

# LOS LIENZOS DE SIEMPRE

La tipografía como soporte para la representación visual de hinchadas del fútbol profesional chileno

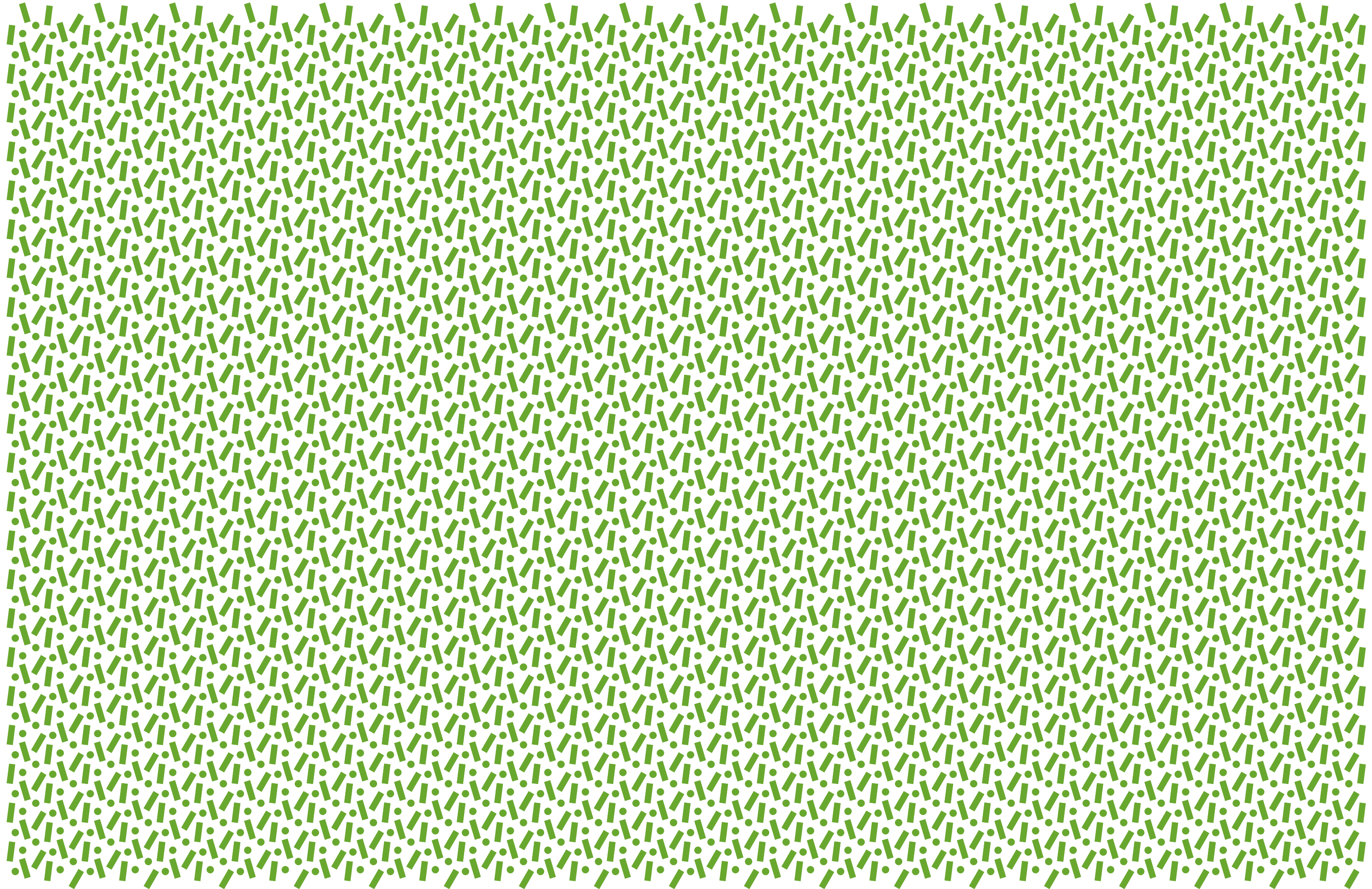
Memoria de proyecto para optar al Título  
Profesional de Diseñador Gráfico

**Mauricio Adasme Salazar**

Profesor Guía  
Roberto Osses Flores



Universidad de Chile  
Facultad de Arquitectura y Urbanismo  
Escuela Única de Pregrado  
Carrera de Diseño



# LOS LIENZOS DE SIEMPRE

La tipografía como soporte para la representación visual de hinchadas del fútbol profesional chileno

Memoria de proyecto para optar al Título  
Profesional de Diseñador Gráfico

**Mauricio Adasme Salazar**

Profesor Guía  
Roberto Osses Flores



Universidad de Chile  
Facultad de Arquitectura y Urbanismo  
Escuela Única de Pregrado  
Carrera de Diseño  
Diciembre 2017

Los fines de semana que iba al Becker a ver a Deportes Temuco, los hinchas colgaban los lienzos en la reja y el techo del estadio para mostrar y decirle al mundo quienes estaban ahí alentando al equipo albiverde, sin faltar, estuvieran en Primera peleando el campeonato o en la última división en el potrero más solitario de la cordillera. El lienzo es eso: un pedazo de tela con las letras que dicen quiénes son, de dónde son y con quiénes están.

*A todos los hinchas incondicionales que han hecho del estadio una fiesta, un lugar de alegrías y decepciones. Un lugar de vida...*

*...En especial a mi mamá, mi papá y mi hermano, quienes en el momento en que escribo esto, están sentados en la Galería Ñielol viendo jugar al 'Pije'.*



<b>ABSTRACT</b>	<b>▶ 13</b>	<b>*INTRODUCCIÓN</b>	<b>▶ 15</b>	<b>*MOTIVACIONES PERSONALES</b>	<b>▶ 17</b>
		<b>INVESTIGACIÓN</b>	<b>▶ 19</b>	<b>*FUNDAMENTACIÓN</b>	<b>▶ 21</b>
		<b>*ANTECEDENTES</b>	<b>▶ 29</b>		
<b>ESTADO DEL ARTE</b>	<b>▶ 57</b>	<b>*DISCUSIÓN BIBLIOGRÁFICA</b>	<b>▶ 61</b>	<b>*MARCO TEÓRICO</b>	<b>▶ 65</b>
<b>PROYECTO</b>	<b>▶ 95</b>	<b>*REFERENTES</b>	<b>▶ 97</b>	<b>*PRESENTACIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>▶ 111</b>
		<b>METODOLOGÍA</b>	<b>▶ 113</b>	<b>*PLANIFICACIÓN</b>	<b>▶ 115</b>
<b>DESARROLLO Y REPRESENTACIÓN FINAL</b>	<b>▶ 123</b>	<b>*CONCLUSIONES</b>	<b>▶ 167</b>		
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>▶ 169</b>	<b>*ANEXOS</b>	<b>▶ 175</b>	<b>*TIPOGRAFÍA EN CHILE</b>	<b>▶ 177</b>
		<b>ENTREVISTAS</b>	<b>▶ 187</b>	<b>*AGRADECIMIENTOS</b>	<b>▶ 203</b>

## ABSTRACT

A raíz de la observación del momento vivido en el área del desarrollo de fuentes digitales en Chile, queda en evidencia, el momento de apogeo en que se encuentra. A pesar de ello, la disciplina se concentra en explotar su faceta comercial, prescindiendo de la posibilidad de crear tipografías que busquen visibilizar manifestaciones o rasgos representativos de la cultura de nuestro territorio. 'Los lienzos de siempre' es entonces, un proyecto que busca evidenciar y pertenecer a este espacio que se encuentra en estado emergente. Con el objetivo de visibilizar a las hinchadas del fútbol chileno como una forma de representación de la cultura de cada territorio al que pertenecen, el presente proyecto consta de un set tipográfico que incluye fuentes que canalicen las características esenciales que definen a cada grupo de aficionados, teniendo como primer paso graficar la confrontación entre las dos hinchadas participantes del Clásico Porteño: 'Los Panzers' de Santiago Wanderers de Valparaíso y 'Los del Cerro' de Everton de Viña del Mar.

**Palabras clave:**

tipografía, representación visual, cultura local, hinchada.

# INTRODUCCIÓN

A continuación, se observará en detalle la elaboración de un proyecto centrado en resolver cuestionamientos a partir de la capacidad de representación que tiene la tipografía por medio de todas sus cualidades morfológicas. Es por ello que de forma inicial, con la intención de poder situarnos en el presente contexto, nos adentraremos en el tema preguntándonos que está sucediendo con ello en Chile. Es puntualmente esta facultad, la que pareciera no estar siendo tomada en cuenta por parte de quienes actualmente diseñan fuentes digitales, particularmente si observamos que aquello puede ser aprovechado para que la tipografía sea reflejo de nuestro legado y proyectar parte de las características culturales de Chile hacia el resto de la sociedad.

Es por ello que en primera instancia, con la intención de establecer un marco de antecedentes, la investigación contempla la evaluación de la situación actual de la disciplina en Chile y el mercado de la tipografía digital en nuestro país. Posteriormente se realiza un análisis de los temas en los cuales se basan, inspiran o retratan, las fuentes producidas en el territorio incluyendo aspectos como los criterios declarados por sus autores en las distintas plataformas de venta, exposición y presentación. Esto, para posteriormente iniciar el proceso de elaboración de un conjunto de fuentes que se unan al incipiente grupo de tipografías que nacen con el objetivo de representar o expresar algún fragmento cultural de nuestro entorno local.

El proyecto entonces, busca plasmar una propuesta que conjugue esta mirada de la tipografía con algún fenómeno particular que sea capaz de portar y transmitir rasgos característicos de la cultura de un territorio específico. A partir de ese objetivo, se ha seleccionado un área de expresión cultural local amplia, diversa y espontánea: el fútbol. El ejercicio se centra entonces en indagar estos aspectos en las hinchadas de fútbol chileno,

marcadas fuertemente por una vinculación con el territorio que habitan, tomando como caso inicial de estudio a las hinchadas del Clásico Porteño disputado entre Santiago Wanderers de Valparaíso y Everton de Viña del Mar. Son estas hinchadas rivales los protagonistas del tema central que brindará los conceptos esenciales para construir un set tipográfico que los represente, con la intención de demostrar que esas letras que diseñamos, además de ser nuestro puente de comunicación escrita, nos permiten establecer lazos de comunicación visual y representación cultural.

