílica, Neocodex, Puuc y Arcana entre otras que han ido enriqueciendo el universo de tipografías digitales mexicanas; es importante reconocer el trabajo que Gabriel Martínez Meave ha realizado en el ámbito de la tipografía mexicana, pues además de ser inspiración y punta de lanza para otros diseñadores tipógrafos, la producción de tipografías tanto de texto como de display lo convierten en un personaje clave de la tipografía de nuestro país<sup>65</sup>. Asimismo en el terreno de las display destacan las contribuciones de Ángeles Moreno con: Bolita, Heart, Matisse, Moogdula, Squareable, Starline y Santa Clara, Nacho Peón con Bump, Coah, Dolora, Incompleta, Bastardita, Mexican Gothic Semisans y Televisa y Edgar Reyes con su Morena, El Chalán y Euphoria<sup>66</sup>.

Hubo en este tiempo una producción alterna, mucho menos prolífica, de tipografías de texto, algunas originales como Orgánica y la mencionada Integra de Martínez Meave que con su peculiar diseño otorgan a la tipografía de texto una personalidad inusual que alude sutilmente al tipo *display*; algunas de rescate como Enrico de Gonzalo García Barcha en su versión original<sup>67</sup>, la cual fue posteriormente rediseñada por David Berlow (con el consentimiento de García Barcha) para la revista *Letras Libres*<sup>68</sup> que dio como resultado Letras Libres Antigua, la tipografía corporativa de esta publicación mensual que se introdujo desde su primer número en 1999 y cuya versión

<sup>64</sup> *tipoGráfica*. Número 60, abril-mayo, 2004. Ed. Edicial, Buenos Aires, p. 39.

<sup>65</sup> Hasta la fecha, Gabriel Martínez ha diseñado más de 20 tipografías de texto y display en su despacho y fundidora KimeraType. Entre ellas destacan Lagarto basada en la manuscrita de Luis Lagarto, caligrafo novohispano del siglo XVI, Ferra, Ironía, Sol y Vips Script, para marcas comerciales reconocidas y Arcana basada en su propia caligrafía.

<sup>66</sup> *Revista DX. Estudio y experimentación del diseño*. Edición Especial. Año 2. Núm. 13. Junio, julio, 2001, p. 20-43

<sup>67</sup> Otro pionero de la tipografía digital en nuestro país es Gonzalo García Barcha. La historia de su máxima creación, Enrico, es curiosa. Juan Pascoe (impresor mexicano con tipos móviles en pleno siglo XXI) hizo notar a García Barcha que merecían rescatarse los tipos empleados en los impresos del novohispano Enrico Martínez. Él aceptó la propuesta y ahí comenzó la odisea, misma que durante alguna de sus etapas obtuvo una beca del Conaculta. Entre otras cosas, se usó para muchos de los textos del catálogo de la exposición Abcd, exhibida en el palacio de Bellas Artes hace algunos años. Cuando estaba próxima a aparecer Letras libres, Eduardo Danilo, a la sazón director de diseño de la publicación dirigida por Enrique Krauze, consultó al autor de Enrico sobre posibles ideas que sirvieran de motor en el diseño de una tipografía exclusiva. Y tan bueno le pareció a Danilo el rescatar tipografías antiguas que encargó a David Berlow, afamadísimo diseñador de Font Bureau, una segunda versión basada en el trabajo de Enrico Martínez, Letraslibres antigua, la cual funciona desde su primer número. “La marcha de las letras” por Cristóbal Henestrosa en *Letras Libres*. Año 8. Núm. 88, Sept 2004 <<http://www.hojaporhoja.com.mx/articulo3.php?identificador=5228&numero=88&repORTE=1>>

<sup>68</sup> Publicación mensual mexicana de política y cultura, dirigida por Enrique Krauze.

presentó una notable y acertada variación en el diseño de los caracteres; y otras por encargo como Economista diseñada por Martínez Meave para el periódico *El Economista* a finales de los 90.

A principios del siglo XXI, la tipografía comenzó a tomar fuerza como disciplina entre estudiantes y profesionales del diseño y se colocó en clases especializadas, seminarios, diplomados, una maestría<sup>69</sup> y varias publicaciones. Entre ellas destaca, *tiypo* (2002), la única revista mexicana especializada en tipografía surgida por la iniciativa de Francisco Calles<sup>70</sup>, Héctor Montes de Oca (actual director), y Nacho Peón:

[...] el principal interés es difundir, promover, y distribuir el trabajo tipográfico e iconográfico que se desarrolla dentro y fuera del país. *tiypo* es ya una plataforma para la nueva generación de tipógrafos mexicanos, los cuales han venido permeando su trabajo en las esferas del diseño nacional e internacional. Paralelamente ha desarrollado proyectos de diseño con tipografía aplicada en carteles (Tipografía Lenguaje Visible) y animaciones (*tiypo* móvil) y la creación de una fuente iconográfica (dingbat) llamada Mexinbat *tiypo*, así como una colección de carteles referentes a la Ciudad de México, utilizando tipografías desarrolladas en la misma ciudad (*tiypo* ciudadano);<sup>71</sup>

Asimismo, en esta primera etapa del despertar de la tipografía en México, la editorial Designio<sup>72</sup> publicó dos libros importantes: *Ensayos sobre diseño, tipografía y lenguaje* (2003) una antología que entrelaza estos temas con escritos de reconocidos autores como Gerardo Kloss, Marina Garone, Zalma Jalluf, Rubén Fontana entre otros y *Ensayos sobre diseño tipográfico en México* (2004) una contribución al conocimiento del diseño tipográfico mexicano<sup>73</sup> con escritos de Alejandro Tapia, Antonio Rivera, Francisco Calles, Jorge de Buen, Gabriel Martínez entre otros autores; hecho que ayudó a concretar la tipografía como materia de estudio no sólo entre investigadores, docentes y diseñadores profesionales sino entre estudiantes de la carrera de diseño en México.

Mención especial merece el caso relevante de Cristóbal Henestrosa<sup>74</sup> cuya pasión lo llevó a realizar su tesis de licenciatura en torno a la tipografía novohispana de Antonio de Espinosa, segundo impresor mexicano, tesis premiada en la Segunda Bial de Diseño 2003 y publicada posteriormente (2005) por Designio bajo el título de *Espinosa: rescate de una tipografía novohispana*. De dicha investigación derivó además una fuente tipográfica que sirvió a Henestrosa como primer peldaño como diseñador de tipografías, ya que en 2006 fue comisionado para diseñar Fondo, la tipografía corporativa de la prestigiada casa editorial Fondo de Cultura Económica.

<sup>69</sup> Impartida por el Centro de Estudios Gestalt localizado en Veracruz, Ver., desde 2004, es la única maestría en Tipografía en el país; funge como sede de los talleres de la Bial de Tipografía Latinoamericana y es un semillero de tipógrafos mexicanos que han comenzado ya a colocarse a nivel internacional, uno de ellos, Cristóbal Henestrosa.

<sup>70</sup> Es master en Diseño Gráfico y desarrolla una intensa labor docente; actualmente es Director de Posgrados en el Centro de Estudios Gestalt del puerto de Veracruz. Por 17 años fue profesor de licenciatura y posgrado en cátedras de Tipografía, Diseño y Diseño Editorial y coordinador de Tipografía en la Universidad Intercontinental. Ha dado conferencias en México, Venezuela y París y publicado artículos en *a!* Diseño y *DX*. Su trabajo ha sido reseñado en *DeDiseño*, *Matiz* y *Step Magazine* (EUA). Es editor de *tiypo*, única publicación mexicana especializada en diseño y tipografía, y coautor de *Ensayos sobre diseño tipográfico en México* (Designio). Asimismo, coordina Tipografía, es miembro de ATypl y es secretario de Encuadre (Asociación Mexicana de Escuela de Diseño Gráfico).

<sup>71</sup> <http://profile.myspace.com/index.cfm?fuseaction=user.viewprofile&friendid=48106438>

<sup>72</sup> Empresa editorial fundada y dirigida por los diseñadores Oscar Salinas Flores y Ana María Losada; inició sus actividades en 2003 en la ciudad de México. <<http://editorialdesignio.blogspot.com/>>

<sup>73</sup> *Idem*.

<sup>74</sup> Cristóbal Henestrosa (ciudad de México, 1979) es licenciado en Comunicación Gráfica por la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la Universidad Nacional Autónoma de México, especialista en Producción Editorial Asistida por Computadora de la Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes y egresado de la maestría en Diseño Tipográfico por el Centro de Estudios Gestalt (Veracruz). <<http://www.estudio-ch.com/>>

Otro caso notable es *Tipografía*, Congreso Nacional de Tipografía, actividad organizada por Francisco Calles en la Universidad Intercontinental, en donde desde 2004 se presentan novedades tipográficas y actualización del medio durante dos días, siendo éste uno de los foros más esperados durante el año en la Ciudad de México ya que reúne a profesionales que comparten su trabajo, opiniones y consejos en torno a la tipografía y el diseño.

En los últimos años se ha despertado en México un gran interés por la tipografía, sobre todo entre los diseñadores más jóvenes, pues los foros tanto de productos nacionales como internacionales se han abarrotado hasta el tope; tal fue el caso de la primera presentación al público de Fondo en la Academia de San Carlos el 18 de mayo de 2007 donde se reunieron más de ciento cincuenta estudiantes de diseño de universidades como la UIC, la UAM y la UNAM presenciando la historia y el proceso de esta familia tipográfica en voz de Cristóbal Henestrosa junto con el profesor Mauricio Rivera (Fig. 2) como anfitrión; un año más tarde, el 8 de abril de 2008, el documental conmemorativo *Helvetica*, se presentó en el Centro Cultural España de la Ciudad de México con una mesa redonda final conformada por Alejandro Lo Celso, Francisco Calles y Gabriel Martínez Meave, que abarrotó el edificio de apasionados estudiantes de tipografía y diseño; y finalmente el 11 de abril de 2008 conforma otro caso notable de euforia tipográfica: la presentación de dos fuentes mexicanas por encargo, seleccionadas en el concurso internacional del *Type Directors Club 2008*: Fondo de Cristóbal Henestrosa y Presidencia de Gabriel Martínez Meave para la nueva imagen del gobierno de México, que se llevó a cabo en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la Universidad Nacional Autónoma de México, la cual no se dio abasto para albergar a la numerosa población estudiantil que deseaba entrar al recinto. Dichos eventos constituyen sin duda indicadores de la urgente consolidación de la disciplina en nuestro país, de modo que se formen profesionales de alto nivel que dejen huella en la historia universal de la tipografía.

