

- Unidad de Investigación: Morfología y Comunicación
- Director: Pablo Cosgaya
- Título: Tipografía latinoamericana hoy: consumo y producción
- Código del Proyecto: SI MyC-10

Nuevos horizontes tipográficos en Latinoamérica

(Actualización: 01.07.2016)

Abstract

La actividad latinoamericana vinculada con la tipografía se ha redefinido a partir de la acción de una corriente modernizadora que impulsó cambios profundos en la región. Este escrito forma parte de un proyecto de investigación que se propone construir una herramienta teórico práctica para registrar y reflexionar sobre el escenario actual, optimizando de ese modo la producción de nuevas fuentes tipográficas.

Introducción

Este escrito forma parte del proyecto de investigación SI-MyC-10 SI/FADU, inscripto en la Secretaría de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. El proyecto consta de tres áreas: 1) Una base de datos de fuentes, diseñadores y fundidoras de Latinoamérica, 2) Un directorio alojado en el sitio www.d-t-l.org que reúne y publica la información obtenida en el proyecto y 3) Este escrito, que contiene la hipótesis del proyecto, nuestros argumentos y nuestras propuestas. El escrito tiene como propósito reflexionar sobre algunas de las manifestaciones de la tipografía latinoamericana actual (diseño, producción, comercialización y uso) en diálogo con el acontecer sociocultural de la región. Está dividido en cinco secciones: a) Léxico tipográfico; b) Tecnologías y tradición; c) Producción digital y cambio de paradigma; d) Formalización de la disciplina y e) Legitimación de la disciplina.

a) Léxico

Para construir un mapa y dar cuenta del estado general de la tipografía en Latinoamérica, a partir del rastreo de algunos de sus antecedentes, consideramos necesario definir previamente algunos conceptos. ¿Qué entendemos por *tipografía* en el marco de este proyecto? El diccionario de la RAE ofrece una definición insuficiente en la entrada *tipografía*: *arte de imprimir y taller donde se imprime*.

Por eso, nos interesa trabajar una nueva articulación:

- **Tipografía como práctica:** la producción de tipos, que hoy se sitúa en el doble espacio de la realidad (el tipo impreso) y la virtualidad (el tipo digital).
- **Tipografía como producto:** lo referente a la consumación de esa práctica, su uso y su consumo.
- **Tipografía como conocimiento:** historia y tradiciones que anteceden a la historia del Diseño Gráfico.

Llamamos *fuentes* al conjunto de signos alfabéticos y no alfabéticos y blancos tipográficos que presentan una tipología conceptual y/o formal recurrente, determinada y manifiesta. Se ha señalado que *fuentes* es un anglicismo por *fundición* o *póliza* y que su incorporación al castellano es anterior a las técnicas de autoedición. A su vez *fundición* tiene dos acepciones: se utiliza como sinónimo de *fuentes*, pero también designa al establecimiento donde se fabrican las matrices con que se producen los caracteres, establecimiento que en este trabajo denominamos *fundidora*. Luego de estas breves definiciones consideramos que estamos en mejores condiciones para reflexionar sobre las causas y las consecuencias del cambio de paradigma en la producción, el uso y el consumo de fuentes.

b) Tecnologías y tradición

Las tecnologías de composición de textos son múltiples y han experimentado en el último siglo modificaciones radicales. Latinoamérica permaneció al margen del desarrollo de los instrumentos y procedimientos tecnológicos del sector, históricamente importados desde los denominados países desarrollados.

La tradición tipográfica más antigua proviene de países europeos: Alemania, Suiza, Italia, Francia, Holanda e Inglaterra. Durante la primera mitad del siglo XX fundidoras como las alemanas Schelter & Giesecke y Bauer; la holandesa Lettergieterij Amsterdam, las italianas Nebiolo y Simoncini; las francesas Olive, Fonderie Typographique Française y Deberny & Peignot y la española Richard Gans vendían tipos y útiles de impresión en Latinoamérica a través de sucursales y agentes importadores.