## MOTIVACIONES PERSONALES

El acercamiento entre esta disciplina y una de mis mayores pasiones personales: el fútbol, es la motivación para realizar un proyecto que vincule ambas temáticas. Estos dos fenómenos presentan coincidencias en torno a su capacidad de ser capaces de agrupar cualidades representativas de un contexto particular visto desde la mirada de la comunicación. La tipografía, gracias a su aspecto formal e influencia como soporte de mensajes, nos permite hacer conexiones entre sus características morfológicas y poder comunicar más allá de su función primaria de representar el alfabeto. Por su parte, el fútbol, además del ámbito deportivo, visto más bien como fenómeno cultural, da cuenta de manifestaciones culturales que construyen la identidad de sus participantes. De esta manera, el paso entre proyectar una hinchada de fútbol por medio de tipografía no es tan complejo, ya que ambos comparten una capacidad representativa. El único obstáculo es entender cuál y como se da el paso previo a la apropiación de esa facultad. Algo así requiere una reflexión de mayor profundidad: cuando diseñamos tipografía, debemos pensar más allá del alfabeto, debemos reflexionar qué es lo que buscamos representar y qué es lo que los lectores y usuarios ven representado.

**INVESTIGACIÓN**



# FUNDAMENTACIÓN

## Planteamiento del Problema

En los últimos 10 años se ha vivido un periodo de auge sostenido del ejercicio de la disciplina tipográfica en Chile, donde este campo se ha activado debido a una dinámica producción de proyectos, ya sea a nivel de la venta en el mercado digital, como la puesta en marcha de distintas propuestas de esta índole con un fuerte impacto en su uso a nivel público.

Destacan dentro de este último grupo, creaciones cuya filiación con nuestra vida cotidiana es evidente, conllevando una cobertura considerable por los medios. Es así como podemos nombrar a casos ligados al área estatal como las tipografías *Gob CL* para la imagen institucional del Gobierno de Chile; *TS Info*, tipografía exclusiva del sistema de transporte Transantiago o el diseño de la fuente *TNE* para la Tarjeta Nacional Estudiantil. Si ampliamos el espectro, tenemos la posibilidad de ver el desarrollo de tipografías con licencia exclusiva para empresas del mundo privado, cuyos productos poseen una alta demanda, volviéndose otra plataforma de desarrollo. Aquí podemos contar las fuentes diseñadas para los periódicos La Tercera o La Cuarta, la aerolínea Latam o el supermercado Mayorista 10. Aquel fenómeno además se extiende hacia otras áreas de desempeño de la tipografía, donde el *lettering* también ha sumado presencia en medios masivos como el caso del letrero Zenén Vargas y sus trabajos realizados para campañas publicitarias de la empresa telefónica VTR, cerveza Becker o la identidad de la confitería Emporio La Rosa.

Si vamos más allá, cuando observamos el estado que presenta el área del mercado de tipografías digitales, podremos observar que el panorama es tan, o más positivo que lo expuesto en el primer grupo, puesto que a partir del 2011<sup>1</sup>, ha crecido de forma sostenida la producción y su puesta en venta a escala global por internet, llegando a alcanzar posiciones de venta

<sup>1</sup> Año en que nace la fundidora digital Latinotype. En ese entonces, ellos junto a las empresas Los Andes (filial de la misma) y PegGo Fonts comienzan a vender fuentes en sitios dedicados a la venta de estas de manera estable en canales de venta de tipografía digital donde podemos contar a sitios web como MyFonts o Fontshop.

# Latam Sans is the typographic voice of LATAM Airlines.

Alameda 1762 Bandera Chiloé  
 Diferencia ¶ Educación 1843  
 Franklin Gobierno Huaso Iquique  
 Justicia ★ Kawésqar 1971  
 Lautraro Magalhaes Nacional  
 Ñandúes O'Higgins Peñalolén  
 Quintay Rancagua ★ Saladillo  
 2019 Talcahuano Unión



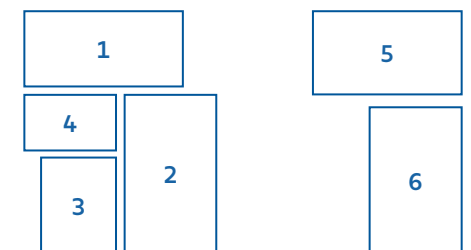
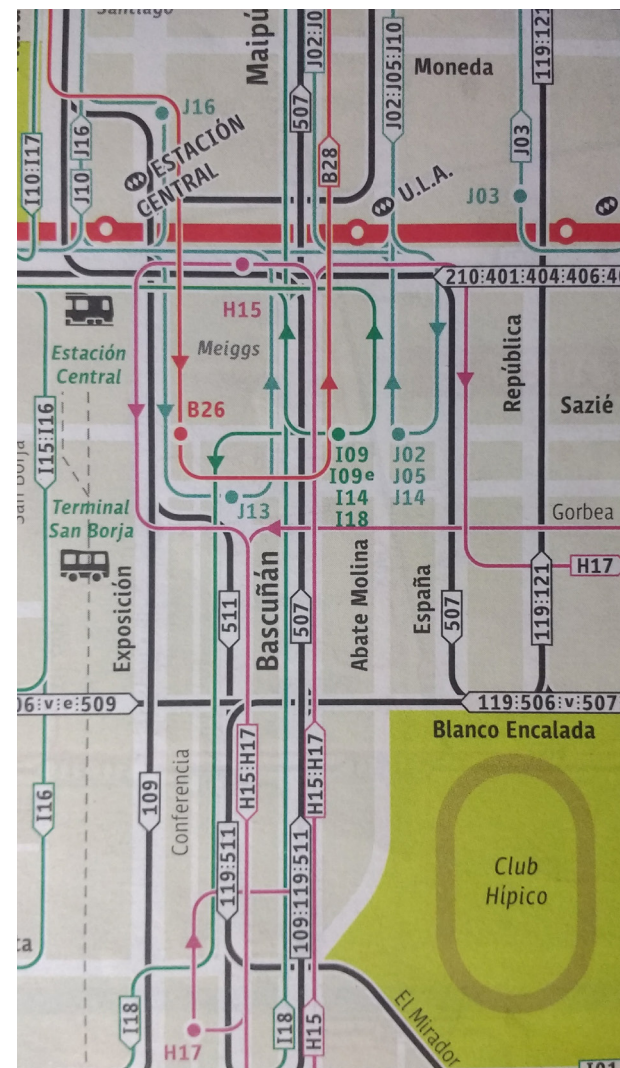
La Cuarta Título Light  
 Título Regular  
 Título Heavy

2009 Texto Light, Regular, Bold, Heavy

Título Light  
 Flaca & copuchenta  
 ABCDEFGabcdefg1234%&@

Título Regular  
 {No anda a medias}  
 ABCDEFGabcdefg1234%

Título Heavy  
 ¡Súper popular!  
 ABCDEFGabcdefg1234



Figuras 1 a 6: Tipografías Latam [1], La Cuarta [2] Lettering para el Emporio La Rosa [3], gobCL [4], TNE [5] y TS Info [6].



superiores a países latinoamericanos como México o Colombia, solo por debajo del volumen de ventas de Argentina y Brasil. Además, este rubro cuenta con su propia instancia de reconocimiento a nivel latinoamericano como la Bienal de Tipos Latinos (BTL), añadido a aquellos espacios de distinción que la agrupan con otros dominios del diseño como la Bienal Interamericana de Diseño (BID) a nivel regional o la Bienal de Diseño (en su versión 2016, Bienal de Diseño en Alerta, en adelante BDA) junto al Sello de Excelencia al Diseño del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (SECNCA) a nivel nacional, los cuáles se erigen como lugares para que aquellos proyectos tipográficos cuyo aporte tanto hacia la disciplina como la sociedad beneficiada puedan tener notoria visibilidad.

A pesar de ello, si ponemos atención a los proyectos presentes en estos dos escenarios, los intereses comunes de aquellos que más destacan<sup>2</sup> son contenidos relacionados al orden de estilos históricos, la creación destinada hacia un determinado público-objetivo o simplemente carecen de justificación para su elaboración. Cuando se somete a análisis la relación que posee la justificación expuesta por los diseñadores y la manera en que exponen sus tipografías en las plataformas de exhibición, difusión o venta, se observa que principalmente se ha estado proyectando tipografía como un producto que prioriza sus múltiples capacidades técnicas y tecnológicas junto a diversas innovaciones de carácter formal. Esta situación termina por demostrar un bajo interés en elaborar fuentes que aprovechen su facultad de comunicación visual y visibilizar aspectos de la cultura local.

Así como sucede en el campo de la creación tipográfica, si desviamos la mirada al desarrollo teórico el interés es mutuo, ya que dentro de Chile la investigación de temáticas relacionadas a la tipografía no ha tenido mayor profundización en entender esta disciplina más allá de su función como representación textual del lenguaje, lo cual revela una brecha entre estos dos enfoques de la disciplina tipográfica tanto a nivel práctico como académico.

Aquello contrasta con lo que expone el marco de economías creativas propuesto por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA). Este instrumento puntualmente caracteriza el alcance que puede poseer nuestro ejercicio profesional, participando de un conjunto de disciplinas que en su conjunto deben abarcar áreas sociales, económicas y culturales. Dentro del mismo se declara además que “el fomento de la exportación de servicios y bienes intangibles creativos permite que Chile enseñe al mundo sus valores fundantes y las diversas identidades que conviven en su territorio.” (CNCA, 2015) Demostrando que a pesar de que el rubro de la tipografía se encuentra en una posición aventajada por su lugar estable en el mercado global, tal sitio no está siendo aprovechado para poder exponer y reflejar la identidad de nuestro país.

<sup>2</sup> Considerando a aquellos que fueron premiados, nominados y/o seleccionados en las bienales mencionadas, además de las fuentes que ocupan posiciones aventajadas en los *ranking* de ventas a nivel del comercio de la tipografía digital (ver en forma más detallada en la sección *Antecedentes*)

La relevancia de la exposición de nuestras manifestaciones culturales va incluso más lejos. Estas características de nuestra cultura, podemos también ubicarlas dentro del marco ofrecido por la UNESCO, en que se incentiva la salvaguardia de nuestro patrimonio cultural. La convención que elabora el concepto de Patrimonio Cultural Inmaterial, los define como:

“Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas (...) que las comunidades, los grupos y los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial (...) es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana” (UNESCO, Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, 2003)

Demostrando que la idea de proyectar la identidad de nuestro territorio no se limita necesariamente al valor de nuestros bienes y servicios, sino, que de nuestra propia herencia histórica y cultural<sup>3</sup>.

Es por ello que un escenario como este, revela una tendencia a que los diseñadores, en el ámbito de la tipografía puntualmente, han estado dejando de lado la enorme capacidad comunicativa con la que una fuente puede cargar. Lo que finalmente, provoca que se postergue la posibilidad que esta disciplina pueda abarcar temáticas que provengan de la identidad de nuestro territorio y de esta manera, poder visibilizar parte de aquellos valores y manifestaciones que representan nuestra cultura.

### Justificación de la investigación

A raíz de la problemática observada, queda en evidencia que dentro del campo de la tipografía se ha construido una sólida línea de desarrollo, cuya repercusión alcanza distintas esferas sociales. A pesar de estar en conocimiento de que nos encontramos frente a un momento en el que se ha activado un nuevo interés por la disciplina, existe un desequilibrio hacia la producción comercial o hacia soluciones técnicas.