**Chile** se caracteriza por las intermitencias que desde el siglo XVIII salpican sus registros históricos; aun cuando tuvo un despertar temprano en el oficio, sólo se registran unos cuantos datos que permiten rastrear someramente los orígenes de esta disciplina en el país. Entre ellos, se advierte la presencia de tipógrafos en el movimiento popular chileno, los primeros en conformar una organización: la Sociedad Tipográfica de Santiago de 1853, reorganizada en 1869 como la Sociedad Unión de los Tipógrafos; asimismo se destaca la figura del tipógrafo Luis Emilio Recabarren a comienzos del siglo XX<sup>75</sup>; posteriormente la historia registra publicaciones importantes de las cuales se desconoce su paradero, sin embargo uno de los personajes centrales de la puesta en práctica de la tipografía a mediados del siglo XX fue Mauricio Amster, cuyas aportaciones sentaron las bases para una consolidación del oficio

<sup>75</sup> *tipoGráfica*. Número 58. Año. XVII. Octubre, noviembre, 2003. Ed. Edicial, Buenos Aires, p. 49-50



con base en el autoaprendizaje y yendo en contra de los primeros intentos por instaurar el diseño como carrera profesional universitaria.

De este modo, la tipografía en Chile se instauró como una práctica autodidacta pues se creía que las grandes y únicas escuelas las agencias de publicidad, editoriales e imprentas<sup>76</sup>, sin embargo esto trajo consigo una exploración en cuanto a diseño tipográfico casi nula, pues las fuentes empleadas en estos lugares eran si acaso Rockwell, Futura, Helvetica y Univers, lo que pocos años después da como resultado la búsqueda inminente de una identidad nacional en el ámbito tipográfico.

Al igual que en Argentina y México, la tipografía chilena se vio favorecida por la democratización de la tecnología, permitiendo del mismo modo, la exploración de este nuevo medio de creación por los diseñadores y autodidactas más jóvenes.

A mediados de los noventa se diseñaron tipos *display* y fuentes bitmap, pero ya entrado el siglo XXI aparecieron las primeras tipografías de texto, entre ellas Elemental (2001), la chispa que colocó a la tipografía por primera vez en seminarios, mesas redondas y encuentros dedicados al tema y Australis (2002) inspirada en la gráfica popular chilena que ganó el Morisawa Golden Prize en el mismo año, ambas diseñadas por Franciso Gálvez<sup>77</sup>. Este joven diseñador junto con Luis Rojas y José Soto conformaron el colectivo Tipografía.Cl en 1999; TCL se ha convertido en un referente de la tipografía chilena pues desde el principio se preocupó por proyectar una identidad nacional en cada fuente diseñada. Posteriormente se unió al colectivo, Rodrigo Ramírez, autor de la primera familia tipográfica para texto, Indosans (2002), que en 2003 se comercializó a través de la fundición digital inglesa Union Fonts, bajo el nombre de Digna y Carmen, uno de los proyectos seleccionados en la exposición de Letras Latinas y exhibida en TypeCon 2003. Con estas aportaciones a la tipografía latinoamericana y varias fuentes display en un sitio que las promueve y comercializa ([www.tipografia.cl](http://www.tipografia.cl)), este colectivo se ha convertido ya, no sólo en un referente local, sino en un referente para el resto del continente.

### 3.2 Relevancia de la tipografía de texto para el desarrollo tipográfico

Si recurrimos a los grandes maestros de la tipografía<sup>78</sup>, es bien sabido que el oficio que ejercieron era de suma dedicación, pues tanto el trazo de calidad que requerían los caracteres en su diseño individual como su formación en la hoja de papel, requerían una agudeza visual y una disciplina ejemplares para que las ediciones de la época fueran bien acogidas. Sin embargo, la era digital, con la computadora como herramienta principal, provocó entre algunos diseñadores cierta negligencia visual que repercutió de manera negativa en la calidad de productos diseñados, dada la automatización de ciertas tareas necesarias para el diseño de caracteres.

<sup>76</sup> *Idem*, p. 49

<sup>77</sup> Diseñador gráfico egresado del Instituto IPEVE de la Universidad Diego Portales, tipógrafo y diseñador de tipos. Es docente de Tipografía y Diagramación, y desde 2002, del Diploma en Tipografía de la Pontificia Universidad Católica de Chile. También da clases en el Taller de Diseño Gráfico, en Tipografía y en Diseño de Fuentes Digitales de la Universidad Diego Portales. Su tipografía Elemental fue distinguida con el Premio Altazor de Diseño Gráfico e Ilustración, Santiago de Chile. Asimismo Australis ha recibido el Gold Prize, primer premio del International Typeface Design Competition, Tokio. Es autor del libro Educación Tipográfica. *tipoGráfica*. Número 60. Año. XVIII. Abril, mayo 2004. Ed. Edicial, Buenos Aires, p. 40

<sup>78</sup> Las tipografías que Garamond produjo entre 1530 y 1545 marcaron un hito en el siglo XVI por su belleza y precisión, las cuales pudieron ser admiradas en importantes ediciones de la época tales como *Paraphrasis in Elegantiarum Libros Laurentii Vallae* de Erasmo de Róterdam y *Pia et Religiosa Meditatio* de David Chambellan cuyos signos poseían un carácter atemporal que hasta el día hoy permite que continúen en uso. Los caracteres de Baskerville fueron vistos también en importantes ediciones del siglo XVIII tales como *El paraíso perdido* de John Milton, un *Nuevo Testamento* escrito en un tipo griego diseñado por él mismo, Orlando Furioso de Ariosto entre otros; Bodoni, nombrado el tipógrafo del rey, produce el primer *Manual Tipográfico* que contenía 100 romanas, 50 itálicas y 28 minúsculas griegas, además publicó varios volúmenes de clásicos romanos, griegos e italianos; su segundo *Manual Tipográfico* editado por su esposa poseía tipos romanos, griegos, góticos, asiáticos, rusos, símbolos, numerales, ornamentos y notaciones musicales. FRIEDL, OTT & STEIN. *Typo*. Colonia, Könemann. 1998, 592 pp.

La originalidad de personajes como Garamond, Baskerville y Bodoni no se limitó a la expresión estética de los caracteres, sino a la aplicación inmediata y útil de los mismos. Hoy en día, alejados de los punzones y las matrices, sumergidos en una era totalmente digital, en varias ocasiones se ha dejado de lado uno de los objetivos primordiales de la tipografía: “facilitar la comunicación...”<sup>79</sup>.

Cuando un diseñador o tipógrafo diseña un abecedario lo hace pensando en la finalidad y función que las letras van a cumplir: comunicar clara y rápidamente un mensaje. Para esto debe establecer un programa que combine: belleza del trazo, transparencia y pregnancia inmediata de la significación. No hay que oponerse reaccionariamente contra la tecnología de punta sino contra su empleo de parte de los maleducados visuales.<sup>80</sup>

Y es que como principal elemento de la cultura escrita, influenciada por una democratización fortuita en la era de las computadoras, el poder expresivo de los caracteres ha sobrepasado, muchas veces, el contenido del mensaje, convirtiéndose ya no en portadora de mensajes sino de identidades.

En estos últimos años [...] la tipografía ha experimentado una de las mayores revoluciones ocurridas a lo largo de la historia, asumiendo nuevos valores y ampliando sus límites, formales y conceptuales. Su función ya no se reduce solamente al ámbito de lo estrictamente verbal sino que también sus aspectos formales, estéticos y culturales contribuyen a añadir valor al significado del texto.<sup>81</sup>

Esta postura con respecto a la tipografía la sitúa como elemento generador de discursos (cuya aplicación debería, sin duda, favorecer la comunicación), sin embargo muchas veces sobrepasa la eficiencia (en cuanto a legibilidad) de los signos, produce la incomprensión o descontextualización del contenido y hace de ella un elemento protagónico cuya intención no es ya comunicar, sino dejar una indeleble marca del diseñador que la creó: “... hay mucho de caprichismo en esto, a cualquier diseñador de tipografías le gusta poder expresarse a través de la tipografía ya que muchas veces en el diseño es difícil por las necesidades o limitaciones del producto...”<sup>82</sup>

Tal es el caso de muchas fuentes diseñadas hoy en día por los nuevos tipógrafos, caracteres que revelan a primera vista una experimentación de formas sujeta a la herramienta que les da vida y que de antemano predisponen su utilización informal, ya sea porque no han sido diseñadas con la precisión necesaria para la composición de un texto (por muy pequeño que éste sea) ya sea porque el set de caracteres está incompleto o simplemente porque las formas provocan un ruido visual reprochable.

<sup>79</sup> BALIUS, ANDREU. *Type at Work*. Barcelona, Index Book. 2003, p. 4-5

<sup>80</sup> “La dieta llegó a la familia tipográfica”, Martín Mazzei en *tipoGráfica*. Número 1. julio, 1987. Ed. Edicial, Buenos Aires, p. 20

<sup>81</sup> Introducción, ANDREU BALIUS. *Type at Work*. Barcelona, Index Book. 2003, 219 pp.

<sup>82</sup> Apéndice. *Alejandro Lo Celso* en entrevista, 25 de abril 2008.



Desde la aparición de la imprenta a mediados del siglo xv hasta nuestros días, el trabajo del diseñador de tipografías para texto ha requerido de un gran dominio del oficio ya que

“El diseño de fuentes para texto es una labor trascendente que demanda mucho tiempo de análisis y trabajo [...] Diseñar fuentes para texto implica una enorme responsabilidad por la obligación de facilitar la lectura en tiempos en los cuales preservar este hábito es indispensable.”<sup>83</sup>

La minuciosidad que requiere dicho quehacer otorga a la tipografía de texto un mérito especial, pues la conformación de los signos ha de estar sujeta a un riguroso análisis de formas que cumplan con su objetivo primordial, la lectura. Especialistas latinoamericanos en la materia coinciden en la dificultad de diseñar para texto pues no resulta sencillo resolver las cuestiones intrincadas de la legibilidad en cuerpos chicos<sup>84</sup> además de que el funcionamiento detallado de los signos debe hacer eficaz tanto la escritura como la comodidad de su lectura<sup>85</sup> sin saturar al lector<sup>86</sup>.

A este respecto se añaden las cuestiones técnicas que hacen de ello una tarea aún más laboriosa ya que, a diferencia de las display, requieren más combinaciones de letras, sets más amplios<sup>87</sup> para cumplir con las especificaciones del idioma, equilibrio de proporciones, correcciones ópticas y espaciado armónico que otorguen gracia al diseño<sup>88</sup>, además de poseer resistencia a la erosión según su uso<sup>89</sup>.

La tipografía de texto ejerce una influencia especial en el desarrollo tipográfico dado el oficio que las respalda; en dicha labor, se establecen y quebrantan reglas, se experimentan y recrean signos que dan lugar al resto de las tipografías y al vasto universo tipográfico al que tenemos acceso hoy en día.

<sup>83</sup> “El hábito y la práctica” por Ramiro Espinoza en *tipoGráfica*. Número 58. Año XVII. Octubre, noviembre, 2003. Ed. Edicial, Buenos Aires, p. 33

<sup>84</sup> Apéndice. *Alejandro Lo Celso*.