En el mismo período también se componía texto con técnicas mecánicas: la composición linotípica, la monotípica y la teletípica. La mecanización había comenzado a fines del siglo XIX, luego de la invención de la grabadora de punzones a pantógrafo, que significó una aceleración en comparación con el trabajo manual del abridor de punzones. Este adelanto también significó, entre otras cosas, la incorporación de una nueva generación de tipógrafos y fabricantes norteamericanos. Del mismo modo en que lo hacían las empresas europeas, firmas estadounidenses como Intertype, Ludlow Typograph, Mergenthaler Linotype, Lanston Monotype y la fundidora American Type Founders ofrecían sus productos en catálogos y publicaciones latinoamericanas a través de representantes o empresas controladas por las casas de origen.

En la década del '70 del siglo XX comienzan a producirse transformaciones radicales en la región. A modo de ejemplo mencionamos el caso de Venezuela, ilustrativo de un fenómeno extendido. Dice el diseñador tipográfico venezolano John Moore: «La creación tipográfica profesional en Venezuela tiene una data muy reciente, motivadas por variadas razones, en primer lugar a lo complicado de los procesos de creación y producción de los caracteres tipográficos tradicionales del pasado basados en tipos de plomo, que sólo las grandes potencias o países de gran tradición tipográfica eran capaces de producir o comercializar, nuestra pobre influencia geográfica, la cultura pragmática y lo engorroso de dichos procesos, negó tal creación que sólo fue posible gracias a la reproducción fotomecánica».

En Latinoamérica se extendió el uso de fotocomponedoras. Ese proceso combinaba mecanismos electrónicos, ópticos y fotográficos. Su producto final era una galera tipográfica sobre película o papel fotográfico. Como sucedía con otras tecnologías, los

alfabetos y las máquinas de fotocomposición se importaban. Las marcas más difundidas fueron Compugraphic, Linotronic y Varityper. Para esa época, el offset ya era el sistema reprográfico más extendido. El texto fotocompuesto en galeras era la materia prima principal del original para la impresión. Para la confección del original, las galeras tipográficas se montaban a mano en un tablero de dibujo. El proceso se completaba con procedimientos fotográficos realizados en talleres de fotomecánica y de allí, se enviaban al taller de impresión.

Señalamos también la actividad de diseñadores formados en Europa y Estados Unidos que llegaron a nuestra región a mediados del siglo pasado. Su actividad convivió con la de estudiosos locales de las artes gráficas, letristas y dibujantes que, muchas veces en forma anónima, publicaban libros, revistas, elementos comerciales y publicitarios. A modo de ejemplo, mencionaremos el catálogo de tipos diseñado en 1946 por Larry June para la empresa venezolana Cromotip; la revista argentina Ciclo que en 1949, según el proyecto de su diseñador Tomás Maldonado se compuso en tipografía Etrusco de la casa Nebiolo y la publicación de *Oda a la Tipografía*, de Pablo Neruda, impresa en Chile en 1956 al cuidado de Mauricio Amster. En lo referente al diseño de alfabetos mencionaremos el proyecto para la empresa brasileña Eucatex, diseñado a partir de la forma de la letra e por Alexandre Wollner en 1967; el alfabeto Imposible diseñado el mismo año en Venezuela por el italiano Nedo N. F.; las experimentaciones tipográficas en la comunicación del Instituto Di Tella entre 1960 y 1969 en Argentina, llevada adelante por diseñadores como Juan Andralis, Juan Carlos Distéfano y Rubén Fontana; la serie de alfabetos transferibles realizados en Brasil por Hans Donner para Mekanorma en la década del 70 ; el alfabeto Trinidad, diseñado en 1972 en Venezuela por Gerd Leufert y el alfabeto para la línea aérea brasileña Vasp diseñado en 1987 por el uruguayo Eduardo Bacigalupo.