En esta línea, el tipógrafo argentino Rubén Fontana sostiene que las fuentes tipográficas deben comprenderse como un bien cultural dado que ésta tiene una naturaleza que la hace participante en nuestros entornos culturales. Fontana argumenta que la tipografía:

“(..)Posibilita una cantidad de cosas que son mayores que ella. Si escribo correctamente y permito que se lea bien, y por ese motivo se entiende mejor y se comprende el sentido del mensaje, entonces todo cobra otra dimensión.” (Fontana, 2013)

<sup>3</sup> La especialista en patrimonio, Rosa Guerrero analiza como ejemplo de estas características lo que ocurre con la institucionalización del concepto de ‘patrimonio’ en la ciudad de Valparaíso, donde ella indica que lo importante de abordar temáticas culturales circunscritas en un territorio específico, responde a la necesidad de valorizar estas manifestaciones, siempre que sean entendidas como propias de la comunidad ante políticas que han estado más orientadas a lo político o económico. Guerrero es tajante con ello y recalca que solo si contamos con la participación o consideración de los actores de nuestro entorno cultural, recién se puede “orientar una relación más constante entre patrimonio y desarrollo local”. (Guerrero, 2014)

En este aspecto, la creación de una fuente implica dimensionarlo como un producto cultural ya por el hecho de ser un producto de diseño. La diseñadora Yaffa Nahir Gómez, lo sostiene de esta manera, exponiendo que:

“El diseño está en el centro de la relación de la economía y la cultura. Porque el diseño produce signos y símbolos que se intercambian comercialmente y que se consumen por el valor que adquieren en la sociedad.” (Gómez, 2010)

Pensamiento concordante además con la mirada del filósofo Roger Chartier, quien en su libro ‘Las revoluciones de la cultura escrita’ engloba en este concepto a aquellos objetos cuyos destinatarios deben entenderse como consumidores de cultura (Chartier, 2000).<sup>4</sup> Por lo que la creación de una tipografía, carga con la responsabilidad de ser un elemento activo en nuestro desarrollo cultural.

Por lo tanto, existe la necesidad de que produzcamos proyectos tipográficos que se vinculen con la cultura, sin necesariamente, ignorar la orientación hacia el mercado que están teniendo los productos de ésta área generalmente. Como una forma de establecer un balance entre estos enfoques, un proyecto de estas características debe ser complementado con un proceso de investigación previo a la elaboración de la tipografía. De esta manera podremos establecer parámetros que nos permitan asociar el diseño de una fuente con una manifestación cultural en particular. Un proceso como tal, también se enmarca en los ámbitos de trabajo que nosotros como diseñadores desde esta institución formativa debemos desempeñar, ya que dicho en otras palabras, nuestro objetivo como profesionales nace de elaborar propuestas para un fenómeno comunicacional trabajado desde y hacia nuestra comunidad (Universidad de Chile, 2017).

Es por ello que debemos someter a análisis los fundamentos y los objetivos bajo los que se está ejerciendo el desarrollo de fuentes en Chile, tanto en el aspecto de su desarrollo comercial, como a través de su producción académica. Así podremos ubicar los espacios en que la tipografía está estrechando lazos con el ámbito cultural. Bajo la idea del destacado tipógrafo Andreu Balius aquello es clave, ya que la tipografía debe ser una disciplina que, producto de “su uso en la comunicación gráfica ha de servir para facilitar el diálogo y entendimiento entre las diferentes culturas que configuran nuestro mundo global.” (Balius, 2012). Configurándose una necesidad por aprovechar la facultad de la tipografía de aglutinar como objeto único el lenguaje textual y el lenguaje visual, para también unirse a la idea de que ésta sea entendida como una herramienta con interés en nuestro entorno social.

4 La tipografía además, funciona como producto cultural a la vez que es una de las partes esenciales a la hora de elaborar libros, formando parte de la base natural de la lectura, el cuál es el producto cultural más destacado por Chartier en su línea de pensamiento.

## Objetivos de investigación

### Objetivo General

Definir una metodología para el diseño y producción de fuentes digitales que representen aspectos culturales de nuestro territorio, específicamente aquellos vinculados con las hinchadas del fútbol profesional chileno

### Objetivos Específicos

Analizar el campo de desarrollo del diseño de fuentes digitales en Chile en la actualidad, las condiciones de mercado y la producción orientada a fenómenos culturales.

Identificar los métodos, mecanismos y características productivas utilizadas en el desarrollo de fuentes digitales chilenas para retratar fenómenos culturales de nuestro territorio.

Indagar en torno a las reflexiones y posiciones teóricas respecto del diseño de fuentes digitales como herramienta para la representación de fenómenos culturales.

# ANTECEDENTES

## La disciplina tipográfica

Una de las cosas más importantes que hay que tener en cuenta al momento de hablar de “tipografía” es que puntualmente en nuestra lengua, esta palabra adquiere distintos significados según el contexto en que se esté aplicando. Para funciones de este proyecto es oportuno aclarar a qué nos referimos cuando hablamos de tipografía.

Primero, es importante aclarar que la ‘tipografía’ es una disciplina que “estudia todos los aspectos relacionados con la letra reproducida, su teoría y sus implicancias de uso y ejecución” (Gálvez, 2012). Dentro de este medio podemos encontrar cuatro formas distintas de manifestación de la ‘letra reproducida’: la escritura, el *lettering* (o para algunos autores, el rotulado), la caligrafía y la tipografía [ver Figura 7]. Este último concepto si bien redundante con respecto al nombre de la disciplina, debemos emplearlo específicamente cuando hacemos referencia a un sistema de signos alfabéticos, los cuales podemos usar para escribir<sup>5</sup>.

Hoy en día, este campo -comprendiendo que la evolución tecnológica ha llevado a una obsolescencia de las tradicionales fuentes de metal- está conformado por las ‘fuentes digitales’ como el producto de tipografía de mayor relevancia. Este rubro ha conservado distintos aspectos que lo hacen heredero del oficio tipográfico realizado en la imprenta en épocas anteriores, tales como el lenguaje técnico o la lógica del proceso productivo. Por lo que a pesar de que el mundo de la tipografía se haya homologado a lenguajes y plataformas posteriores al uso masivo del computador, es igual de válido hablar del ‘diseño de tipografía’ cuando construimos un sistema de glifos de manera artesanal, industrial o digital. En el fondo, ha habido más bien una transformación solo del espacio de trabajo (pasamos en una misma línea histórica, de trabajar en enormes galpones industriales



↑ Figura 7: Los cuatro campos de manifestación de la tipografía, destacando la 'tipografía'

<sup>5</sup> Puede resultar mucho más aclaratorio declarar que si homologamos el término 'tipografía' bajo este contexto, es el concepto 'tipo de letra' el más apropiado (el cuál es el vocablo *typeface* su símil en inglés). De esta manera podríamos observar una diferencia entre *typography* el cual hace referencia a la disciplina y *typeface* que equivale a los tipos de letra. (Gálvez, 2012) (Osses, 2016)



con gran cantidad de trabajadores a la idea reductiva de un pequeño grupo de profesionales y sus computadores), por lo que aquello que antiguamente llamábamos una 'fundición', en la actualidad lo denominamos una 'fundición digital'.

### Tipografía digital

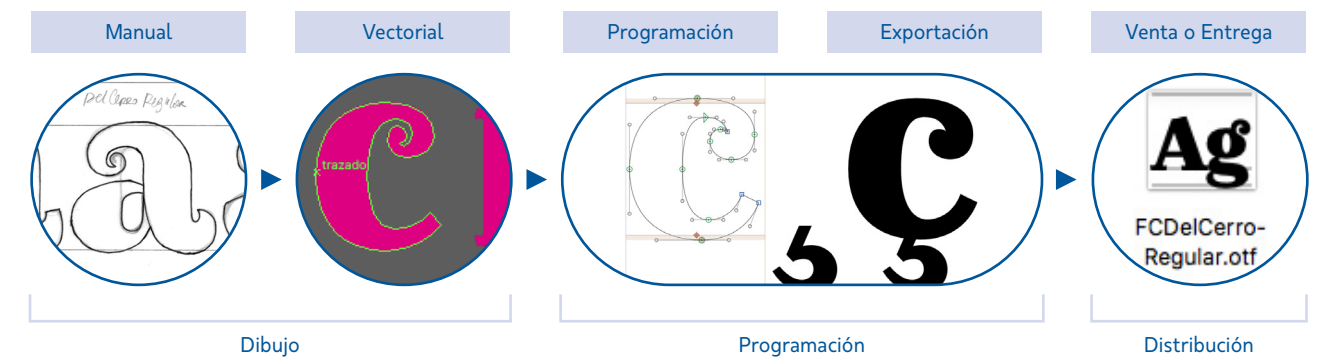
Así como se detallaba anteriormente, a consecuencia de los cambios tecnológicos, actualmente el proceso de elaboración de una tipografía es esencialmente digital. Hoy, debemos entonces tener claro que una fuente, independiente del tamaño, la cantidad de glifos o las variantes que esta tenga, consiste en términos técnicos en un *software*. Éste tiene como lógica básica de su programación, la aparición de una determinada letra, número o símbolo, a cambio de una activación por medio del teclado de un computador: al momento en que apretamos la letra 'R', nos aparece la letra 'R' en la pantalla. Dicho de otro modo, cuando diseñamos tipografía, en realidad estamos proyectando el dibujo de un sistema de 'símbolos' que van a ser programados de tal manera que puedan ser usados como una 'tipografía' dentro de un computador.

En resumen, el proceso de diseño de una fuente digital actualmente, está estructurado de la siguiente manera: como primer paso, se realiza el diseño de la tipografía (fase en la que proyectamos y dibujamos –en formato físico y/o vectorial– el alfabeto, números, signos de puntuación y todos los componentes necesarios para poder constituirse como fuente); la programación (donde incorporamos el dibujo vectorial de cada glifo a un archivo para programar la tipografía, donde a cada símbolo dibujado se asignará como equivalente a una letra, número, símbolo o combinación de caracteres correspondiente) y su distribución (la venta o entrega del producto en su formato digital, actualmente un archivo .otf mediante sitios web especializados o vía formatos físicos como CD o *pendrive*, con su licencia de uso correspondiente) [ver Figura 8].