<sup>85</sup> Apéndice. *Francisco Gálvez* en entrevista, junio 2008.

<sup>86</sup> Apéndice. *Alejandro Lo Celso*.

<sup>87</sup> Apéndice. *Cristóbal Henestrosa* en entrevista, 24 de abril 2008.

<sup>88</sup> Apéndice. *Francisco Gálvez*.

<sup>89</sup> Apéndice. *Alejandro Lo Celso*.

<sup>90</sup> Neufville Digital TM produce y comercializa las fuentes de Fundación Tipográfica Neufville, Bauersche Giesserei, Ludwig & Mayer, Fonderie DIB, Fonderie Typographique Française y Fundación Tipográfica Nacional. Neufville Digital digitaliza fuentes como Futura, Bauer Bodoni, Weiss, Folio, Imprimatur entre otras, a partir de los trabajos originales haciendo uso del arte de la tecnología para lograr productos con los mejores estándares de calidad. [www.neufvilledigital.com](http://www.neufvilledigital.com)

<sup>91</sup> A este respecto, quiero comentar, que el hecho de que fuera una fuente de texto y no una de display, presupone un conocimiento especial en torno al oficio de la tipografía por parte del diseñador; Fontana ND es una tipografía que se adaptó al medio digital que ingresaba al diseño a finales de los ochenta, mas no surgió a partir de éste. Ahondaremos más en este tema, en el siguiente apartado.

### 3.3 El diseño de tipografías para texto en Latinoamérica

El diseño de tipografías para texto en América Latina posee una historia breve pero interesante, apenas documentada, que registra eventos significativos que permiten trazar un curso definido del desarrollo y crecimiento de este oficio. Uno de ellos es el lanzamiento de Fontana ND, la primera fuente digital latinoamericana para texto distribuida por Neufville Digital<sup>90</sup> a partir de 1989; hecho que:

- a) Consolidó la entrada de la tecnología digital al diseño en América Latina animando a la puesta en pantalla de creaciones que por mucho tiempo se habían mantenido en servilletas, libretas o complejos borradores que esperaban con ansiedad la llegada de la tecnología en algunos países de Latinoamérica, entre ellos México y Chile<sup>91</sup>.

- b) Marcó una nueva posibilidad para la tipografía en esta parte del mundo al conformar la identidad del contenido de la revista *tipoGráfica* otorgando la posibilidad de crear tipografías corporativas exclusivas para empresas o publicaciones

A partir del 2000 hubo varios eventos importantes que despertaron a América Latina del letargo de la década de los 90 en donde la producción tipográfica no tuvo un papel muy relevante, entre ellos, el reconocimiento otorgado a Gabriel Martínez por su tipografía Mexica y el Certificado a la Excelencia otorgado a Rubén Fontana por Fontana ND, ambos por el Type Director's Club de Nueva York, hecho que además significó una apertura de Latinoamérica hacia el mundo.

Posteriormente, la exposición Letras Latinas organizada por *tipoGráfica* en 2001 otorgó un nuevo medio para la difusión de la tipografía pues tres años más tarde (2004) se convertiría en un evento para toda Latinoamérica: la Bienal Letras Latinas. Con dos ediciones bajo este nombre coordinadas por Rubén Fontana y una tercera que, a raíz del cierre de *tipoGráfica* en 2007, cambió su nombre a Tipos Latinos a cargo de Francisco Calles, dicho evento ha difundido los acontecimientos de la tipografía latinoamericana dentro de la región y en el ámbito internacional y ha puesto en escena a varios diseñadores tipógrafos con propuestas de fuentes y familias tipográficas de calidad en diferentes categorías: texto, título, pantalla, experimentales y misceláneas.

La apertura que se hiciera en 2000 hacia el mercado internacional sembró una inquietud en los diseñadores por darse a conocer con creaciones originales que plasmaron la búsqueda de una identidad propia, tal fue el caso de mexicanos, argentinos y chilenos cuyo trabajo, durante esta década, comenzó a dar voces no sólo en los foros más importantes de la tipografía internacional sino que provocó un foco de interés que avivó una pasión por las letras nunca antes registrada en América Latina.

### 3.4 Principales diseñadores latinoamericanos de tipografías de texto

Los datos que a continuación se presentan pertenecen a los tipógrafos más renombrados en América Latina, ya sea por su trayectoria y sus aportaciones al desarrollo de la disciplina (especialmente en la tipografía para texto) en sus respectivos países o bien, por el reconocimiento que su trabajo ha obtenido internacionalmente<sup>92</sup>.

#### 3.4.1 Rubén Fontana

Nació en Buenos Aires, Argentina en 1942. De 1951 a 1958 incursiona en el dibujo, la pintura y la fotografía; a partir de 1962 se desempeña como diseñador gráfico en agencias de publicidad y en el Instituto Torcuato di Tella en donde integra el

<sup>92</sup> Para integrar estos datos se recurrió a las siguientes fuentes: [www.fundacionkonex.com.ar/premios/curriculum.asp?id=453](http://www.fundacionkonex.com.ar/premios/curriculum.asp?id=453) \*[www.pampatype.com](http://www.pampatype.com) \*[www.tipografia.cl](http://www.tipografia.cl) \*[www.colormagenta.cl](http://www.colormagenta.cl) /[francisco-galvez-pizarro/2006/08/11/tipografica.com-tiipo.com-fofoalfa.org-meave.org-kimera.com.mx-estudio-ch.com](http://francisco-galvez-pizarro/2006/08/11/tipografica.com-tiipo.com-fofoalfa.org-meave.org-kimera.com.mx-estudio-ch.com), libretas conmemorativas de Bienal Tipos Latinos 2008 y Tipografía 2008.

<sup>93</sup> Revista *tipoGráfica* no. 60

es ocupado lector  
 er que quisiera  
 l entendimiento,  
 más gallardo y n  
 aginarse. Pero n  
 orden de natura  
 gendra su seme

MUESTRA DE FONTANA ND LIGHT.



FRAGMENTO DE ESPECÍMEN AUSTRALIS.

equipo de Departamento de Diseño Gráfico que permanecerá hasta el cierre de la institución en 1970. Al siguiente año forma junto a Juan Carlos Distéfano el estudio Distéfano+Fontana Comunicación Visual y en 1976 el Estudio Rubén Fontana & Asociados Comunicación Visual, el cual evolucionaría hacia 1994 en Fontanadiseño, un despacho especializado en la implementación de programas integrales de identidad institucional y corporativa del que actualmente es director.

Uno de los fundadores de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires e iniciador de la materia Tipografía de la cual fue titular durante diez años (hasta 1997).

En 1987 comienza a editar la revista *tipoGráfica*, una publicación especializada en tipografía y diseño gráfico con 74 números editados a lo largo de 20 años. En 1992 recibió el Premio Konex a la trayectoria de la década en Artes Visuales (primera distinción que se entregó en esta categoría en el país) y a lo largo de los años ha ganado más de 40 distinciones. En 1993 la editorial Gustavo Gili publicó su obra gráfica como parte de la colección “Monografías del Diseño Contemporáneo” en Barcelona. Su trabajo se encuentra en la colección del Museo de Arte Moderno de Nueva York.

Ha impartido cursos, conferencias y maestrías en universidades de América Latina y Europa. Su libro “Pensamiento Tipográfico” publicado en 1997 plasma su experiencia como docente.

En 2000 recibió el Certificado de Excelencia en el concurso del Type Director’s Club por Fontana, la tipografía corporativa de tipoGráfica y al año siguiente un reconocimiento por la misma fuente en *Bukva:raz!*, concurso organizado por la Atypl.

En 2001 organizó “tipoGráfica buenosAires” el encuentro de diseño y tipografía más importante desarrollado en América Latina, lo cual derivó en 2004 en la Biental Letras Latinas que reunió los trabajos más destacados de la tipografía latinoamericana. Es representante de la ATypI en Argentina.

\*Tipografías realizadas por Rubén Fontana: Fontana ND, Australis ND y Chaco.

### 3.4.2 Franciso Gálvez

Nació en Chile en 1971. Realizó sus estudios en el Instituto IPEVE, actual Escuela de Diseño de la Universidad Diego Portales de la cual es actualmente, profesor del taller de Diseño Gráfico y de la cátedra de Tipografía. También ha ejercido como docente de Tipografía y Diagramación del Diplomado en Tipografía de la Pontificia Universidad Católica.

Como parte de su formación se desempeñó como director de arte en la revista *Diseñoetc!* Participó además en el desarrollo de una tipografía para el Transantiago (sistema de transporte) en el Departamento de Estudios Tipográficos de la Escuela de Diseño PUC.

Recibió en 2002 el premio Altazor en la categoría Diseño Gráfico e Ilustración por su familia tipográfica Elemental y el Morisawa Awards Golden Prize el mismo año por Australis.

Es autor del libro *Educación Tipográfica*. Una introducción a la tipografía publicado en 2004 por la UDP. Actualmente es miembro del colectivo TCL y su tipografía Llanquihue Display ha sido nominada al premio Altazor de este año.

\* **Tipografías relizadas por Francisco Gálvez: Elemental, Australis, Llanquihue, Delux, Uniprint, Transantiago.**

### 3.4.3 Alejandro Lo Celso

Nació en Córdoba, Argentina en 1970. Es diseñador gráfico egresado de la Escuela Aguas de la Cañada (Córdoba); cursó los tres niveles de la materia Tipografía en la Universidad de Buenos Aires en la cátedra de Rubén Fontana (1993-1995), de la cual asumiría la docencia del segundo nivel en 1996.

Se desempeñó como director de arte en diversos medios gráficos como los periódicos *Clarín* y *Perfil* y la revista *Trespuntos*.

Realizó dos posgrados en Europa: uno en Diseño de Tipografía en la Universidad de Reading en 2001 y el otro en el Atelier National de Recherche Typographique en Nancy, Francia al año siguiente.

Durante su estancia en Inglaterra creó Pampatype (2001), la primera fundición argentina, sitio en el cual difunde y comercializa sus propias tipografías además de ser uno de los referentes más importantes en el ámbito en América Latina. En el mismo año su tipografía Rayuela ganó el Bukva: raz! y en 2002 Borges ganó un premio Morisawa; en 2006 Rayuela y Chocolate 2.0 ganaron reconocimientos en el concurso del Type Director's Club de Nueva York.

Ha impartido conferencias en Argentina, Chile, Brasil, México y varias ciudades de Europa; fue codirector del Centro de Estudios Avanzados de Diseño en Puebla, México y en la maestría en Diseño Editorial de la Universidad Anáhuac.

Ha sido docente en Tipografía en la licenciatura de Diseño de Información Visual en la Universidad de las Américas Puebla, en la maestría en Tipografía del Centro Gestalt del puerto de Veracruz y ha sido profesor invitado de la Escuela de Bellas Artes en Toulouse.