En Latinoamérica la tipografía como dominio se aprendía en el taller, al lado del maestro, y en menor medida en escuelas de artes y oficios. Esa formación contemplaba composición, corrección de textos y una aproximación al conocimiento de las tecnologías reprográficas. Ciertos profesionales, extranjeros radicados en la región, se habían formado en sus países de origen. Algunos profesionales latinoamericanos habían ido a formarse a escuelas prestigiosas como la HfG de Ulm, o eran discípulos de artistas consagrados como Tom

Carnase y Adolphe Mouron (Cassandre). Al respecto, menciona el colombiano Henry Naranjo: «[...] en los años '50 la tipografía era asimilada al oficio de imprimir, y se enseñaba en las instituciones de educación no formal que proveían de técnicos a las industrias; en los años '60 y '70, si bien es cierto que continuó esa tradición, comenzó a ser enseñada en las carreras de diseño gráfico que se iban abriendo. Vale decir que muchas carreras de diseño gráfico comenzaron siendo programas de *arte publicitario* o *dibujo publicitario*, desde donde se enseñaban los principios de rotulación y se daban criterios de espaciamento óptico y legibilidad. Asimismo se daban los fundamentos de composición tipográfica a partir de los tipos metálicos.»

Si bien se produjeron en Latinoamérica algunos alfabetos y trabajos tipográficos destacables, todavía no estaban dadas las condiciones para la producción de tipografía. Si querían componer textos, los diseñadores de la región debían recurrir sin excepción a tipografía de los países denominados *desarrollados*.

c) Producción digital y cambio de paradigma

La relación entre las revoluciones tecnológicas y el cambio en el paradigma socialmente dominante ha sido trabajado para analizar múltiples temáticas: políticas, económicas, culturales, etc. Durante las últimas dos décadas la tipografía está viviendo una transformación tecnológica que impulsa cambios más allá del marco técnico-instrumental. Este fenómeno ha tenido consecuencias radicales en Latinoamérica, porque vehiculizó una posibilidad que hasta el momento era impensable: la región devenida en un activo productor de tipos.

Con *cambio de paradigma* nos referimos a una transformación acontecida en un esquema de pensamiento socialmente dominante. Hasta fines del siglo pasado, hablar de tipografía en Latinoamérica era sinónimo de *uso de tipografía no diseñada por latinoamericanos*. Pero los cambios en los patrones tecnológicos, si son profundos, producen transformaciones en las actividades sociales. El escenario actual es distinto y procuramos rastrear su raíz. Para comprender este concepto es importante superar la dicotomía entre acción y discurso. Siguiendo los desarrollos semióticos clásicos consideramos que lo

único pensable en una sociedad es lo que esa sociedad puede poner en palabras, que ese acto de enunciar los fenómenos está constituido históricamente y que sufre modificaciones a lo largo del tiempo. Se trata, expresado de otra manera, de pensar al discurso como una acción privilegiada en una sociedad, que le da existencia a todo su entorno. Si se busca analizar la modificación que una nueva forma de *poner en palabras* las cosas genera en una comunidad determinada, es importante establecer el momento en que esa transformación se ha originado y los motivos por los que ese cambio ha sido posible. Las modificaciones en los discursos constituyen nuevas acciones. Evitaremos entonces la separación entre la acción como algo efectivo y el discurso como un actor secundario que da cuenta de esa efectividad. Si hoy es posible hablar de diseñadores de tipografías y de tipos latinoamericanos es por una modificación en un patrón de pensamiento, más allá de las posibilidades que un *software* puede ofrecer. En este sentido, será clave estudiar de qué forma esa modificación se manifiesta en prácticas que buscan legitimarse a través de la formalización del discurso, por medios como la institucionalización de la enseñanza y la competencia de los productos del obrar tipográfico en escenarios que anteriormente le estaban vedados, como Europa, EE.UU o Japón.

Si repasamos el escenario de la década del '70 del siglo pasado podemos identificar algunas condiciones que permitieron esta nueva forma de *poner en palabras* al hacer tipográfico. A fines de esa década, el auge de la fotocomposición provocó la caída de las componedoras de metal, que paulatinamente dejaron de producirse. Los controles de estos equipos incorporaron primero microprocesadores y luego procesadores de imágenes por líneas y tecnología láser. En Estados Unidos el laboratorio PARC de la compañía Xerox inició a principios de 1980 investigaciones sobre interfase de usuario, redes y protocolos de conexión entre máquinas, lenguajes de descripción de páginas e impresión láser. El resultado de esas investigaciones posibilitó el desarrollo de nuevas tecnologías en la industria gráfica. En 1984 se presentó el lenguaje de descripción de páginas PostScript, que un año más tarde fue adoptado por los fabricantes de computadoras Apple Macintosh, la empresa Aldus (fabricante de los primeros programas de autoedición) y los principales fabricantes de maquinaria para la industria gráfica. Una

característica novedosa de los equipos de autoedición era que permitían realizar en un mismo espacio actividades que antes se hacían en lugares y momentos separados.