### Tipografía Digital en Chile

#### Mercado Internacional

Si bien es común establecer los inicios de la tipografía digital en Chile con la creación de la familia *Elemental* de Francisco Gálvez el año 2001<sup>6</sup>. El trabajo de fundidoras digitales no alcanza relevancia hasta el 2011, año en que es fundada Latinotype, la primera fundición de fuentes digitales establecida en Chile. A partir de ese año se dan los primeros pasos para forjar un silencioso nuevo mercado de tipografías digitales en el país<sup>7</sup> que hasta el día de hoy tiene su principal enfoque en la venta de éstas mediante los canales habituales del mercado global. Debido a su calidad de pioneros y de actuales exponentes reconocidos de este campo, podemos calificar a



Latinotype como el máximo exponente nacional del sector al día de hoy, ya que es la única firma cuya oferta de fuentes consta de más de 100 familias contando su página web y sitios de distribución del *retail* tipográfico. Esta muestra de consolidación como tipógrafos en el circuito internacional, se ha visto acompañada del posicionamiento que han logrado sus creaciones debido a la alta demanda que tienen en sitios especializados, alcanzando distintos reconocimientos por su volumen de ventas<sup>8</sup>.

Al alero del éxito de Latinotype, en el último tiempo han surgido nuevas empresas encargadas a la producción de tipografía digital, las que se suman a un cúmulo de diseñadores que ofrecen sus trabajos de manera independiente, quienes comparten los mismos canales que el resto del rubro. Para hacer una aproximación, en la presente investigación se ha realizado un detallado estudio acerca del acontecer actual de la tipografía en Chile el cual se puede ver con mayor detalle en la sección 'Anexo: Mercado de la Tipografía en Chile'. En dicho estudio, si consideramos lo que sucede en el sitio web MyFonts –tal vez el más popular dedicado a la distribución de fuentes por internet–, podemos calcular que en los últimos 4 años ha crecido a la oferta de tipografías de origen nacional en los últimos años, aumentando de 76 fuentes nacionales disponibles antes del 2014, a 182 el 2015 para llegar a 283 en lo que transcurre del año actual [ver Figura 9]. Esto da cuenta de un desarrollo que va en aumento en cuanto al volumen de los diseñadores de tipografía y sus obras, lo que se presenta como un positivo antecedente en la demanda comercial que tiene la disciplina actualmente. El citado escenario es también un reflejo de una notoria posición a nivel latinoamericano, ya que el mercado chileno en este canal es solo superado por fundiciones digitales de Argentina y Brasil con una oferta de 308 y 810 fuentes por cada país.

↑ **Figura 8:** Síntesis del proceso para elaborar una tipografía digital

<sup>8</sup> De las tipografías ofrecidas por Latinotype en MyFonts, nueve han figurado en los *rankings* elaborados por el sitio. (ver Anexo: Mercado de la Tipografía en Chile).

<sup>6</sup> Anterior a este hecho no existía en Chile el desarrollo de fuentes digitales. Vale decir que incluso, no se ha encontrado alguna evidencia comprobable que haya existido diseños auténticos de fuentes de plomo en años anteriores.

<sup>7</sup> Latinotype nace el año 2008, pero es en 2011 que disponen sus tipografías en venta en sitios especializados con gran popularidad como FontShop y MyFonts.

↓ **Figura 9:** Crecimiento de la producción tipográfica por fundidoras chilenas en línea de tiempo de hitos del mercado tipográfico (Creación de fundidoras, Best seller, 10 primeras fuentes, etc.)

↘ **Figura 10:** Gráfico "Oferta tipográfica en Chile vs. Cantidad de tipografías basadas en cultura"

Fuente: Datos recopilados por el autor desde el sitio MyFonts, disponibles en la sección 'Anexo: Mercado de la Tipografía en Chile'.

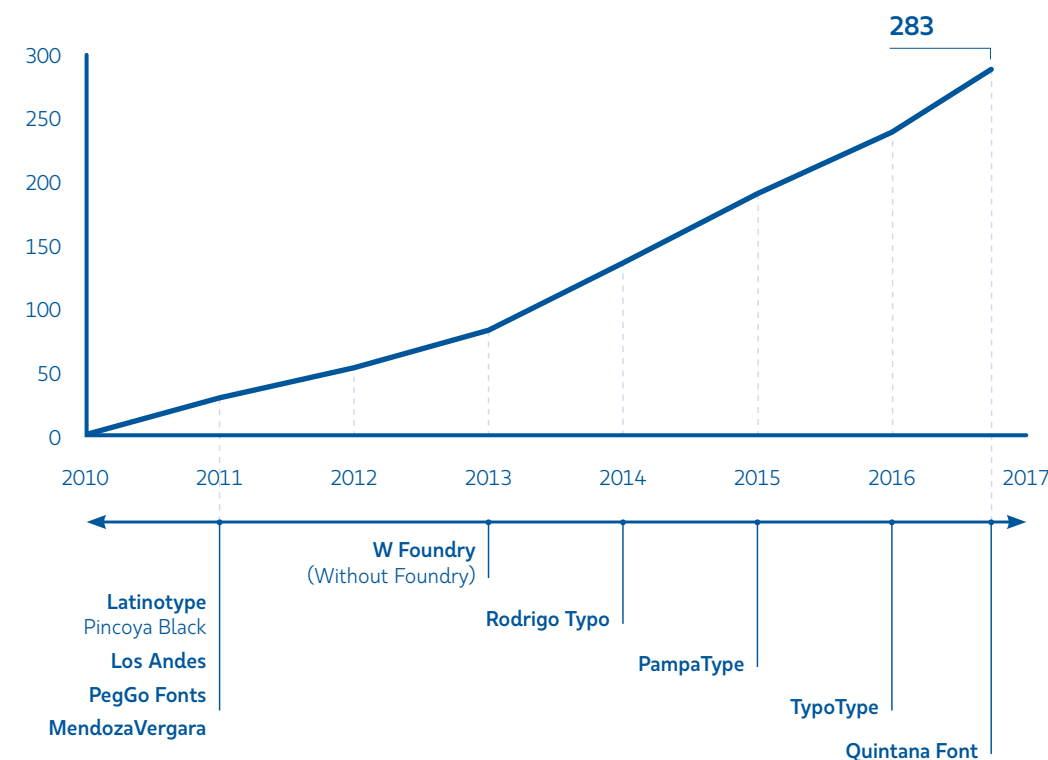
Dentro del grupo de tipógrafos que ocupan estos lugares de venta, cabe destacar la incipiente notoriedad que han alcanzado casas fundidoras como: W Foundry de los diseñadores nacionales Diego Aravena, Patricio González y Magdalena Arasanz; la fundición filial de Latinotype, Los Andes Type; RodrigoTypo, a cargo del diseñador Rodrigo Araya; o el trabajo de diseñadores como Francisco Gálvez, Pedro González (PegGo Fonts) o Javier Quintana (Quintana Font). De esta manera, podemos observar que a nivel nacional, el mercado de la tipografía presenta exponentes que se han transformado en actores estables gracias a su alto nivel de ventas y la calidad de los trabajos expuestos.

**El mercado y su filiación a temáticas de orden cultural**

Aunque el balance en cuanto a la oferta (y demanda) de las fuentes nacionales en la escena global es optimista, si realizamos una búsqueda de las 30 tipografías chilenas más vendidas en el sitio MyFonts, podremos ver que solo 21 de las fuentes revisadas declaran una temática base, inspiración u origen en su diseño en las secciones destinadas a su presentación o descripción<sup>9</sup> [ver Anexo: Mercado de la Tipografía en Chile]. Además cabe señalar dentro de aquel grupo no figura ninguna fuente que declare basarse, involucrar o buscar difundir temas relativos del entorno cultural de nuestro territorio.

9 En estos canales de venta es habitual realizar esto mediante la sección 'Descripción', los especímenes tipográficos dispuestos en la página o las banderas tipográficas o flags.

**Crecimiento de la producción de tipografía chilena en MyFonts (2010-2017)**



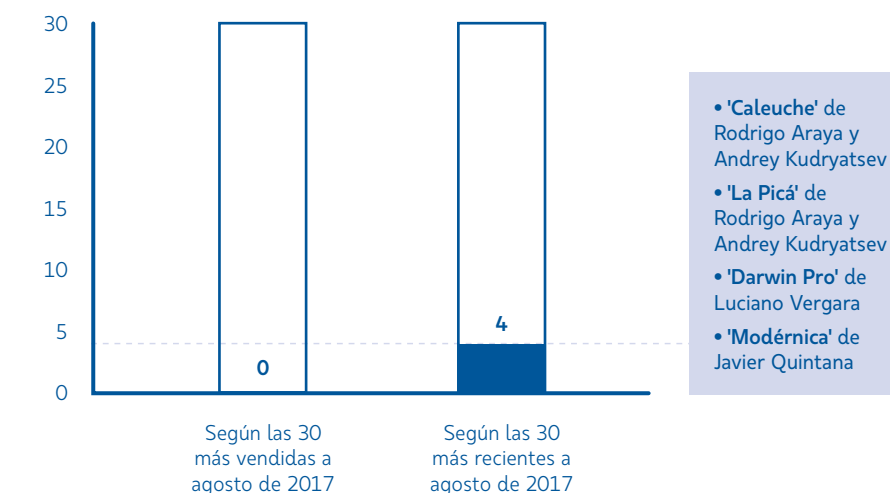
Bajo el mismo criterio, cuando las tipografías las clasificamos por su lanzamiento más reciente<sup>10</sup>, de las 30 que contamos solo 4 son cercanas a temas relativos a aspectos de la cultura o identidad de nuestro territorio [ver Figura 10]. Esto nos revela que, a pesar de existir un mercado activo de la venta de tipografías a escala global, no existe un mayor interés por abordar estas temáticas. De hecho, como observaremos en un análisis más desarrollado que revisaremos prontamente, podremos distinguir cuales son los grandes ejes temáticos de la producción de fuentes digitales, acaparando este tópico un lugar menor. De hecho, destaca dentro de los rankings evaluados, que se tiende a promover proyectos que declaran crearse en función de ideas que profundizan en torno a la misma disciplina tipográfica (referentes o estilos históricos) o las innovaciones técnicas y formales (destinadas a un sólo tipo de usuario o exponiendo sus capacidades idiomáticas y estéticas).

**Proyectos en instituciones públicas y presencia en los medios**

Otra área en que la tipografía está presente, involucra a los proyectos que están involucrados con instituciones de carácter público. Podemos contar dentro de este grupo distintas acciones que se han desarrollado en la actualidad, como el diseño de *Ruta CL* donde el diseñador Rodrigo Ramírez elabora a través de un minucioso estudio, una fuente tipográfica destinada al uso en la señalización de las vías de tránsito vehicular para el Ministerio de Obras Públicas y CONASET (Ramírez & Gallardo, 2015); *gobCL*, tipografía del mismo Ramírez en coautoría con Francisco Gálvez bajo su oficina FrescoType, la cual estuvo incluida en el cambio de imagen institucional del

10 Hacia agosto del 2017, fecha en que se realiza el estudio.

**Cantidad de tipografías con temas relativos a identidad o cultura del territorio chileno en los rankings de MyFonts**



Gobierno de Sebastián Piñera el año 2012; *TS Info*, proyecto realizado por el Departamento de Estudios Tipográficos (DET) de la PUC, fuente exclusiva del sistema Transantiago, la cual forma parte de las normas gráficas de la renovación del transporte público siendo aplicada en todo el sistema de diseño de información de los buses urbanos de dicha ciudad; *TNE*, tipo de letra creada por el estudio Bercz en 2015, para su uso en la reformulada Tarjeta Nacional Estudiantil de la JUNAEB y *Biblioteca*, proyecto realizado por Roberto Osses, que involucró la publicación y liberación de la fuente 'Biblioteca'<sup>11</sup> diseñada en conjunto con un equipo compuesto por los diseñadores Diego Aravena, Patricio González y César Araya, la cual inicia siendo una tipografía exclusiva para la Biblioteca Nacional y que junto con presentar el libro que aborda su investigación, exhibe una muestra abierta al público de la institución, que aborda el trabajo que significa crear esta familia tipográfica<sup>12</sup>.