Para el 2009 ha sido convocado como profesor invitado del posgrado en Tipografía por la Escuela Nacional Superior de Artes Decorativas (ENSAD) en Francia.

\* **Tipografías realizadas por Alejandro Lo Celso: Arlt, Arlt 7 lococ, Borges, Rayuela, Quijera, Garonne.**



FRAGMENTO DE ESPECÍMEN PRESIDENCIA.



FRAGMENTO DE ESPECÍMEN FONDO.

### 3.4.4 Gabriel Martínez Meave

Realizó sus estudios en la Universidad Iberoamericana en la carrera de Diseño Gráfico y se formó además como diseñador tipográfico, ilustrador y calígrafo.

En 1994 fundó Estudio Kimera en donde desarrolla proyectos de identidad corporativa, diseño editorial, ilustración y tipografía original; ha realizado proyectos especiales para clientes como el periódico *El Economista*, Banca Serfín, Design Center y Pearson Educación e ilustraciones para Camel, Corona, DIF Hidalgo, Fondo de Cultura Económica, Ediciones Castillo, Editorial Premiere, Kellogg's, Letras Libres, McGraw-Hill y Pearson entre otros.

Su trabajo ha sido reseñado en publicaciones como *tipoGráfica*, *Matiz*, *a! Diseño*, *How*, *Step*, *Communication Arts* y *Page*.

Ha ejercido como docente en la Universidad Anáhuac Norte y en la maestría de Diseño Tipográfico del Centro Gestalt en el puerto de Veracruz, además de impartir conferencias y cursos en México y en el extranjero. También es articulista en revistas nacionales e internacionales.

Ha ganado numerosos reconocimientos en diseño de tipografías: cuatro premios del Type Directors Club de Nueva York por Arcana y Mexica (2000), Basílica (Judge's Choice 2001), Darka (Judge's Choice 2006) y Presidencia (2008) y dos de la Association Typographique Internationale (ATypI) por Lagarto (Excellence in Type Design 2001) misma que fue seleccionada en la Bienal Letras Latinas 2001.

Es miembro de la ATypI, del Type Directors Club de Nueva York y del consejo editorial de la revista *typo*.

\*Tipografías realizadas por Gabriel Martínez: Arcana, Artifex, Aztlán, Basílica, Darka, Fulgora, Integra, Lagarto, Mexica, Neocodex, Nota, Organica, Puuc, Ronda, Solida, Presidencia, Economista, Ferra, IndioScript, Ironía, Pearson, SM Script, Sol, Vips Script.

### 3.4.5 Cristóbal Henestrosa

Nació en la Ciudad de México en 1979. Es licenciado en Comunicación Gráfica por la Escuela Nacional de Artes Plásticas UNAM, especialista en Producción Editorial por la Escuela de Diseño del Instituto de Bellas Artes y maestro en Diseño Tipográfico por el Centro de Estudios Gestalt.

En 2000 obtuvo el primer lugar en la Segunda Bienal Nacional de Diseño (INBA, CONACULTA, ENCUADRE) por su tesis de licenciatura *Espinosa: Rescate de una tipografía novohispana* que posteriormente fue publicado por Editorial Designio.

Se desempeñó como portadista y formador de interiores para libros en Fondo de Cultura Económica (2004-2007) y publicaciones periódicas principalmente culturales, entre ellas *Hoja por Hoja*. Suplemento de libros del cual ejerció el cargo de jefe de producción editorial después de trabajar un tiempo al lado de Marina Garone.



Ha trabajado para la Comisión Nacional del Libro de Texto Gratuito, la Facultad de Filosofía y Letras UNAM, Fomento Cultural Banamex y Contenidos Educativos Mexicanos en diversos proyectos editoriales.

En 2006 y 2007 desarrolló Fondo, la primera familia tipográfica mexicana institucional para el Fondo de Cultura Económica la cual además, en 2008, ganó el Certificado a la Excelencia por parte del Type Director's Club de Nueva York.

Ha sido docente de la Universidad Iberoamericana y Centro además de impartir talleres y diplomados de diseño editorial, tipográfico y digitalización de fuentes. Es miembro fundador del Círculo de Tipógrafos y miembro de la AtyPI.

\* **Tipografías realizadas por Cristóbal Henestrosa: Espinosa, Fondo y Guaca Rock.**

#### **3.4.6 Raúl Plancarte**

Nació en Mérida, Yucatán en 1980. Comenzó sus estudios en Diseño Gráfico en la Universidad del Mayab en Mérida y concluyó en Centro de Estudios GESTALT en el puerto de Veracruz. Es egresado de la maestría en Tipografía de la misma institución y posee un diplomado en Tipografía por CEADMEX, Puebla.

En 2002 obtuvo el primer lugar en el concurso interuniversitario nacional Día Mundial del Correo (SEPOMEX y Apple Computers) y mención honorífica en el Concurso Nacional de Cartel Invitemos a Leer organizado por CONACULTA.

Su tipografía Tauran fue una de las cuatro seleccionadas en la Bienal Letras Latinas 2006 y en 2007 obtuvo el primer lugar en la categoría de fuente tipográfica para texto en el premio a! Diseño.

Es miembro de la sociedad mexicana de tipografía "Círculo de Tipógrafos" y miembro de la Association Typographique Internationale (ATyPI).

\* **Tipografías realizadas por Raúl Plancarte: Tauran, Kukulcan.**

#### **3.4.7 David Kimura**

Cursó la licenciatura de Diseño Gráfico en la Universidad Iberoamericana. Ha tomado talleres con Robert Bringhurst, Peret, André Gütler y Cyrus Highsmith. De 1997 a 2000 estudió el Diploma en Comunicación Visual en la Escuela de Diseño y Arte de Basilea, Suiza. Ha desarrollado proyectos de identidad corporativa, diseño de letra, diseño de información, diseño editorial, cartel e ilustración. Fue socio fundador de los despachos de diseño Kimera y Bésame Mucho. Desde 2005 trabaja con Gabriela Varela en proyectos editoriales y de identidad corporativa. Su trabajo ha sido publicado en revistas de México, Argentina, Estados Unidos y Japón y ha colaborado en artículos para revistas en Suiza y México. Ha impartido diversos cursos y talleres. Es profesor de diseño de letra y tipografía en la Universidad Iberoamericana.

### 3.5 Comercialización, difusión y reconocimiento

La comercialización de fuentes ha tenido gran auge en los últimos tiempos, pues la tecnología puesta a disposición del público ha generado un gran universo virtual de fuentes circundantes, sin embargo el problema de la distribución de fuentes ilegales persiste y quizás con mayores estragos (ahora que internet es indispensable para cualquier tipo de relación ya sea meramente social o de negocios con todas sus implicaciones) aún cuando las grandes casas aboguen por la obtención de licencias (que además de proteger a los autores, otorgan al cliente el derecho de uso prácticamente ilimitado, precios y paquetes especiales para estudiantes, entre otros beneficios) y los diseñadores resguarden celosamente sus creaciones.

En este contexto América Latina ingresa al mercado internacional por medio de fundiciones independientes, la mayoría locales (como TCL de Chile, PampaType de Argentina o Kimera Type Foundry de México) para promover su trabajo.

#### 3.5.1 Fundidoras digitales (independientes)

América Latina se adentró en este ámbito en la década de los 90 por medio de fundidoras independientes, locales, que comenzaron a dar voces en el mercado internacional para el consumo de sus fuentes.

TABLA 2. FUNDIDORAS DIGITALES INDEPENDIENTES

País	Fundidora	Tipo de fuente	Creador (es)	Dirección	Distribución
Argentina	Pampatype	Texto	Alejandro Lo Celso	pampatype.com	FontShop / Veer
	Tipo	Texto/Título	Lentino & Muhafara	tipo.net.ar	My Fonts
	Sudtipos	Display	Alejandro Paul	sudtipos.com	Veer
	Emtype	Texto	Eduardo Manso	emtype.com	My Fonts
	LatinoType	Display	Hernández & Vergara	latinotype.com	LatinoType
	Type Together	Texto	Scaglione & Burian	typetogether.com	Type Together
Brasil	MisPrinted Type	Display	Eduardo Recife	misprintedtype.com	My Fonts
	JustinType	Display	Toni i Caio di Marco	justintype.com	Linotype
	Outras Fontes	Display	Esteves & Gomes	outrasfontes.com	My Fonts
Chile	Tipografia. Cl	Texto/Display	Gálvez & Ramírez	tipografia.cl	Tipografia.Cl
México	Kimera Type Foundry	Texto/Display	Gabriel Martínez Meave	kimeratype.com	Kimera Type Foundry

En esta tabla, podemos observar que la distribución de fuentes display predomina sobre la de texto, lo que confirma un panorama de experimentación latente aún en Latinoamérica aún cuando varias de éstas han sido distribuidas exitosamente en el mercado internacional; por otra parte, son pocas las fundidoras que comercializan sus propias creaciones, entre ellas Kimera Type Foundry y TipografíaCl.

La mayoría de estas fundidoras distribuye fuentes de los mismos creadores del sitio, sin embargo cabe mencionar de manera especial que PampaType es la excepción, pues además de poner al alcance del público las creaciones de Alejandro Lo Celso, permite conocer proyectos estudiantiles relevantes permitiendo ver mes con mes, el avance y la incursión de adeptos a las letras, fortaleciendo de este modo el mercado latinoamericano.

### 3.5.2 Bienal Letras Latinas / Tipos Latinos

El antecedente de la mencionada Bienal Letras Latinas (hoy Tipos Latinos) fue la exposición Letras Latinas 2001 que formó parte de la celebración del 15 aniversario de la revista *tipoGráfica*<sup>93</sup>.

En esa ocasión, ocho países fueron los participantes de las distintas categorías de fuentes propuestas por el jurado que posteriormente se expusieron en cuatro sedes alternas: Argentina, Brasil, Chile y México.

Los trabajos presentados en la exposición inicial mostraban un corpus heterogéneo; hacían especial hincapié en la necesidad de identificación y pertenencia, el interés por la gráfica y la cultura popular, y prestaban particular atención a la responsabilidad que implica el registro de escrituras nativas no consideradas por Europa y los Estados Unidos. Asimismo, Letras Latinas 2001 capitalizó necesidades de expansión teórico-prácticas que se extendieron a la apertura de foros y el desarrollo de conferencias para divulgar la actividad tipográfica<sup>94</sup>.

Para los estudiantes, este evento significó la apertura tangible de un nuevo campo en el diseño, si bien desde hacía un par de años los programas de diseño en las escuelas se habían modificado para darle un lugar especial a la tipografía, no había habido desde entonces, algo que aterrizara todas las inquietudes, la experiencia y el buen oficio de la tipografía en este lado del mundo.

Actualmente, con su tercera edición en puerta y bajo la denominación ya no de Bienal Letras Latinas (a petición de Rubén Fontana a propósito del retiro del mercado de la revista *tipoGráfica* que diera luz a la primera bienal), sino bajo la denominación de Tipos Latinos Bienal de Tipografía Latinoamericana, este evento reunió en 2008 a 10 países cuyo oficio se ha perfeccionado en el transcurso de ocho años desde el primer evento.