Múltiples prácticas, algunas de ellas con una extensa tradición, estaban en un momento de convergencia: digitalización de imágenes, ilustración digital, composición de textos, diseño de ediciones, impresión de páginas y diseño de tipografía.

Hablamos aquí de convergencia en una doble acepción: como la concurrencia de varias actividades orientadas al logro de un mismo fin, pero a la vez preñando a la definición con la idea de conclusión y sucesión: las actividades que convergen se aproximan a su límite. Saberes contruidos desde el oficio del hacer a lo largo de extensas décadas parecían de pronto prescindibles, reemplazados por la acción de un operador que, gracias al manejo de las reglas e instrucciones informáticas adecuadas, podría ejecutar lo que poco tiempo antes demandaba la participación de numerosos actores y equipos. Múltiples fenómenos vehiculizaron el cambio: la optimización en la calidad reprográfica de la tipografía, la posibilidad de previsualizar las imágenes en una pantalla (*what you see is what you get*), el uso extendido de los ordenadores personales e impresoras láser, los avances en aplicaciones de autoedición y la importante reducción en el tiempo que estos procesos consumen. Los fabricantes de equipos de composición tipográfica empezaron a digitalizar sus catálogos. El sistema operativo Macintosh incorporó tipografía licenciada por fundidoras como ITC y Linotype. Y en medio de estos cambios, se desarrolló la profesión de diseñador de tipografía digital, que en sus inicios estuvo desvinculada del dominio de la tipografía como campo del saber y extendió una ficción: la democratización automática de la producción tipográfica a nivel internacional. Disponer potencialmente de los medios técnicos no es suficiente para diseñar tipos. Como ha sucedido en otras actividades, acceder a la información no es sinónimo de acceder al conocimiento y lograr una transformación en el estado de las cosas.

Si recuperamos las tres definiciones que hacen al corpus de lo tipográfico que mencionamos en el apartado A de este escrito (práctica, producto, dominio del saber), queda en evidencia un desfasaje: la tipografía no puede reducirse al hecho de digitalizar letras. Los signos que forman parte de un alfabeto no actúan como suma de formas y

vacíos esencialmente significantes, sino que se constituyen en la interrelación. La tipografía es un sistema semiótico visual. Como ocurre con todo sistema, hay que conocer los principios que convencionalizan el juego para poder jugarlo. El desconocimiento de esos principios altamente codificados por parte de los diseñadores noveles impidió inicialmente la formulación de dos preguntas.

1) La tecnología pone el diseño de tipos al alcance de los latinoamericanos. Pero, ¿para qué diseñar nuevos tipos?

2) ¿En qué forma deben participar esos nuevos diseños en la idea de *lo latinoamericano*, si es que efectivamente deben hacerlo?

La respuesta a estos interrogantes nos aproxima a la comprensión del cambio de paradigma en el hacer tipográfico latinoamericano. Las diferencias de contexto exigen reformular nuestra mirada. Como en otras actividades, Latinoamérica se propone construir su lugar como productor de tipografía sin caer en la imitación de experiencias de otros países, experiencias que en muchos aspectos resultan intransferibles.

d) Formalización de la disciplina: la enseñanza

La formalización de una disciplina es una instancia socialmente significativa en la legitimación de su discurso y su hacer. El paso de la informalidad a la formalidad de un hacer permite estabilizarlo. No es un problema de codificación/decodificación el que aquí se presenta. La puesta en escena de un discurso es un acto de exposición y está íntimamente relacionado con la posibilidad de lograr autoridad simbólica. La tipografía no ingresó a la academia para colaborar en una tarea de clarificación de la nueva terminología que el cambio tecnológico trajo consigo, sino para tomar la palabra como actor en un escenario que amenazaba convertirlo en un hacer prescindible o secundario.