11 "Biblioteca' y 'TNE' fueron seleccionados en la versión del 2016 de la Bienal Tipos Latinos

12 La exhibición 'Una fuente de luz', nacida del proyecto de la tipografía 'Biblioteca', estuvo en el espacio Galería de Cristal entre septiembre y octubre del año 2016 en la Biblioteca Nacional y fue acompañada de la publicación del libro homónimo en la apertura de la muestra. Al año siguiente, se libera para descarga gratuita para todos los usos la familia completa, determinando un antecedente en las fuentes de licencia libre en Chile.

13 En dichos casos, existen entrevistas y notas abordando los proyectos, las cuales han sido publicadas en periódicos de circulación nacional como La Tercera, Las Últimas Noticias y El Mercurio, entre otros medios.

14 En La Tercera, el 12 de agosto del 2017, sale publicado en la sección Tendencias el reportaje 'Letras muy influyentes' que abarca con detalles el mercado de la tipografía, entrevistando a distintos expertos y explicando distintos aspectos de la materia. Esto también sucedía de manera más superficial hacia un año en Las Últimas Noticias donde en la nota titulada '¿Cuáles son los mejores tipos de letras para leer en papel y PC?' se explica de manera breve sobre el uso y origen de las tipografías que se ofrecen en los sistemas operativos.

Como parte de la repercusión de casos como el de *Ruta CL* o *Gob CL*, mencionados anteriormente; o la publicación del libro 'Orígenes de la Tipografía en Chile', ha existido también una emergente presencia de la tipografía en la prensa escrita nacional<sup>13</sup>. Junto con ello, es destacable la discusión que generó el presente juicio en curso, donde se enfrentan la casa fundidora Latinotype con el Frente Amplio, conglomerado de partidos y movimientos políticos que fue acusado de mal uso de la licencia de los tipos de letra Andes y Sánchez (Cooperativa.cl, 2017), lo cual tuvo repercusiones en la opinión pública y situó esta disciplina, visibilizando parte del trabajo profesional que tiene detrás. Debemos sumar a esto la presencia de distintos reportajes que abarcan la influencia de la tipografía en nuestro devenir cotidiano<sup>14</sup>. Esta realidad nos refleja un creciente interés en la materia por parte de la prensa, abarcando cada vez con mayor profundidad esta área del diseño.

### Análisis de contenidos de tipografías chilenas.

Hoy en día, en Chile, la tipografía es un campo que ha trabajado con determinadas temáticas como base y es común que se alternen aquellos tópicos comunes al momento de justificar la creación de alguna fuente tipográfica. Aprovechando el estudio realizado para este proyecto, donde se evalúan las ventas de tipografía digital en el sitio MyFonts y el reconocimiento de los proyectos tipográficos en las bienales de diseño, podemos hacer una breve revisión y verificar que existen temas recurrentes dentro de aquel espectro.

Para ello, podemos someter a una evaluación de los discursos expuestos en los especímenes tipográficos que se desarrollaron para presentar las fuentes. Son estas piezas gráficas las que además de exhibir las características formales de las letras diseñadas, deben "explicar con detalle para

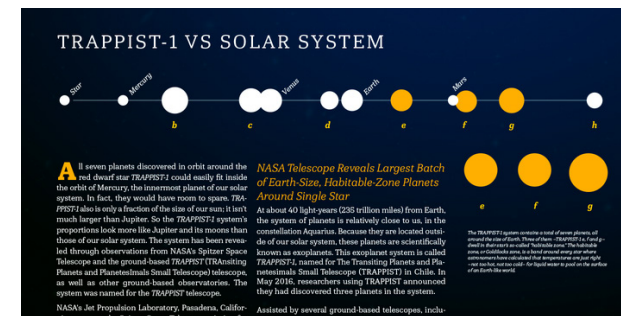
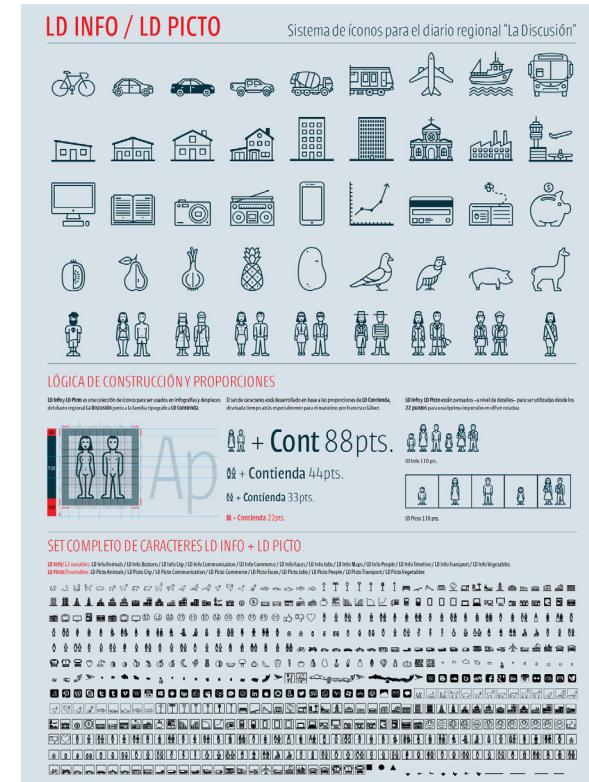
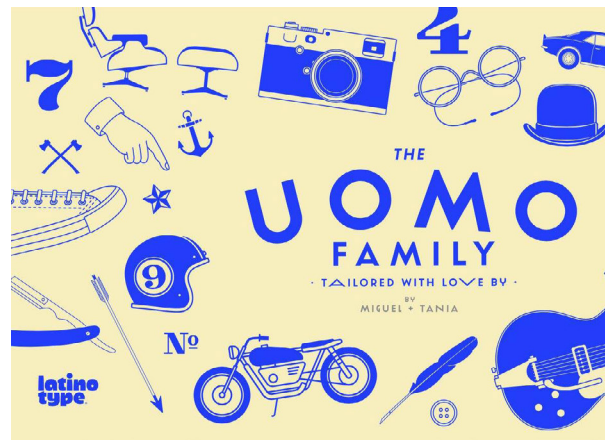
qué fue concebida y cuáles pueden ser las condiciones idóneas para su uso" (Cué, 2017), esto generalmente lo encontramos cuando los autores de las fuentes determinan cual es la justificación o la 'inspiración' para la creación de dichos trabajos. En el caso de los tipos ofrecidos en internet, este formato está presente en forma de bandera o *flag* en la página de venta y para las tipografías expuestas en las bienales podemos ver sus carteles de exhibición.

A primera vista, las temáticas más comunes en ambos contextos dotan de mayor énfasis a la innovación formal que está teniendo el trabajo presentado (cambios en la curvatura de la forma, ligaduras poco usuales, incorporación de caracteres extranjeros, etc.) o el uso técnico para el cual ha sido destinado (tipografías diseñadas para periódicos, para revistas, subtítulos de pantalla o empresas). De todas maneras, la gran mayoría simplemente exponen en sus especímenes la tipografía siendo aplicada en palabras o frases aleatorias y sin referencias a un tema central.

En un segundo orden de relevancia existe una mayor profundización en el origen del desarrollo de las fuentes. Aquí podemos encontrar un primer grupo de tipografías que se crean a modo de *revivals* de ciertos periodos históricos u homenajes a determinados artífices de la tipografía. El segundo grupo y al que le debemos prestar atención por la filiación con el presente proyecto, es el de tipografías que han sido creadas bajo la idea de proyectar o representar un determinado fenómeno cultural.

Para poder ejemplificar esta escena, disponemos de ejemplos de los especímenes de distintas tipografías que se encontraban dentro de la muestra que fue estudiada. Es posible que por ejemplo existan casos en los que se pueden mezclar hasta todos los tópicos, pero siempre dando prioridad a algún origen de los que detallamos.





Grupo 1: Innovaciones Formales

En los cuatro ejemplos podemos ver como la exposición de las tipografías está concentrada en mostrar sus características formales de un modo más persuasivo. Las tipos Corporative o Roijer, buscan mostrar eso con la contraposición de distintos set estilísticos. Si bien, este recurso es habitual en gran parte de los especímenes, en el caso particular de estas fuentes, su exhibición se limita a este tipo de detalles.

Grupo 2: Uso técnico

Los trabajos aquí agrupados destacan más el medio para el cual fueron concebidos los proyectos, en un sentido de que estos, están orientados a solucionar una necesidad de orden editorial o el mandato de alguna institución o empresa.

11	12
13	14
15	

↑ Figuras 11 a 15:

- 11. Corporative
- 12 y 14. Lota Grotesque
- 13. Roijer
- 15. Uomo

Fuente: MyFonts

16	17
18	19

↑ Figuras 16 a 19

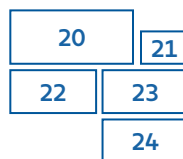
- 16. LD Picto
- 17. MuMono
- 18. Hawking
- 19. TNE

Fuente: MyFonts



Grupo 3: Revivals

Justificación que es habitual, donde los tipógrafos recurrentemente están evocando determinados momentos históricos de la tipografía por medio de sus creaciones. Muchos especímenes, argumentan que las fuentes son precisamente revivals de tipógrafos o de estilos anteriores.



↑ Figuras 20 a 24:

- 20 y 21. Sonny Gothic
- 22 y 23. Camila
- 24. D Sari

Fuente: MyFonts

Una fuente inspirada por la hermosa y accidentada geografía de la VII Región del Maule, Chile

Regular & Itálica

Irrespetuosa \* Irresponsable \* Irreverente



El zapallo, la garrapa y el chivo

Lomatia hirsuta

¿Especialmente hecha para usted?

{ Rico pal' que lee }

Talca • Molina • Longaví • Lontué

El radal, árbol o maguejo salvadoreño, es una especie botánica de árbol de la familia de las Proteáceas. Crece en los bosques templados de Chile y Argentina; de hojas largas, simples, brillantes, ovales, aserradas y flores blancas. Se reproduce en por semillas y rebrota del tocón.