<sup>94</sup> *Idem*.



### 3.5.3 Premios internacionales

Hoy día, el arte de la escritura sigue dominado por una élite pequeñísima. Con todo, es a este grupo selecto a los que debemos agradecer los mejores tipos de impresión del presente. Sólo quienes se entregan con abnegación al antiguo arte de la escritura, de un modo activo o quizá sólo reflexivo, poseen las medidas válidas para determinar la calidad formal de la letra<sup>95</sup>.

Tschichold mencionó en 1960 la existencia de una élite pequeñísima de creadores de letras, hoy, casi 50 años después nos encontramos ante la misma situación en donde aún son pocos los dedicados a este oficio. Y es que al ser la tipografía un ámbito sumamente especializado del diseño, la mayoría de las veces pasa desapercibida en la conciencia pública; la tipografía forma parte indispensable de nuestro entorno, las letras nos rodean en espectaculares, libros, carteles, invitaciones, propaganda... de modo que damos por hecho su existencia común sin reparar en la concienzuda labor que la origina.

Por estos motivos, el gremio de tipógrafos que ejercen esta trascendental labor, con el tiempo, se han agrupado para dar a conocer y reconocer el trabajo de aquellos que, como dijera Tschichold, “se entregan con abnegación al antiguo arte de la escritura”<sup>96</sup> para crear formas escritas que no solamente faciliten la comunicación sino que hagan de esta, un elemento discursivo que trascienda el tiempo, por medio de asociaciones que por una parte, promueven dicha disciplina, y por otra, otorgan importantes premios a los creadores más destacados en esta disciplina.

La tradición tipográfica que respalda a Europa y Estados Unidos les ha otorgado un lugar privilegiado dentro del reconocimiento internacional, sin embargo, en los últimos diez años, los tipógrafos latinoamericanos se han colocado entre los mejores del mundo, mostrando una excelente calidad tipográfica merecedora de varios premios entre los que destacan:

**Type Directors Club (TDC).** Reconocida organización internacional para gente devota a la excelencia de la tipografía cuya misión es otorgar estándares en tipografía y campos relacionados con las artes gráficas.

Fundada en 1949, TDC convoca a un concurso anual de tipografía en donde a elección del jurado se determinan los mejores trabajos; éstos se presentan en una lista en orden alfabético (sin asignación de calificaciones o primeros lugares) en *The Annual of the Type Directors Club* a finales del año en curso.

**Association Typographique Internationale (ATypI).** La asociación de tipógrafos más importante a nivel internacional cuyos objetivos son: fomentar la comunicación, in-

<sup>95</sup> TSCHICHOLD, JAN. *El abecé de la buena tipografía*. Valencia, Camp-  
gràfic. 2002, pp. 44

<sup>96</sup> *Idem*.

formación y acción entre la comunidad tipográfica internacional, promover fuentes digitales contemporáneas y premiar las creaciones más sobresalientes del mundo. ATypI otorga el premio *Bukva:raz!*<sup>97</sup> cada cinco años y ocasionalmente, el premio *Charles Peignot*<sup>98</sup> a la excelencia en tipografía a diseñadores menores de 35 años, quienes hagan una contribución importante.

**Morisawa Inc.** Creada en 1924 por Nobuo Morisawa a partir de su patente de la primera máquina fototipográfica (1948) y establecida en Tokio en 1969, cada tres años, desde 1984, esta compañía lleva a cabo la *International Typeface Competition* un concurso de tipografías de todo el mundo en donde se otorgan tres primeros lugares: oro, plata y bronce.

TABLA 3. RECONOCIMIENTOS INTERNACIONALES A TIPÓGRAFOS LATINOAMERICANOS

AÑO	AUTOR	TIPOGRAFÍA	CONVOCA	PREMIO
2000	Gabriel Martínez Meave	Mexica Arcana	Type Director's Club	Reconocimiento
	Rubén Fontana	Fontana		Certificado a la excelencia
2001	Rubén Fontana	Fontana	Association Typographique Internationale (ATypI)	Bukva:raz!
	Alejandro Lo Celso	Rayuela		
	Gabriel Martínez Meave	Arcana		
2002	Francisco Gálvez	Australis	Morisawa Inc	Golden Prize
	Alejandro Lo Celso	Borges		
2004	Eduardo Manso	Argot	Type Director's Club	Reconocimiento
	Scaglione & Burian	Maiola		
2006	Alejandro Lo Celso	Rayuela Chocolate 2.0	Type Director's Club	Reconocimiento
	Eduardo Manso	Relato Sans		
2007	Eduardo Manso	Lorena Serif	Type Director's Club	
2008	Gabriel Martínez Meave	Presidencia	Type Director's Club	Reconocimiento
	Cristóbal Henestrosa	Fondo		Certificado a la excelencia

<sup>97</sup> Cuyo significado en ruso significa: letra número 1!

<sup>98</sup> Fundador de ATypI y presidente de la asociación en el período de 1957-1973.

Además existen a nivel internacional concursos locales que han otorgado reconocimientos a algunas creaciones latinoamericanas como la Creative Review Typeface Competition de la revista *Creative Review*<sup>99</sup> que en 2005 otorgó un reconocimiento a Arlt de Alejandro Lo Celso y Maiola de José Scaglione y Verónica Burian; la Linotype Library International Type Design Contest que en su cuarta edición en 2003 otorgó el primer premio en la categoría de texto a Argot de Eduardo Manso; la European-wide-ED-Awards Competition que otorgó en 2007 una mención honorífica a TT Carmina de José Scaglione y Verónica Burian, entre otras organizaciones que se encargan de difundir la tipografía internacional.

<sup>99</sup> Revista londinense líder mundial en comunicación visual; abarca temas de diseño gráfico, tipografía, ilustración y fotografía entre otros. <http://www.creativereview.co.uk/crblog/>



—La capacidad, la fantasía suficiente y el buen gusto se muestran  
en cuanto un trabajo es distinto de la media.—

TSCHICHOLD

LA TIPOGRAFÍA EN AMÉRICA LATINA HA RECORRIDO APENAS VEINTE AÑOS DE VIDA. El *boom* ocurrido en la década de los 90 y el ánimo creador de jóvenes diseñadores y estudiantes ha generado, año tras año, una mayor conciencia de la importancia de las letras en el Diseño. La democratización de la tecnología, la inquietud por explorar las nuevas herramientas y el impulso de varios amantes de las letras, dieron a la tipografía la fuerza necesaria para impactar un continente y colocarse, hoy en día, entre los más experimentados del mundo. Causa asombro cómo América Latina se puso a tono, pues hace diez años parecía haber un rezago importante con respecto a la producción de Europa y Norteamérica<sup>100</sup>.

Y es que aquello que pareció un *boom* tipográfico en Latinoamérica hace dos décadas, hoy puede identificarse como el origen de la tipografía digital latinoamericana, ya que en ese momento, con la tecnología al alcance de todos, varios comenzaron a explorar el terreno de las fuentes digitales. Si bien hubo muchos que incursionaron en el diseño display, hubo pocos diseñadores que incursionaron en el de texto y sin embargo, fueron éstos últimos los impulsores de la disciplina en las universidades (y posteriormente en el continente) y los primeros cuyas creaciones fueron reconocidas internacionalmente.

Las tipografías de texto han desempeñado un papel importante a lo largo de la historia, en ellas se ha forjado el oficio, la disciplina de la letra; al poseer una función tan específica, poseen en sí mismas un carácter único, visible en la minuciosidad y el cuidado de sus detalles enfocados a satisfacer la necesidad para la que son creadas, la lectura. Asimismo, son voceras de la época en la que son diseñadas, ya sea por sus rasgos distintivos visibles en sus terminaciones (con remate clásico, filiforme, cuadrangular, etc. o sin remate), el peso de sus caracteres, la composición que generan e incluso por detalles técnicos pensados desde el inicio de su creación para cumplir con fines específicos<sup>101</sup>.

<sup>100</sup> Entrevista realizada a Rubén Fontana. Junio 2008.

<sup>101</sup> Tal es el caso de Bell Gothic cuyos caracteres presentan en sus ángulos, trampas de tinta que permiten que ésta sea absorbida sin deformar los rasgos característicos de la fuente. Esta fuente fue diseñada por Chauncey H. Griffith en 1938 en la Mergenthaler Linotype Company. La fuente fue comisionada por AT&T como propietario de la misma para su uso en directorios telefónicos.

En este ámbito, los diseñadores latinoamericanos han puesto todo su esmero y con ello han avivado el espíritu de un oficio ancestral del cual no existen precedentes ante la llegada de la época digital. El atraso en el conocimiento y práctica de esta disciplina con respecto a Europa y Norteamérica se ha visto subsanado en poco tiempo, pues la calidad de la tipografía hecha en esta parte del mundo ha demostrado estar al nivel de los más experimentados. “Hemos dado los primeros pasos en el sentido de añadir nuevas voces al mundo y el mundo está esperando escucharlas con el mismo entusiasmo con el que nosotros nos lanzamos a producirlas...”<sup>102</sup>

En palabras de algunos expertos, el panorama de la tipografía latinoamericana es estimulante y se encuentra en un proceso de madurez pujante cuyo objetivo es consolidar una tradición tipográfica de calidad para las generaciones venideras y frente al mundo. En cuanto a las fuentes para texto, han sido éstas punta de lanza en el desarrollo tipográfico de América Latina, pues el oficio que las respalda ha permitido su reconocimiento internacional entre los países con mayor tradición y con ello, ha despertado el interés de los diseñadores que aún se encontraban experimentando con la tipografía de un modo informal; esto a su vez, ha derivado en una generación de mejores propuestas de fuentes de display con una calidad equiparable a la de cualquier fuente de texto, pues el oficio y la disciplina se han hecho presentes gracias a la enseñanza de la disciplina de las primeras formas tipográficas.

Hoy, América Latina frente al mundo, y como en muchas otras áreas de su historia, se encuentra en el camino a consolidar su identidad, una identidad forjada en la unidad de quienes la promueven, la trabajan y la aman, y en una constante de madurez y calidad de sus productos, a fin de permanecer y dejar huella en la historia de la tipografía mundial.

Por ello y con el entusiasmo de que así sea, esta investigación abre el camino de la documentación formal del recorrido de la tipografía latinoamericana; si bien, dicho recorrido se había documentado poco en revistas y folletos conmemorativos, hasta hoy no había existido una investigación que reuniera la información de lo acontecido en los últimos veinte años.

Esta obra pretende ser una útil contribución a estudiantes y profesores interesados en profundizar en el conocimiento de esta disciplina y asimismo, contribuir a la consolidación de la cultura tipográfica en nuestro país y en el resto de Latinoamérica.