El paradigma actual resume sin homogeneizar una tensión constante entre pasado y futuro de la disciplina. En el caso de Latinoamérica, la velocidad característica de la

dialéctica de la modernidad se ve acelerada por la ausencia de una tradición que sí existe en otras regiones. Aunque tienen una historia de siglos, la tipografía y el diseño (o bien, los diseños) recién se encuentran en vías de legitimar su especificidad ante la sociedad.

En el referido acto de tomar la palabra y exponerla en la academia se pone en juego esa aparente unicidad y homogeneidad de un hacer. En realidad, es imposible pensar en la tipografía como una cuestión unitaria e ideológicamente homogénea. No hay *una* teoría tipográfica que pueda dar cuenta de todos sus aspectos. Esta heterogeneidad se ha transmitido saludablemente en múltiples formas de enseñar y de aprender tipografía en Latinoamérica, con todos los inconvenientes previsibles que trae consigo la formalización de un discurso. A fines de los '80 del siglo XX, poco tiempo después de la creación de las carreras de diseño gráfico en escuelas y universidades latinoamericanas, se discutió la necesidad de incorporar cursos de Tipografía, con marcadas muestras de eclecticismo en lo referente a contenidos y metodología de la enseñanza. Se han contemplado desde ejercicios breves subsidiarios de asignaturas como Diseño, hasta caligrafía, diseño de signos tipográficos, composición de textos y aplicaciones de tipografía en diseño editorial, desarrollados dentro de nuevas asignaturas.

En la actualidad, Tipografía se imparte como asignatura en muchas carreras de Diseño Gráfico de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

Al mismo tiempo, algunos tipógrafos latinoamericanos han realizado carreras y cursos de formación o perfeccionamiento en escuelas extranjeras. Entre las más conocidas se encuentran la HfG de Schwäbisch Gmünd, la SfG de Basilea, el Departamento de Tipografía de la Universidad de Reading, el Atelier National de Recherche Typographique (ANRT) de Nancy y la Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten (KABK) de La Haya.

La dinámica que la actividad tipográfica latinoamericana vive en los últimos años puede apreciarse en jornadas académicas, seminarios, diplomados y estudios de posgrado. Se han realizado congresos y encuentros profesionales como Tipografia Brasilis y DNA Tipografico en Brasil, Tipografilia en México y tipoGráfica Buenos Aires en Argentina. En el

siguiente apartado se realiza una consideración de la importancia regional de las bienales tipográficas Letras Latinas (2004 y 2006) y Tipos Latinos (2008).

Acompañando la formalización de la enseñanza se editaron libros académicos como *Treinta siglos de tipos y letras*, de Luisa Martínez Leal, aparecido en 1990; *Pensamiento tipográfico* de la cátedra de Tipografía que dirigió Rubén Fontana, en 1996; *Manual de diseño editorial*, de Jorge de Buen Unna, en el 2000 y *Educación tipográfica*, de Francisco Gálvez, publicado en el 2004 Chile y luego en Argentina. La producción tipográfica de Brasil reconoce un hito en la aparición de *Fontes Digitais Brasileiras* en el 2003. Este libro, coordinado por Priscila Farias y Gustavo Piqueira registra 270 fuentes producidas por 63 diseñadores brasileños.

e) Legitimación de la disciplina: acciones gremiales y profesionales

En el punto C nos referimos a la transformación operada en la tipografía latinoamericana como interlocutor internacional. El lugar de usuario-espectador del gran hacer tipográfico (que se definía en otras regiones) ha sido reemplazado por el de usuario-productor. Colabora en esta transformación la posibilidad creciente de reflexionar sobre el propio obrar.

Los indicios del fenómeno se evidencian rastreando el progresivo desarrollo de publicaciones especializadas en la temática. En 1987 apareció la revista tipoGráfica en Argentina; cinco años más tarde, Tupigrafia en Brasil y Tiypo en México. La revista tipoGráfica se destacó por su estrategia editorial, su distribución internacional y por haber publicado 74 números a lo largo de 20 años. Entre las revistas de diseño que contienen artículos tipográficos se encuentran la mexicana Ene-O y la uruguaya Pulso.