La hembra pelotona de Radal y las five Times, comienza en el periodo desde el Terciario-Mioceno hasta los tiempos actuales. El Rio Cure no surge de los ríos y lo vanadas hasta que en el Cuaternario sus sucesivas erusiones volcánicas, ocasionaron sedimentos, creación por bloques y agua lo canalizaron y reanexaron formando una verdadera granja en las altas rocas basálticas milenarios, dando como resultado esta singular belleza escénica denominada "Valle de la Noche". Se gana quienes se agreden en precipicio desde una altura cercana a los 20 metros en cada litro. El Salto de la Loma es una caída de agua de 25 metros de altura, visible desde miradores cercados en medio de los senderos.

Se usa para beber a causa de su gran abundancia relativa en importantes lugares, como la provincia de Duleva o la región de Aisén, donde la planta creció como remanso después de que hubiese los bosques originales fueron incendiados a finales del siglo XX y casi desaparecieron.



Grupo 4: Fenómenos Culturales

Tal como mencionábamos anteriormente, es este grupo el cual reviste mayor interés para la presente investigación. Acá seremos capaces de ver que la idea que da inicio a la creación de estos tipos es explícitamente algún determinado fenómeno cultural.

El espectro no es cerrado, y podemos ver tipografías como: Canilari, que se centra en los pueblos diaguitas; Pintanina, que reconstruye el rotulado de los títulos del cómic Condorito; Amster Versal Iluminada, cuya búsqueda está enfocada en los impresos de la lira popular; Jauría, que alude al Día del Joven Combatiente,

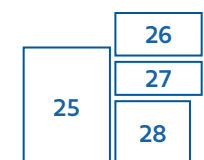


CANILARI SANGRE & VIENTO



La cultura Diaguita se desarrolló

o Radal, que declara estar inspirada en la geografía del Radal Siete Tazas de la Región del Maule.



↑ Figuras 25 a 28:

- 25. Canilari
- 26. Pintanina
- 27. Amster
- 28. Radal

Fuente: MyFonts, Pampatype, Catálogo BTL





29	30
31	32
33	34

↑ Figuras 29 a 34:

- 29. Loyola
- 30. Queulat
- 31. Sana Sans
- 32. Rogliano
- 33. Grota
- 34. Trend

Fuente: MyFonts

Grupo 5: Sin detallar

Similar a lo ocurrido en el primer grupo, lo relevante de estas fuentes es que sus especímenes tienen mayor énfasis en la exposición gráfica de sus fuentes. Se aplica la tipografía en distintos escenarios, pero no profundizan en algún aspecto particular del origen o destino de cada proyecto.

Con el fin de realizar un análisis más preciso, se ha seleccionado una muestra que suma 30 tipografías de origen nacional, agrupando fuentes desarrolladas de forma independiente, dirigidas a clientes de orden privado e instituciones públicas, las que pueden estar disponibles tanto para su venta o distribución gratuita por internet. Para poder establecer un panorama de los enfoques de estos proyectos tipográficos, se estudiaron los discursos proyectados por los desarrolladores por medio de una matriz que detalla distintos bloques temáticos (Características formales, tecnológicas, origen de la fuente, función de la fuente y las fotografías y textos expuestos en los especímenes). Tal información ha sido extraída de las distintas instancias de descripción o justificación de la elaboración de las fuentes, ya sea señaladas al momento de exhibición (especímenes o afiches), presentación o investigación previa para el desarrollo de la fuente según corresponda.

El objetivo de este paso, es comprobar si existe una relación entre el discurso detrás de la creación de la tipografía (definido por la relación entre aquello que hayan declarado sus autores al momento de presentarla, su descripción en su canal de venta o distribución, el contenido exhibido en su espécimen tipográfico y el nombre de la tipografía), algún tema estructural y el nombre dado a la fuente. De forma complementaria, se registra si cada proyecto proviene o promueve aspectos derivados de manifestaciones culturales del país.

[En la siguiente página, Figura 35, Tabla comparativa de la muestra de 30 tipografías]

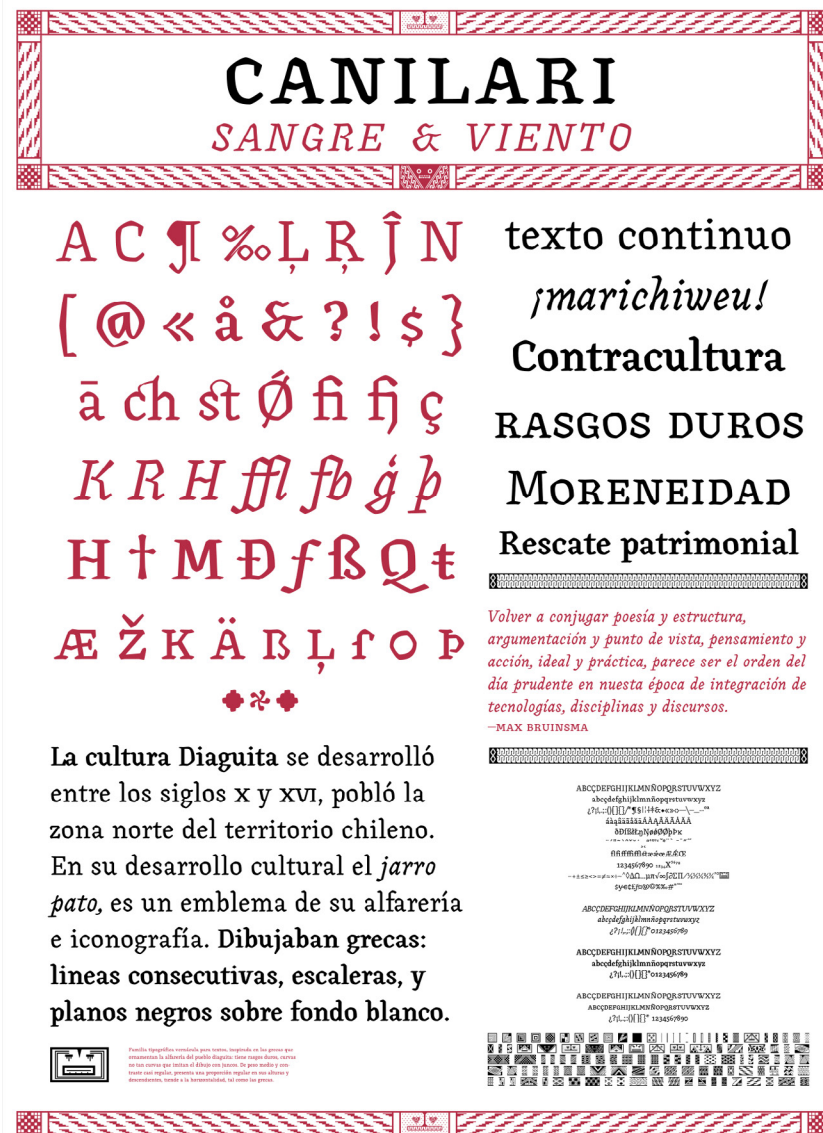
Del grupo seleccionado, destacan los proyectos detallados a continuación:

Información Básica					Descripción Textual	
Nombre	Fundición	Diseñador	Canal de Distribución	Uso Final	1. Características Técnicas y Formales	2. Innov. Tecnológica
Kappa	W Foundry	Salvador Rodríguez, Diego Aravena	MyFonts, W Foundry	Venta	Estructura ligeramente más estrecha, Mayor altura para legibilidad en tamaños pequeños	Version display y texto
Nutmeg	W Foundry	Salvador Rodríguez	MyFonts, W Foundry	Venta	–	Version display y normal, Características OpenType
Ulises	W Foundry	Salvador Rodríguez, Diego Aravena	MyFonts, W Foundry	Venta	–	Glifos alternativos, fracciones y números especiales
Isidora Sans	Latinotype	Enrique Hernández	MyFonts, FontShop, Latinotype, FontSpring	Venta	–	7 pesos e itálicas,
Texta	Latinotype	Daniel Hernández, Miguel Hernández	MyFonts, FontShop, Latinotype, FontSpring	Venta	–	Alternativas para las letras 'a', 'g' e 'y'
Arquitecta	Latinotype	Daniel Hernández, Miguel Hernández	MyFonts, FontShop, Latinotype, FontSpring	Venta	Baja altura de x acentuando ascendentes y descendentes	8 variantes e itálicas, Acentos, numeraciones, fracciones, atrapatintas, hinting optimizado
Hawking	Latinotype	Dani Senso	MyFonts, FontShop, Latinotype, FontSpring	Venta	Slab con formas cuadradas, serifas compuestas de líneas curvas y rectas, Altura de x grande, con ascendentes más altos que la altura de mayúsculas para la legibilidad.	Ligaduras, Figuras proporcionales antiguas, figuras tabulares y lineales
Queulat	Latinotype	Jorge Cisterna	MyFonts, FontShop, Latinotype, FontSpring	Venta	Terminales en gota	Version Alt y Unicase
Magallanes	Latinotype	Daniel Hernández	MyFonts, FontShop, Latinotype, FontSpring	Venta	Trazos y terminales se relacionan a trazos caligráficos de tipos humanistas	8 variantes y soporta diversos idiomas
Amster	Pampatype	Francisco Gálvez	MyFonts, FontShop, Latinotype, FontSpring	Venta	–	Juego de variantes swash, ornamentos y capitulares
Versal Iluminada					–	Múltiples capas
Chasquilla	–	Felipe Vicencio, Javier Quintana	Andez.cl	Distribución Gratuita	Inclinación del plumón a mano alzada	–
Pincoya Black	Latinotype	Daniel Hernández	Andez.cl, MyFonts, FontSpring	Distribución Gratuita	–	Caracteres en formato opentype, uso en distintos idiomas
Renzo	–	Marcelo Suazo	Andez.cl	Distribución Gratuita	Amplias serifas y contraste ligeramente elevado	Codificación Opentype
Nahuelto	–	Santiago Toro	Andez.cl	Distribución Gratuita	Rasgos contrastados para estructura rítmica	Ligaduras de caracteres
Lolapeluza	Rodrigotipo	Héctor Barroso, Rodrigo Araya	MyFonts, FontSpring	Venta	–	4 variantes, con capas
Loyola Pro	Rodrigotipo	Rodrigo Araya, Franco Jonás	MyFonts, FontSpring	Venta	–	Set de sombras y dingbats
Pintanina	Rodrigotipo	Rodrigo Araya, Franco Jonás, Andrey Kudryavtsev	MyFonts, FontSpring	Venta	–	Ampliación de variantes e inclusión de Cirílico