<sup>102</sup> Alejandro Lo Celso en entrevista, 25 de abril de 2008.

*Apéndice*  
Entrevistas con los expertos.

# Fontana

ENTREVISTA CON RUBÉN FONTANA VÍA INTERNET, REALIZADA EN JUNIO DE 2008.

## 1. De acuerdo con tu experiencia en el diseño de fuentes ¿cuál es la diferencia en el diseño y la creación de una fuente de texto y una de display?

Son las necesidades de uso las que determinan las clasificaciones. Una tipografía display normalmente se diseña para ser utilizada en cuerpos medianos o grandes y para uso de unas pocas palabras con una visualidad muy expresiva.

Una tipografía de texto puede funcionar en cuerpos, desde muy pequeños hasta otros muy grandes, es decir que la tipografía de texto necesita tener alto rango de uso y cumplir su tarea sin saturar al lector, pasando casi desapercibida.

Luego se pueden considerar otras características que tienen que ver con la forma de la letra en relación al uso y las costumbres y que también juegan un rol en las decisiones del diseño de una fuente.

## 2. Has diseñado ya tres tipografías de texto (Fontana, Andralis y Chaco) cada una con una personalidad distinta, sin embargo ¿qué elementos tomas en cuenta para diseñar una tipografía de texto?

La Fontana fue diseñada para cubrir las necesidades de la revista *tipoGráfica*, que tenía aplicaciones muy concretas: títulos, destacados, epígrafes, textos, notas, citas, copetes, publicidad, etc. Digamos que es una tipografía pensada para cubrir los más variados problemas de la puesta en página. Por ello es que se pensó con tantas alternativas (30).

Andralis en cambio es más reducida en sus variables. Su utilidad fue pensada para lo que se llama «texto de lectura», libros, publicaciones institucionales, revistas de texto, etc.

La Chaco nació originalmente para resolver los problemas de lectura en señales de tránsito, a distancia y en movimiento.

De todas maneras una vez que la fuente sale al mercado, los diseñadores que la utilizan van decidiendo en parte su destino y uno se encuentra con que la tipografía de señales también funciona para la lectura de noticias en la pantalla de TV o en textos pequeños.

3. Desde hace poco más de diez años has estado inmerso en el ámbito de la tipografía tanto en la enseñanza como en la producción y hoy eres un referente importante en Latinoamérica, ¿qué nos puedes decir de la producción actual de tipografías en Argentina con respecto a hace cinco años?

En América los resultados se cuentan con medidas de tiempo diferentes que en Europa o Estados Unidos. La velocidad con que Latinoamérica se puso a tono con el diseño de tipografías causa asombro.

En ese marco y haciendo una síntesis muy grande, la tipografía Argentina en los últimos 5 años se ha profesionalizado, y la oferta de fuentes por su variedad y calidad está en condiciones de competir en cualquier mercado.

4. ¿Cómo ves el panorama de la tipografía latinoamericana?

Lo sigo y analizo con entusiasmo, en América hace 20 años la tipografía era tema de unos pocos iniciados y en este momento sin decir que es masiva, la participación de diseñadores jóvenes genera expectativas y esperanzas. Creo que Latinoamérica tiene historias para contar en cuestiones tipográficas.

5. Fontana ND fue la primera fuente en comercializarse y llegar al mercado internacional ¿crees que una fuente de texto con reconocimiento internacional puede impulsar el desarrollo tipográfico de un país en América Latina?

Cada diseñador abre caminos con su quehacer, cualquiera que se vuelque a la disciplina del diseño tipográfico, si actúa de manera seria y responsable, su trabajo tendrá trascendencia y servirá como base o plataforma para otros trabajos.



# Lo Celso

ENTREVISTA CON ALEJANDRO LO CELSO REALIZADA EL 25 DE ABRIL DE 2008.

**1. Pampatype es un referente de buena tipografía en México, por su contenido en cuanto a lo que has desarrollado en otras partes del mundo y el idioma en el que se presenta intuyo que va dirigido al mercado internacional, sin embargo ¿cómo ha sido acogido en Argentina?**

Los compradores de fuentes provienen de un mundo internacional en el que el inglés es el idioma, todavía no hay compradores de fuentes asiduos en América Latina ni en España ni en países de habla hispana, razón por la cual priorizamos el inglés aunque no nos guste. Respecto a cómo ha sido acogido en Argentina, no lo sé, cuando voy para allá tengo una relación muy buena profesionalmente en general con el ambiente de la tipografía y del diseño pero repito, los argentinos no son compradores ejemplares de fuentes como tampoco lo son el resto de los latinoamericanos.

**2. Tomando en cuenta la forma en que describes Arlt: buena legibilidad, refinamiento y un toque de expresionismo, ¿qué elementos tomas en cuenta para diseñar una tipografía?**

En el caso de Arlt concretamente, tiene que ver un poco con el Barroco por un lado, estilísticamente con el expresionismo, aunado a la posibilidad de hacer una letra que se sienta contemporánea. Se trata de una forma que sea satisfactoria tanto en cuerpos chicos, como en cuerpos grandes, que se pueda utilizar en tecnología OpenType con alternativas de signos, ligaduras, con distintos sets de números, y que abastezca las necesidades actuales de diseño tipográfico, sin que deje de haber un determinado estilo personal. En cuanto a Pampatype, existe cierta obsesión con la literatura, le dedicamos una letra a Cortazar, otra a Borges y ahora yo quería dedicarle una letra a Roberto Arlt que es un escritor que me gusta mucho. Hay una larga lista de escritores en espera, no necesariamente argentinos. Todos tenemos alguna obsesión o algún interés personal y tratamos de canalizar lo que hacemos; pienso que las decisiones obedecen a obsesiones y caprichos que uno

busca relacionar con las cosas que le interesan, más que a razonamientos lisos, llanos, directos, lógicos y sensatos. Hay mucho de “caprichismo” en esto, eso es algo que me gusta, a cualquier diseñador de tipografías le gusta poder expresarse a través de la tipografía que muchas veces en el diseño es difícil, porque está el cliente de por medio y las necesidades o limitantes de un producto en particular.

### 3. Con tu nuevo proyecto de “7 locos” pasaste de lo formal a lo experimental, de acuerdo con esta experiencia ¿cuál es la diferencia entre diseñar una tipografía de texto y una display?

Para mí, experimental lo abarca todo; experimentar es, aunque el resultado no lo parezca, un proceso de búsqueda. 7 locos es un capricho, estaba un poco cansado de mí mismo, entonces quise “tirar todo a la fregada”, pero con cierto orden, para que el resultado quedara “bonito” y que se transformara en una tipografía que se pudiera utilizar. La interrogante es si 7 locos sirve para texto o para display; a mí me gustaría ver qué pasa, se supone que son letras que si son utilizadas en cuerpos chicos se pueden leer bien, aunque no se ocuparán para componer textos formalmente. Las grandes diferencias entre una tipografía para texto y una tipografía de display, radica en que en las tipografías de texto el destino está en cuerpos chicos, por lo tanto encontramos legibilidad y resistencia a la erosión; alguien puede imprimir la letra en baja resolución, en láser y después fotocopiarla, posteriormente alguien puede escanear la fotocopia, y aun poderse seguir leyendo; mientras que en display la legibilidad no es una prioridad, sino la elegancia, la prestancia, el ropaje, el tono, pues en un cuerpo 72 o 300 ya no lees palabras, sino reconocimiento de signos; entonces, una vez que se lee el texto, el encabezado de un periódico por ejemplo, encontramos un proceso de absorción de forma que no ocurre al nivel de la tipografía en cuerpos pequeños, en donde ves lamparazos de imagen y palabra. De ahí que es clara la diferencia, el desafío es hacer una letra que tenga una versión en cuerpos grandes y una versión en cuerpos chicos que siga siendo la misma letra.

En cuanto a diseño, es más difícil hacerlo para texto, lo que no significa que sea más fácil diseñar para título. Es difícil resolver las cuestiones intrincadas de la legibilidad en cuerpos chicos, pero una vez que lo resuelves es igualmente difícil trazar las curvas y dejarlo impecable, sea una letra para cuerpos chicos o sea una letra para cuerpos grandes; en display se nota más todo, es decir que un diseñador que tenga la capacidad de hacer una forma elegante, destacará más en cuerpos grandes que en cuerpos chicos, pero un diseñador que no tenga ese talento destacará más en cuerpos chicos que en cuerpos grandes.

#### 4. ¿Cómo ves el panorama de la tipografía latinoamericana?

Es muy estimulante, porque se han producido desde hace algunos años, focos de interés, fuegos que van creciendo y en algunos casos se transforman en fogatas. Percibo un entusiasmo naciente y pujante en relación con la posibilidad, no necesidad, para no correr riesgos, de aportar voces, nuevas ideas, nuevas formas a un escenario internacional y globalizado donde hay un consumo de formas tipográficas en el ámbito del diseño en particular. Sin embargo, esto no es algo exclusivo de América Latina, sucede también en países donde incluso no compartimos el mismo sistema de escritura, en realidad todo el mundo puede hacer autoedición en su casa, escribir una novela, diseñar la tipografía con la que la va a componer, componer la novela y hasta imprimirla y distribuirla. Chile, Brasil, Argentina, México son países que en ese sentido han liderado, han organizado revistas, concursos, foros, seminarios, diplomados, etc. Están por comenzar postgrados, uno en la Universidad de Buenos Aires y otro en la universidad de Sao Paulo, existe la maestría de Diseño Tipográfico en Chile que ya tiene varios años y de la cual fueron pioneros. También tenemos la Maestría de Diseño Tipográfico de la Gestalt, aquí en Veracruz. Seguramente hay interés en otros países de los que todavía no tenemos información, pero sin duda las novedades irán en aumento.

#### 5. El trabajo que has realizado forma parte importante del acervo de la tipografía latinoamericana, tanto por la calidad que posee como por la conexión tan directa que tiene con la literatura ¿crees que una fuente de texto con reconocimiento internacional puede impulsar el desarrollo tipográfico de los países en América Latina?

No, me parece un poco exagerado, me parece mejor pensar que el esfuerzo individual de varios diseñadores de la región ha hecho que otros diseñadores cercanos a ellos, sientan que pueden hacer algo similar. Siempre ha existido este tipo de “necesidad latinoamericana” de que los demás depositen en nosotros un reconocimiento, que nos coloque en una situación de igualdad. Pienso que el entusiasmo proviene del hecho de que ahora todo el mundo se siente en un marco de igualdad tecnológica; sin embargo debemos contextualizar lo que está sucediendo en América Latina, no hay que lanzarse a la fiebre de que esto es una revolución, o que Latinoamérica ya tiene una tradición tipográfica. Hemos dado los primeros pasos en el sentido de añadir nuevas voces al mundo, el mundo está esperando escuchar esas voces, con el mismo entusiasmo con el que nosotros nos lanzamos a producirlas. Lo que está pasando es que entre Chile, Argentina, Brasil, México, y un poquito el resto de los países se está produciendo una cohesión regional, lo que es más importante que el diseño de la tipografía.