En la región se realizan y publican de manera constante trabajos de investigación y libros sobre la temática. Se destacan entre sus ejes la relación entre la tipografía y las lenguas de pueblos originarios, la historia, los estudios culturales, la didáctica, el diseño digital y el diseño editorial.

Resulta destacable la aparición de colecciones especializadas en tipografía, como el caso de «Temas» y «Teoría y práctica», de la editorial mexicana Designio; «¿Cuál es su tipo?» de la brasileña Rosari, y «Libros sobre Libros», publicada por las mexicanas Librería y Fondo de Cultura Económica. Estos hechos confirman el interés que la tipografía y sus usos despiertan en el mundo editorial latinoamericano.

En 2004 se realizó la primera Bienal Letras Latinas. El evento, surgido a partir de una exposición en el marco del encuentro tipoGráfica Buenos Aires, convocó en su primera edición 235 trabajos de 8 países. Fueron expuestos en forma simultánea en cuatro sedes: Argentina, Brasil, Chile y México, donde se realizaron además actividades paralelas (debates, talleres, visitas guiadas al público general). Algunas sedes impulsaron giras de la muestra por las principales ciudades de esos países.

Para la segunda edición de Letras Latinas, celebrada en 2006, se inscribieron 427 proyectos. El número de sedes creció al incorporarse Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Luego del cierre de la revista tipoGráfica y la disolución del proyecto Letras Latinas, surgió Tipos Latinos. En 2008, organizó Tipos Latinos 2008, Tercera Bienal de Tipografía Latinoamericana, recibió 423 trabajos procedentes de 11 países de la región y el número de sedes volvió a aumentar, gracias a la incorporación de Bolivia, Ecuador y Paraguay. A pesar del poco tiempo transcurrido, Tipos Latinos se ha consolidado rápidamente como el proyecto tipográfico regional más importante de Latinoamérica. Como complemento de las exposiciones y las actividades que rodearon a las Bienales de 2004, 2006 y 2008, se han publicado catálogos y sitios en internet que dan cuenta de ese intenso movimiento.

En cuanto a otros espacios regionales de debate e intercambio, desde 1997 existe el foro de correo electrónico en castellano Bigital y desde 1999, el foro Topica, en portugués. También desarrollan una importante actividad iniciativas como Tipitos (activo entre 2004 y 2007), Tipocracia, Tipografía CL, Tipografía-Montevideo y T-Convoca. Los diseñadores latinoamericanos participan en los debates de foros y listas de correo internacionales, como Typophile, Typo-L y la Asociación Tipográfica Internacional (Atypi). Un dato

ilustrativo: de la cantidad total de socios de la Atypi (163 miembros), 30 de ellos son latinoamericanos.

Numerosas fuentes latinoamericanas han obtenido reconocimientos en competencias internacionales. Zootype fue premiada en el 2º Concurso Internacional de Diseño Tipográfico de Linotype, en 1997. Arcana, Lagarto, Fontana ND y Rayuela fueron premiadas en Bukva:raz!, evento patrocinado por ATypI y la Asociación de Diseñadores Tipográficos de Rusia en el 2001; Australis y Borges Hueca fueron distinguidas en el concurso organizado por la empresa Morisawa en el 2003; el mismo año Bohemia, Beret y Samba fueron premiadas en el concurso internacional organizado por Linotype; Siquot Antigua y Loreto fueron distinguidas en el concurso español Tipo-Q, organizado en el 2005; el sitio Typography.com que dirige el estadounidense Stephen Coles seleccionó como sus preferidas, junto a otras excelentes fuentes, a Borges, Relato, Chocolate, Bluemlein Scripts y Ministry; la fuente Arlt obtuvo en el 2006 una mención de honor en la categoría texto de la competencia tipográfica organizada en Inglaterra por la publicación Creative Review; en sucesivas competencias el club estadounidense TDC distinguió a tipografías latinoamericanas como Basilica, Arcana, Mexica, Fontana ND, Argot, Bunker, Relato Sans, Rayuela Chocolate, Darka, Fondo, Presidencia, Lorena y Burgess.