Descripción Textual		Espécimen Tipográfico		Temas Coincidentes	Fuente Información
3. Origen (¿En qué se basó?)	4. Destino (¿Para qué fue elaborada?)	5. Imágenes de Apoyo	6. Textos		
–	Diseño Gráfico y cualquier uso display o texto	–	Aleatorio	No	MyFonts
–	–	–	Aleatorio	No	MyFonts
Inspirada en Shift, Brioni, Skolar and Malaga	Textos pequeños y títulos; imprenta, diseño web, motion graphics y branding	Aleatorio	Aleatorio	No	MyFonts
Nueva versión sin remates de Isidora	Publicaciones, títulos, libros, revistas y diseño corporativo	Aleatorio	Aleatorio	No	MyFonts
Estudio de modelos humanistas de Edward Johnston a Adrian Frutiger y el Alfabeto Gótico de los pintores de letreros	Todo tipo de textos	–	Aleatorio	No	MyFonts
Mezcla entre tipografía racional geométrica y proporciones humanistas, inspirada en el rotulado americano y europeos de mediados del siglo pasado.	Lectura continua y bloques de texto, Titulares, Testo,	–	Arquitectura	6	MyFonts
–	Publicaciones científicas	Ciencia y Espacio	Ciencia y Espacio	4, 5, 6	MyFonts
Inspirada en Modernas y Grotescas	Ideal para logotipos, etiquetas y títulos	Aleatorio	Aleatorio	No	MyFonts
	Títulos	–	Patagonia Chilena	6	MyFonts
Cortes de impresión xilográfica y obra de Amster	Texto continuo	–	Aleatorio	3	Revista Diseña, FrecoType, PampaType
Recrear capitulares de Amster para la Lira Popular	Ficción y atmósfera poética	–	Amster y Lira Popular	3, 4, 6	
Letrística de los carteles de precios, Gráfica de comida de feria libre	–	–	Picadas	1, 3, 6	Esos Tipos de la Utem II
Lettering de afiches de la Guerra Civil Española y Gráfica Unidad Popular	Logotipos, Revistas y Poster	–	Sudamérica	No	Behance de Daniel Hernández, MyFonts
Visión de Lukas sobre Valparaíso	Documentos con párrafos de corta extensión	–	Valparaíso	3, 6	Catálogo DTD 2012, Andez.cl
Créditos de "El Chacal de Nahuelto", Carteles de Ben Shahn	Display para cuerpos grandes	–	"El Chacal de Nahuelto"	3, 6	Behance de Santiago Toro, Esos Tipos de la Utem II
Hacer una tipo alegre y entretenida	Diseños para jóvenes y niños	–	Aleatorio	No	MyFonts
Rediseño de Loyola	Títulos cortos y niños	–	Aleatorio	3	MyFonts
Títulos de Condorito	–	–	Aleatorio	No	MyFonts

Información Básica					Descripción Textual	
Nombre	Fundición	Diseñador	Canal de Distribución	Uso Final	1. Características Técnicas y Formales	2. Innov. Tecnológica
Lota Grotesque	Los Andes Type	Daniel Hernández	MyFonts, FontShop, FontSpring	Venta	–	7 pesos y alt, 4 subfamilias
Darwin	Los Andes Type	Coto Mendoza, Luciano Vergara	MyFonts, FontShop, FontSpring	Venta	Grotesca, geométrica y humanista	10 variantes y 10 alt
Weekly	Los Andes Type	Jorge Cisterna	MyFonts, FontShop, FontSpring	Venta	Baja diferencia entre altura de x y la línea de mayúscula	Pesos livianos y pesados
Modernica	Quintana Font	Javier Quintana	MyFonts, Quintana Font	Venta	–	Set estilísticos agregados
Roijer	PegGo Fonts	Pedro Gonzalez	MyFonts, FontSpring, PegGo Fonts	Venta	–	2 variantes
Biblioteca	–	Roberto Osse + Araya, Gonzalez & Aravena	Biblioteca Nacional	Institucional, Distribución Gratuita	–	Rasgos formales identificados en la tipografía chilena
Carretón	–	Magdalena Arasanz	–	Personal	Contraste invertido	–
TNE	–	Estudio Bercz	–	Institucional	–	Incorporación de elementos de seguridad como glifos
Radal	–	Sergio Leiva	–	Personal	Trazado de la pluma, cortes abruptos, finas uniones y alto contraste	–
Canilari	Latinotype	Patricio Gonzalez	MyFonts	Venta	Rasgos duros, curvas cerradas que imitan dibujo con juncos	Dingbats que simulan la ornamentación de alfarería, 4 pesos e itálicas, capitulares iluminadas
Ld Info / LD Picto	–	Estudio Bercz	–	Institucional	–	–
GobCL	FrescoType	Rodrigo Ramírez, Francisco Gálvez	Kit Digital Gobierno de Chile	Institucional, Distribución Gratuita	Fuente semi-condensada, altura de x generosa	4 variantes y sistema de identidad modular
La Cuarta	FrescoType	Rodrigo Ramírez, Francisco Gálvez	–	Institucional	–	–
TS Info	–	DET	–	Institucional, Distribución Gratuita	–	–

Descripción Textual		Especimen Tipográfico		Temas Coincidentes	Fuente Información
3. Origen (¿En qué se basó?)	4. Destino (¿Para qué fue elaborada?)	5. Imágenes de Apoyo	6. Textos		
–	–	–	Aleatorio	No	MyFonts
–	Títulos, textos cortos, afiches y logos	–	Navegación Marítima	6	MyFonts
Basada en Oficina y Caecilia	Libros y revistas	–	Aleatorio	No	MyFonts
Extensión de Mazúrquica	Titulares y texto continuo	–	Poesía Chilena	3, 6	MyFonts, JavierQuintana.cl
Ejercicios de Branding de 'alto cuidado'	Branding, títulos, etiquetas, moda y material de lujo	–	Aleatorio	No	Behance de Pedro Gonzalez y Marcela Aguilera, MyFonts
Investigación Una Fuente de Luz, Síntesis visual de contextos	Institucional Biblioteca Nacional	Fachada Biblioteca Nacional	Historia Biblioteca Nacional	2, 3, 4, 5, 6	Una Fuente de Luz, Catalogo BTL 2016
Inspirada en la pintura de los carretones de feria	–	–	Payas	3, 6	Banaarasanz.com, Catalogo BTL 2016
Inspiradas en las culturas Aymara, Diaguita, Mapuche y Selk'nam (grecas)	Uso en TNE	TNE en uso, Imágenes cultura Diaguita, Mapuche y Selk'nam	–	4, 5	Catalogo BTL 2016
Paisaje Radal 7 Tazas	–	–	Región del Maule	3, 6	Estudio Vicencio, Portafolio Sergio Leiva
Inspirada en la alfarería de la cultura Diaguita	Trabajo editorial, poesía, periódicos, revistas, afiches, logotipos o publicidad	–	Aleatorio / Cultura Diaguita	1, 2, 3, 6	MyFonts, Estudio HV, Catalogo DTD 2012, Catalogo BTL 2014
–	Sistema de iconos para Diario 'La Discusión'	Muestra de Pictogramas	Muestra de Pictogramas	4	056io, Catalogo BTL 2014
Tipografía Digna	Identidad visual Gobierno Sebastián Piñera	–	Historia y Geografía de Chile	4, 6	7CIT, FrescoType
–	Diario 'La Cuarta'	Prueba de titulares 'La Cuarta'	Aleatorio	4, 5	FrescoType
Elementos tradicionales de la rotulación de letreros de transporte y abreviatura de lugares emblemáticos	Sistema de Transporte Público de Santiago	Proceso de construcción	–	4	DET



→ Figura 36: Canilari

### Canilari

Tipografía diseñada por Patricio González y distribuida por Latinotype, es desarrollada durante el curso del Diploma en Tipografía Digital de la Universidad de Chile del año 2012 y puesta a la venta en el sitio MyFonts el 2015. La creación de esta fuente está inspirada por la alfarería diaguita e involucra un rescate de los ornamentos de las piezas de esta cultura a modo de *dingbats*. La propuesta formal, consiste en letras de rasgos irregulares y de curvas accidentadas, produciendo una cercanía a la estética del trazo y los cuños de la pintura y las piezas de alfarería de dicha etnia. Esta fuente constituye un caso que ha sido capaz de funcionar como tipografía de salida comercial, al mismo tiempo que expone ciertas características culturales del norte de Chile. Tal exposición ha llegado al nivel de ser reconocida en distintas instancias donde ha podido ser visible en forma global, ya que la fuente ha sido seleccionada para Ampersand 2013<sup>15</sup> y la BTL 2014.

15 Ampersand es una conferencia sobre tipografía web que se produce de forma bianual, dentro de sus actividades se realiza una exhibición que realiza una curatoría que selecciona las mejores tipografías realizadas por estudiantes a nivel mundial.





↑ Figura 37: Amster

### Amster

Así como Canilari, Amster es un caso destacado en el que se produce un híbrido de tipografía comercial y que a la vez busca exponer detalles de la cultura nacional. Diseñada por Francisco Gálvez, la ejecución de esta fuente está basada en un primer orden en los trazos quebradizos de la xilografía impresa de los pliegos de cordel recopilados por el maestro tipógrafo Mauricio Amster. Es puntualmente más destacada su variante Amster Versal Iluminada, la que de forma complementaria al resto de la fuente, se compone de letras capitulares que recrean a los personajes de las ilustraciones que acompañan a los pliegos de la lira popular. La misma variante, posee la cualidad de utilizar las características OpenType para construir una fuente que se usa en capas, destinando una capa para la 'letra' de la capitular, y otra para la ilustración de la capitular, para así poder componer con aquella fuente en distintos colores. (Gálvez, 2014) Por último, este trabajo también ha obtenido múltiples reconocimientos entre los que se cuentan la BTL 2008 y 2014, además del Sello de Excelencia al Diseño del CNCA del 2015.