# Gálvez

ENTREVISTA CON FRANCISCO GÁLVEZ VÍA INTERNET, REALIZADA EN JUNIO DE 2008.

1. Eres uno de los pioneros de la tipografía chilena y has diseñado tanto fuentes de texto como de display, de acuerdo con tu experiencia ¿cuál es la diferencia en el diseño y la creación de una fuente de texto y una de display?

La diferencia entre diseñar una fuente de texto y una de display consiste en que la fuente de texto tiene más limitaciones para intervenir la estructura de las letras que la de display. La fuente display permite esa flexibilidad, debido a que su fin es captar el interés visual tanto como que permita leerse; provoca la sensación de que es más fácil de hacer, incluso cuando se trata de una forma que permita la libertad de proporciones y tamaños como una fuente que imite la escritura informal de cualquier persona. Sin embargo, ambas requieren de un trabajo de equilibrio de formas, de proporciones, de correcciones ópticas y espaciado armónico que otorguen gracia al diseño. Debido a esto, y según el caso, una fuente display puede llegar a ser mucho más complicada de hacer que una fuente de texto. Otro punto de diferencia radica en que una fuente display no requiere disponer de todos los signos para la escritura, especialmente aquéllos que se usan de manera editorial (signo de párrafo, sección, Derechos de copia o Copyright, guiones ene y eme, punto y coma, etcétera). Una fuente de texto debe poseer todos los signos para la escritura.

2. Tanto Elemental como Australis son tipografías que visten al texto de manera excepcional, sin embargo ambas poseen una personalidad única, ya sea por el minucioso diseño de los signos o por la mancha tipográfica que generan, por lo tanto ¿qué elementos tomas en cuenta para diseñar una tipografía de texto?

La paradoja del diseño de una fuente para texto estriba en que no se noten cambios dramáticos en la estructura de las letras para que no se entorpezca la lectura. El diseño no se enfoca a proponer una forma de letra «novedosa», es una idea que cuesta bastante asumir, pues uno hace un trabajo y espera que el resto lo note y lo valore: aquí el ideal es que «la mayoría» no note el diseño. Entonces viene la pregunta ¿y para que diseñar entonces una? y esto es clave en el diseño de fuentes para texto, pues la atención y energías del trabajo deben estar enfocados a resolver los problemas que acarrea

la forma que toman los discursos escritos: prosa, noticias, poesía, instrucciones, listados, tablas, avisos, etcétera. Dicho esto, el diseño se orienta al funcionamiento detallado de los signos para hacer eficaz tanto la escritura, como la comodidad de su lectura, pues nos referimos a leer textos continuos.

Es el contexto de uso el que reduce y provoca menos incertidumbre a la hora de hacer un diseño: ¿números modernos o antiguos? ¿números proporcionales o tabulares? ¿índices y subíndices o numeradores y denominadores? ¿minúsculas grandes o pequeñas? (...) Los grandes diseños de fuentes abarcan un amplio espectro de aplicaciones para dar forma a los discursos, pero nunca a todos ellos. Eso es muy bueno porque es tarea del tipógrafo la de tomar la decisión de la fuente adecuada al contexto.

**3. Se conoce que Chile posee una tradición tipográfica no muy vasta y que ha sido influenciada por extranjeros, sin embargo en los últimos años ha habido una producción significativa de fuentes que buscan rescatar la identidad nacional ¿qué nos puedes decir de la producción actual de tipografías en Chile con respecto a hace cinco años?**

En Chile existió una tradición tipográfica que fue posible por una influencia extranjera. El caso más emblemático ha sido el de Mauricio Amster. Esta tradición se perdió al masificarse el uso de las computadoras. Ahora es muy difícil hablar de una tradición tipográfica en esta región, en un sentido purista, debido a la fuerte diversidad de influencias que ha permitido internet. En Chile ha crecido de una manera inesperada el interés por producir fuentes tipográficas, teniendo como referencia que somos un país con pocos habitantes (16 millones). Si tengo que comparar la situación actual con la del año 2000, en ese año habíamos muy pocos diseñando fuentes; creo que los logros y resultados que generaron el Diploma en tipografía realizado en 2002 y 2003 (la invitación a charlas abiertas de connotados diseñadores de tipos) y los cursos de diseño de tipos en pregrado, hechos por colegas en distintas universidades, motivaron a muchos otros chicos a consultar sobre cómo podían producir sus propias fuentes. bienales han sido un indicador importante para evaluar el nivel de producción y calidad de los trabajos, aunque ignoramos si hay más gente que esté trabajando de manera independiente y no haya participado. Es evidente que la producción de diseños ha crecido rápidamente, pero esto no nos permite hacer un balance o tener algunas lecturas de qué es lo que está pasando ahora, podría ser una moda o algo que podría mantenerse constante en el tiempo o seguir aumentando, pero no imagino que se esto se vaya a acabar.

#### 4. ¿Cómo ves el panorama de la tipografía latinoamericana?

Las bienales son nuestro gran indicador para saber lo que se está haciendo en otros países, así como los sitios en la red que exhiben o comentan sus trabajos. La lectura de estos indicadores nos muestra un auspicioso desarrollo; hemos recuperado «el tiempo perdido» en relación con los países del norte. Si miramos la primera bienal participaron 4 países, en la segunda aumentó a 8 y en la última se mandaron trabajos de 11 países. Es notable el interés y espero ver que pronto se sumen los países que faltan en Latinoamérica.

Creo que estamos dando un gran paso y esto no tiene vuelta atrás, la importancia de hacer las bienales es demostrar que podemos tomar nuestro propio rumbo en este tema. De hecho en los países que tienen una gran tradición en el diseño de tipos, están notando cómo estamos tomando este rumbo, lo que demuestra una independencia. Ahora debemos madurar este entusiasmo, difundir este conocimiento para que otros hagan mejores proyectos y se mantenga una relación fuerte en la región.

#### 5. ¿Crees que una fuente de texto con reconocimiento internacional (como Australis que ganó el Golden Prize Morisawa 2002) puede impulsar el desarrollo tipográfico de un país en América Latina?

En Chile este concurso era absolutamente desconocido. Antes de ganar el premio, nosotros ya estábamos haciendo fuentes. Lo que no puedo dejar de reconocer es que el premio validó lo que se estaba haciendo. Mucha gente que estaba a mi alrededor y conocía mi trabajo, lo sintió también como algo suyo o por lo menos eso sentí. Todos sabíamos lo precario que era nuestro conocimiento del tema y ganar un concurso de esas características, en Japón, país con una cultura muy profunda en relación a los signos y la escritura, fue un gran apoyo para decir sí, está bien cómo lo están haciendo. El impulso lo hemos dado con mis colegas que con un dominio muy básico del tema nos aventuramos a desarrollar fuentes y enseñar a partir de nuestras experiencias, con todos los problemas que eso conlleva.

Habitualmente uno puede tener sus objeciones respecto a los concursos, pero éste fue particularmente especial.

# Meave<sup>2</sup>

ENTREVISTA CON GABRIEL MARTÍNEZ MEAVE REALIZADA EL 26 DE ABRIL DE 2008.

1. Eres uno de los principales exponentes de la tipografía en nuestro país, conociendo la versatilidad de tu trabajo en tanto que diseñas fuentes de texto y de display, ambas con una calidad impecable, ¿cuál es la diferencia en la creación de una y otra?

Para mí a lo mejor no es tan clara esa diferencia de texto y de display, nunca diseño pensando en texto o display. Sí hay letras que se prestan más a texto y otras que se prestan más a títulos o display; más bien se me ocurren ideas, por ejemplo: trabajar con terminales en ángulo o trabajar con piezas prefabricadas que armen letras, o trabajar con algo caligráfico, etcétera; si de ahí surgen fuentes de texto o para display, eso viene después, en un principio eso no me preocupa.

Se ha llegado a pensar que las fuentes de texto son las que hacen los tipógrafos expertos y las de display las que hacen los tipógrafos novatos, aunque no debería ser así pues hay tipografías de display geniales. Las de Paul son impresionantes, Quique Ollervides hace display hermoso, impresionante, y yo no lo considero para nada inferior al texto; y también hay fuentes para texto que funcionan, componen bien, uno podría hacer un libro con ellas, son muy legibles, muy claras y ya, pero no saben a nada, se puede ser muy insípido con la fuente de texto, sí son fuentes que se les admira su gran trabajo, la legibilidad, la claridad pero no dicen gran cosa. Las fuentes de display son divertidas, a mí en lo particular, no me gusta categorizar ni distinguir demasiado, porque una buena fuente de texto la puedes usar como display, y también hay fuentes que llamaríamos de display a las que si uno las compone en texto pueden dar algo muy interesante.

2. Stanley Morrison dijo “que la novedad sólo la noten los iniciados” sin embargo, no sólo un iniciado notaría que Integra y Orgánica son tipografías fascinantes pero notablemente diferentes al resto de las fuentes de texto hechas en América Latina por lo tanto ¿qué elementos tomas en cuenta para diseñar una tipografía de texto?

De entrada comienzo por no seguir lo que dice Stanley Morrison pues aborda cuestiones muy dogmáticas y desgraciadamente eso se ha colado en la tipografía; estoy de acuerdo en que hay modificaciones muy pequeñas y en los detalles muy delicados

está la innovación aunque no siempre. A fin de cuentas el usuario no está obligado a saber eso y es válido el punto de vista del diseñador que le interesa algo visualmente aunque no esté iniciado. En Orgánica no busco la diferencia por sí misma, sino que encuentro detalles que a me llaman la atención, por ejemplo la idea de un patín acampanado, la idea de un fuste recto y más curvo, más sexy, más orgánico; me interesa explorar esas ideas más que limitarme por lo que dijo Bodoni o Frutiger o quien sea.

### 3. ¿Cómo ves el panorama de la tipografía latinoamericana?

Lo veo muy activo, estoy impresionado; lo que vimos por ejemplo en la exposición de Tipos Latinos, ha subido el nivel de calidad tremendamente. Hay mucha cantidad, lo que no siempre cantidad equivale a calidad, pero actualmente hay mucha calidad y cantidad; existe mucha producción de muy buena calidad en Chile, Argentina, Brasil, México...

A México durante algunos años lo sentí muy rezagado con respecto a Argentina y Chile porque ellos tienen cierta ventaja, pues la literatura, la lectura, están más presentes en su cultura. Por mucho tiempo en México el hacer tipografía estaba muy ligado a títulos, a display, a fuentes experimentales; en los últimos dos o tres años se han creado muy buenas fuentes de texto mexicanas y eso significa que el diseñador mexicano se está interesando, más allá que en un efecto impactante visual, en cuestiones más refinadas: cómo se ve una mancha de texto, cómo se va a ver en tal medio de impresión, etc.