Podemos dar cuenta del uso de tipografías latinoamericanas en productos como el diccionario de lengua portuguesa Houaiss, compuesto en la fuente homónima; la revista tiipo, compuesta en Plasma; la revista tpG, compuesta en Fontana ND y Andralis ND; la revista ADG Brasil, compuesta en Thanis, la colección Rosario Ilustrada, compuesta en Chivo y Rosario, la publicación periódica Transatlántico, compuesta en Ronnia y Relato. También se han utilizado fuentes latinoamericanas en manuales de educación (Estrada, La Señal y Simona) y en el libro *Educación tipográfica*, compuesto en Australis y Elemental, entre otros destacados ejemplos. Y la lista sigue creciendo.

Existen otros campos de aplicación, como la publicidad, los envases y la industria del cine. Se destacan aquí trabajos tipográficos para créditos de películas; la fuente Fontelecom para una empresa argentina; la fuente Transbrasil para una línea aérea brasileña;

productos de la fundidora Sudtipos como Amorinda, Argenta, Candombe, Habano, Tiza, utilizadas en envases y anuncios comerciales, y de la fundidora Kimera para cervezas Indio y Sol, para el periódico El Economista y para los almacenes El Palacio de Hierro. También se ha comenzado a ver tipografía latinoamericana aplicada a la identidad institucional, como en el caso de Presidencia, Fondo (México) y usos en dependencias gubernamentales en distintos países.

En otro orden, fuentes como Macanuda, TS Info, TS Mapa, La Tercera y Escuela fueron diseñadas para su aplicación en proyectos como el transporte urbano de Santiago de Chile, un periódico de ese país y la construcción de escuelas en Argentina. Asimismo, las fuentes Chaco, Señal y Digna fueron diseñadas previendo su aplicación en proyectos de señalización y demarcación vial.

Algunos diseñadores latinoamericanos crearon sus propias fundidoras: Sudtipos, TypeTogether, Kimera, Pampatype, Emtyp, Omine Type, Tipos do Acaso, Subvertype, Misprinted type, Tipopótamo, Hula Hula, Pixietype, Tipo, Latinotype entre otras, con el propósito de dar el primer paso en un proyecto de comercialización. Otros diseñadores ofrecen sus fuentes en catálogos de fundidoras independientes como T-26, Union Fonts (activa entre 2004 y 2006) y Atomic Media o en catálogos de fundidoras tradicionales como ITC, Bauer, FontFont, Linotype y Adobe.

Gran parte de la comercialización de las fuentes latinoamericanas se produce a través de distribuidoras como Myfonts.com, Fonts.com, Fontshop.com o Veer.com que reciben y procesan los pedidos originados en fundidoras independientes.

f) Conclusiones

Tal proliferación de espacios y de acciones hace necesario trazar un mapa que registre el nuevo escenario y facilite el intercambio de información entre actores. Así, la elaboración reflexiva de la información (no sólo su disponibilidad técnica y su circulación) logrará convertirse en un germen que impulse el desarrollo de conocimiento transformador.

Los protagonistas de esta etapa evolutiva de la tipografía regional podrán de este modo solidarizar conocimientos con sus pares, fortaleciendo la actividad productiva con la toma de conciencia sobre el propio hacer de los latinoamericanos. Con ese objetivo, este escrito da cuenta de las complejas transformaciones que acontecen, fundamenta la necesidad de su registro y a la vez se articula con otras dos herramientas concretas producidas por el equipo: una base de datos de fuentes, diseñadores y fundidoras de Latinoamérica y un directorio de la tipografía latinoamericana que publica la información reunida y la pone al alcance de la comunidad tipográfica internacional.

Equipo de investigación: Carlos Carpintero, Pablo Cosgaya (*director*), Fernanda Cozzi, María Victoria Lamas, Mariela Monsalve, Stefanía Orcellet, Marcela Romero, José Scaglione y Carolina Yedrasiak.