### 4. Una vez más quedaste seleccionado en el concurso del Type Directors Club, poniendo en alto el nombre de México y de Latinoamérica con una fuente de texto, ¿crees que una fuente de texto con reconocimiento internacional puede impulsar el desarrollo tipográfico de los países en América Latina?

Claro que sí, en cierta forma son buenos esos reconocimientos pues atraen la atención; crean cierto ruido acerca de una actividad muy especializada, como la tipografía, en el público en general. Ahora, no creo que debamos estar esperando que los norteamericanos, los ingleses, los franceses o los alemanes nos den premios, es bonito que den premios, pero no porque a alguien le dan un premio en Nueva York eso ya lo certifica como bueno; no debemos precisamente depender de eso y sí creo que a veces puede deslumbrar mucho pero es muy importante que como latinoamericanos, como mexicanos, sepamos que podemos hacer trabajos de primera que puedan estar en nuestras escuelas, nuestras industrias, independientemente de que lo reconozcan o no afuera.



# Henestrosa

ENTREVISTA CON CRISTÓBAL HENESTROSA REALIZADA EL 24 DE ABRIL DE 2008.

## 1. De acuerdo con tu experiencia en el diseño de fuentes, ¿cuál es la diferencia entre una fuente de texto y una display?

Una fuente de texto sirve para componer mucha cantidad de texto, una novela, un libro y sin que te canse; una de display, no lo puede hacer, una de display se utiliza para un título, para un texto mucho más corto, tiene más impacto; en algún momento podría ocuparse para textos cortos y la noción de esta puede cambiar de modo que ambas puedan invertir sus papeles.

El display por lo regular requiere menos esfuerzo, las fuentes de texto son más sabrosas y más laboriosas pero en general las de display, en tanto que se van a ocupar para frases cortas requieren menos trabajo pues habrán menos combinaciones de palabras, menos caracteres; no necesito un set demasiado amplio, cursivas, negritas u otras variantes. Sí es difícil hacer una fuente de display bien hecha, pero estos factores hacen que me lleve menos tiempo, en cambio la fuente de texto por lo menos lleva una cursiva y si me quiero ver más exquisito una versalita, una negrita, negrita cursiva y eso ya te lleva muchas más horas.

## 2. Siendo tú un joven diseñador, profesor y egresado de la Maestría en Tipografía, ¿qué piensas sobre la enseñanza de la tipografía en México?

Pienso que es un tema que a los jóvenes les parece un poco árido, ppues están más clavados en la imagen (fotografía, logotipos, ilustración) y dejan de lado la tipografía: como el texto aburrido, la textura gris que hay que meter en una página. Como profesor, pienso que se debe neutralizar esa postura porque es más importante que la imagen; se están tomando acciones en México, la Maestría es una de ellas, en la ENAP, en la Ibero, en la UIC se organizan eventos relacionados con la tipografía, la Bienal misma...

## 3. ¿Cómo ves el panorama de la tipografía latinoamericana?

Pienso que esta creciendo bastante, hay mucha gente que está logrando cosas importantes; en particular, este año le fue muy bien a México que tuvo dos seleccionados y Argentina que también tuvo uno en el TDC de Nueva York.

La calidad de las fuentes que se han estado produciendo en México es muy buena, hay de todo, pero si comparas lo que se logró en 2004 con 2008 hay un asunto que está creciendo, ya hay algunos que están viviendo de hacer tipografía (lo que antes no se podía).

#### 4. ¿Crees que una fuente de texto con reconocimiento internacional puede impulsar el desarrollo tipográfico de los países en América Latina?

Sí, pues puede servir como punta de lanza, como ejemplo para que otras personas lo hagan y por otro lado manda reflectores a ese lugar. En los foros y en Internet la gente se sorprendía de que hubiera dos diseños mexicanos y uno argentino porque se daban cuenta de que había algo en Latinoamérica y fue relevante además porque los dos mexicanos fueron trabajos comisionados de instituciones importantes. No es la primera vez que pasa esto, en 2005 México ganó también en el Type Directors con dos trabajos seleccionados, Gabriel Martínez Meave ya ha ganado en cinco ocasiones. Puede también servir como ejemplo de calidad, como un estándar internacional. Sin embargo no es tan fácil o rápido como hacer un cartel o una ilustración que sacas en una tarde, se trata de un trabajo de muchos meses, por lo que no sé si ese impulso inicial sea suficiente como para mantenerse en la carrera, aunque al menos, sí te da la intención y la motivación.

Aunque algo que llama la atención y emociona más que el premio, es cuando ves una fuente, como Arlt, que es una buena fuente que no tiene ningún premio y no importa, pues está muy bien hecha, entonces más que los reconocimientos externos importa la percepción del lector, de la gente que la ve y es impulsada a crear. Ganar un premio es un plus pero es mejor que el diseñador o aspirante vea algo que le llame la atención, un modelo a imitar.

1. BAINES & HASLAM. *Tipografía. Función, forma y diseño*. Gustavo Gili, Barcelona. 2000.
2. BALIUS, ANDREU. *Type at work. Usos de la tipografía en el diseño editorial*. Barcelona, Index Book. 2003, 219 pp.
3. BARNES, HARRY. *Historia de la economía del mundo occidental*. Mexico, Unión Tipográfica Editorial Hispanoamericana, 1978.
4. BARRACLOUGH, GEOFFREY. *Introducción a la Historia Contemporánea*. España, Gredos. 1976.
5. BLACKWELL, LEWIS. *Tipografía del Siglo XX*. México, Gustavo Gili, 1993, 256pp.
6. BRAJNOVIC, LUKA. *Tecnología de la información*, Tercera edición, Pamplona, Eunsa. 1979.
7. CASTRO SANZ, CARLOS. *La reconversión tecnológica y empresarial en un periódico consolidado: el caso de La Vanguardia*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona, 2002.  
<[http://www.tesisenxarxa.net/TESIS\\_UAB/AVAILABLE/TDX-0218103-190320//ccs11de16.pdf](http://www.tesisenxarxa.net/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-0218103-190320//ccs11de16.pdf)>
8. *DX Revista. Estudio y experimentación del diseño*. Edición especial. Año 2. Núm. 13. Junio, julio. 2001.
9. FIORAVANTI, GIORGIO. *Diseño y reproducción: Notas históricas e información técnica para el impresor y sus clientes*. Barcelona, Gustavo Gili. 1988, 207 pp.
10. FONTANA, RUBEN. *Pensamiento tipográfico*. Edicial, Buenos Aires. 1996.
11. FRIEDL, OTT & STEIN. *Typography-when who how*. Colonia, Könemann. 1998.
12. GALVEZ, FRANCISCO. *Educación Tipográfica*. Chile, Universidad Diego Portales. 2004.
13. GILL, ERIC. *Un ensayo sobre tipografía*. Valencia, Campgrafic, 2004, 183 pp.
14. GORDON, BOB. *Making Digital Type Look Good*. Londres, Thames & Hudson. 2001
15. HELLER & MEGGS. *Texts on Type*. Nueva York, Allworth Press. 2001
16. HELLER, STEVEN. *The education of a typographer*. Nueva York, Allworth Press. 2004
17. HENESTROSA, CRISTOBAL. *Espínosa: rescate de una tipografía novohispana*. Designio, 2005
18. KLOSS, GERARDO. *Entre el diseño y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial*. México, UAM, Unidad Xochimilco, 2002.
19. KLOSS, GERARDO. *El papel del editor. El proceso productivo en la industria editorial. Un modelo general razonado*. México, UAM, Unidad Xochimilco, 1998, 336 pp.
20. KUNZ. *Tipografía: macro y microestética*. Barcelona, Gustavo Gili, 2003, 170 pp.
21. LEHMANN-HAUPT, HELLMUT. *The book in America. A History of the Making and Selling of Books in the United States*. Nueva York, R.R. Bowker Company, 1951.
22. *Letras Libres*. Año 8. Núm. 88, Sept. 2004
23. *Matiz*. Núm. 9. 1997
24. MEGGS, PHILIP. *Revivals of the fittest: digital versions of classical typefaces*. Nueva York, RC, 2000
25. MONTESINOS & MAS. *Manual de Tipografía*. Valencia, Campgrafic, 2004.

26. "The paper bag revolution". <[www.crcstudio.arts.ualberta.ca/paperbacks](http://www.crcstudio.arts.ualberta.ca/paperbacks)>
27. VILLAR, JORGE. *Las edades del libro. Una crónica de la edición mundial*. Barcelona, Debate, 240 pp.
28. WOLL, THOMAS. *Editar para ganar. Estrategias de administración editorial*. México, Fondo de Cultura Económica, CONACULTA, 2003.
29. *Ensayos sobre Diseño Tipográfico en México*. México, Designio, 2002., 119 pp.
30. TSHICHOLD, JAN. *El abecé de la tipografía*. Valencia, Campgrafic, 2002.
31. *tipoGráfica*. Número 1, junio-julio. Edicial, Buenos Aires, 1987.
32. *tipoGráfica*. Año XVII. Núm. 60, abril-mayo. Edicial, Buenos Aires, 2004.
33. *tipoGráfica*. Número 74., Edicial, Buenos Aires, 2007.
34. *tipoGráfica*. Año XVII. Núm. 58, octubre, noviembre. Edicial, Buenos Aires, 2003.
35. *tipoGráfica*. Número 59, diciembre-marzo. Edicial, Buenos Aires, 2003-2004.
36. *tiypo*. Primavera 05
37. [www.nielsen-netratings.com/pr/pr\\_051115.pdf](http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_051115.pdf)
38. [www.fundacionkonex.com.ar/premios/curriculum.asp?id=453](http://www.fundacionkonex.com.ar/premios/curriculum.asp?id=453)
39. <http://isopixel.net/downloads/ps-isomatriz-regular/sobre-francisco-calles/>
40. [www.pampatype.com](http://www.pampatype.com)
41. [www.tipografia.cl](http://www.tipografia.cl)
42. [www.colormagenta.cl/francisco-galvez-pizarro/2006/08/11/](http://www.colormagenta.cl/francisco-galvez-pizarro/2006/08/11/)
43. [tipografica.com](http://tipografica.com)
44. [tiypo.com](http://tiypo.com)
45. [foroalfa.org](http://foroalfa.org)
46. [meave.org](http://meave.org)
47. [kimera.com.mx](http://kimera.com.mx)
48. [estudio-ch.com](http://estudio-ch.com)
49. Entrevista con *Cristóbal Henestrosa* realizada el 24 de abril de 2008.
50. Entrevista con *Alejandro Lo Celso* realizada el 25 de abril de 2008.
51. Entrevista con *Gabriel Martínez Meave* realizada el 26 de abril de 2008.
52. Entrevista con *Rubén Fontana* vía internet, realizada en junio de 2008
53. Entrevista con *Francisco Gálvez* vía internet, realizada en junio de 2008.