↖ Figura 38: Biblioteca

### Biblioteca

Mencionada anteriormente, Biblioteca es una fuente diseñada por un equipo comandado por Roberto Osses, acompañado por los diseñadores César Araya, Patricio González y Diego Aravena, para el uso institucional en la Biblioteca Nacional de Chile. La elaboración de este trabajo, comprendió un completo proyecto que involucró una investigación previa, la exposición pública del proceso y la liberación para descarga gratuita de la fuente. El desarrollo de la fuente, registrado en el libro 'Una fuente de luz' detalla las decisiones tomadas para su elaboración con el objetivo de transmitir la historia y el patrimonio legado por la institución. Esta es la guía para poder determinar ciertas precisiones en el diseño de la tipografía, como por ejemplo, poseer ciertas entradas de luz aludiendo al concepto del 'atrapa tintas' con la intención de citar al periodo de la Ilustración Europea; utilizar como base una tipografía neoclásica como *Monticello* o *Miller*, producto de los contextos históricos y estéticos que describen las bases fundamentales de la creación de la Biblioteca Nacional; o la decisión de adoptar rasgos comunes de las tipografías chilenas como hacer una panza baja a la letra 'a', imitar la proporción entre las letras de caja alta y caja baja, o la incorporación de una pierna curvada a la letra 'R'. (Osses, 2016)



detailed one. **Helipad:** noun [ C ] a place where a helicopter can take off and land. **Heliport:** noun [ C ] an airport for helicopters. **Helium:** noun [ U ] a chemical element that is a gas lighter than air, that will not burn and is used in balloons, airships, and some types of lights • *Hot air balloons are more common, but many of the high altitude balloons use helium gas.* **Helix:** noun [ C ] **1 SPECIALIZED MATHEMATICS** a curve that goes around a central tube or cone shape in the form of

Figura 39: Hawking

### Hawking

El caso de esta fuente, es destacable puntualmente porque es común en muchas tipografías que poseen fines comerciales. Hawking, diseñada por Dani Senso para Latinotype, está diseñada con el objetivo de usarse en primera instancia, para publicaciones científicas, razón por la que también se le asigna el nombre (aludiendo al científico Stephen Hawking). A pesar de ello, el diseñador detalla en la descripción de la fuente, que también se puede usar en otros contextos variando desde textos periodísticos, técnicos hasta titulares, conservando el pragmatismo que existe en el círculo de las fuentes comerciales, al detallar que no está creada para un solo uso exclusivo, sino que este puede ampliarse a cualquier contexto posible. Independiente de esto, la secuencia de especímenes expuesta en la página de venta, estructura un discurso en torno a las ciencias y la tecnología, ya que para poder mostrar la fuente en uso, se muestra en tablas periódicas, titulares con fondos de cielo nocturno, textos con información sobre el sistema solar o elementos químicos, incluyendo películas de ciencia ficción.

**Humana.**  
 antu|mapu  
 colchagüine  
 21.670 hábs.

### gobCL

También mencionada anteriormente, la actual tipografía del Gobierno de Chile se construyó como un proyecto sobre la línea histórica de distintas marcas institucionales de las jefaturas de estado después de la Dictadura Cívico-Militar. Bajo la idea de ser complementaria a la nueva propuesta de imagen, la intención de los diseñadores es crear una tipografía centrada en el valor de la neutralidad y la condición modular, siguiendo como ejemplo otros casos similares en el ámbito internacional y tomando como base la familia tipográfica *Digna*. A pesar de que la construcción del espécimen evoca lugares comunes de la cultura nacional, la fuente tanto a nivel argumentativo como a nivel formal no busca en ningún momento proyectar una imagen que se vincule con alguna característica específica de Chile, sino, que se enfoca en el aspecto técnico (legibilidad y simplicidad) para funcionar como parte de la configuración general de la marca creada. (Álvarez & Ramírez, 2016)

Figura 40: gobCL



↑ Figura 41: Lota Grotesque

### Lota Grotesque

Creada por Daniel Hernández y distribuida por Los Andes Type, Lota Grotesque configura un discurso que es habitual en la venta de fuentes digitales no solo a nivel nacional, sino que también en orden global. La tipografía, se describe esencialmente bajo parámetros que detallan la cantidad de pesos, las ventajas tecnológicas que posee (en este caso se destacan las subfamilias, versiones alternativas, un soporte de 219 idiomas, ligaduras discretivas, etc.) y nombra como conceptos centrales la versatilidad y la funcionalidad. La estructura de sus especímenes no posee una estructura clara en cuanto a los textos o palabras de prueba (resaltando la 'versatilidad') por lo que varía en tocar temas como la exposición de Violeta Parra en el Louvre, un montaje sobre un informe climatológico en Nashville, el skyline de Nueva York o exponer las múltiples opciones de caracteres y símbolos alternativos que posee el producto. Vale la pena detallar que esta fuente a pesar de ser nombrada como una locación particular, con características culturales que podrían haber estado presentes en un proyecto como tal<sup>16</sup>, no se menciona alguna alusión a ello, omitiendo el mismo origen de su denominación.

<sup>16</sup> La ciudad de Lota ubicada en la Región del Biobío posee una larga historia ligada a la explotación del carbón. Dando lugar a distintos fenómenos propios de su territorio, destacando particularidades de orden social, cultural, económico y arquitectónico.

### Investigación en Tipografía en Chile

La tipografía, considerada ya sea como una especialización dentro del diseño o una herramienta de la profesión, tiene un carácter estructural en el área académica. En la mayoría de los planes curriculares de pregrado esta materia es enseñada como uno de los elementos básicos para formar profesionales en el área del diseño. Aunque el escenario en este ámbito es favorable, a nivel de especialización y de investigación, el volumen es bajo y son escasos los espacios de estudio en el país.

Actualmente en nuestra educación superior, 'Tipografía' es considerada una de las asignaturas básicas en la enseñanza de las carreras de Diseño. Para contextualizar, al someterse a evaluación la cantidad de mallas curriculares de Diseño que imparten ramos en pregrado que abarquen el conocimiento tipográfico, se revela que dentro de un universo de 27 instituciones, son 16 las que lo contienen<sup>17</sup>. En convivencia con ello, en la actualidad existe una proliferación de espacios externos a la academia dedicados a la enseñanza de la tipografía, la caligrafía y el *lettering*<sup>18</sup>, que continuamente se encuentran en desarrollo, cultivando y expandiendo los conocimientos acerca de la tipografía [ver Figura 42]. Además, en materia de especialización académica del tema, actualmente se ofrecen tres postítulos de casas de estudios de nuestro país: el Postítulo en Diseño Tipográfico en el INACAP de Valparaíso, el Diploma en Tipografía Digital de la PUC y el Diploma en Tipografía y Lettering de la UCH.

Dicha escena se contrapone a lo que sucede a nivel de investigación académica. Más allá de que el volumen de publicaciones dirigidas a investigaciones en torno al diseño sea bajo en nuestro país, dentro de este universo, el acercamiento a la tipografía es de un porcentaje mucho menor. Sin ir más lejos, de acuerdo al estudio adjunto en el 'Anexo: Producción de investigación académica de la tipografía en Chile', en Chile según las colecciones de la Biblioteca Nacional, existen sólo 7 libros que aborden la tipografía como tema central en los últimos 30 años, siendo destacable el hecho de que títulos como '12 años del DET', 'Educación tipográfica. Una introducción a la tipografía', 'Una fuente de luz' y 'Orígenes de la tipografía en Chile' han sido publicados entre 2012 y 2017. Si profundizamos en ello, existen solo tres espacios en Chile donde son ofrecidos actualmente estas publicaciones: '12 años del DET' en la tienda 'Ojo por ojo', 'Educación tipográfica. Una introducción a la tipografía' en la librería 'Metales Pesados' y los libros 'Una fuente de luz' y 'Orígenes de la tipografía en Chile' en la librería de la Biblioteca Nacional.

Junto con ello, la cantidad de artículos en revistas especializadas pasa por un momento similar. Entendiendo que actualmente existen cuatro revistas académicas que abarcan temas de diseño (Revista Chilena de Diseño de la



↑ Figura 42: Cantidad de ramos de 'Tipografía' en mallas curriculares de Educación Superior en Chile

Fuente: 'ABC Diario', proyecto de título de Hugo Mallea

<sup>17</sup> En el Anexo 'Mallas curriculares con ramos de tipografía en establecimientos de educación superior en Chile' de la tesis de título 'ABC Diario' de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile de Hugo Mallea, se presenta un detalle de este dato.

<sup>18</sup> Como muestra de ello, durante el presente año se han realizado distintas actividades y talleres que se dedican a la enseñanza de distintos aspectos de la disciplina tipográfica, valen destacar los recurrentes talleres especializados en caligrafía y lettering ofrecidos por la tienda 'Ojo por ojo' o del espacio 'Casa de Oficios' además del 'Taller Diseño de Tipografía' ofrecido por la agencia 'Cerro' en Valparaíso.

↓ **Figura 43:** Gráfico "Investigaciones sobre tipografía publicadas por año"

Fuente: Datos recopilados por el autor disponibles en la sección 'Anexo: Producción de investigación académica en el área tipografía en Chile'.

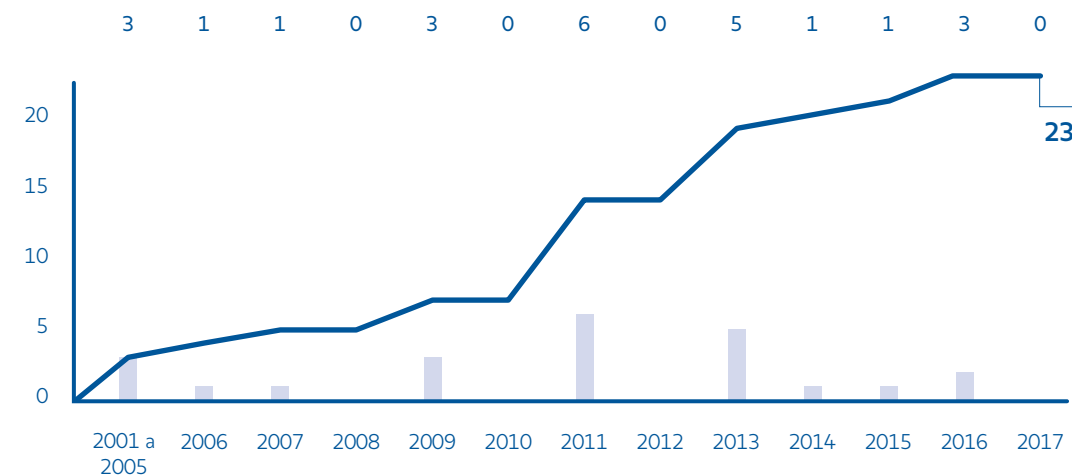
UCH, Revista Diseña de la PUC, Revista 180 de la UDP y Revista Base de la UDP), la cantidad total de artículos que abarca como tema central la disciplina tipográfica es de 20. Si bien, en casos como la Revista 180 o Diseña, presenta un alto volumen con respecto a sus contenidos totales, los artículos sobre tipografía de los últimos 5 años se reduce a 9, disminuyendo incluso a 3 desde el año 2015, lo que grafica un descenso sostenido de la investigación en torno al tema [ver en Figura 43 y más detalles en Anexo: Producción de investigación académica de tipografía en Chile].

### Instancias de reconocimiento al diseño en escalas nacional e internacional

En nuestro contexto, el diseño posee distintos espacios y momentos de reconocimiento de nuestros trabajos, ya sea respecto a áreas de creación, investigación, innovación u otras más. De estos eventos, podemos contar a la Bienal Iberoamericana de Diseño (BID), de extensión internacional, además de la Bienal de Diseño (BDA) o el Sello de Excelencia al Diseño del CNCA a nivel nacional. También, debemos resaltar la existencia de la Bienal de Tipos Latinos (BTL), evento que busca destacar los mejores trabajos de tipografía desarrollados en Latinoamérica.

La situación de la tipografía en aquellos espacios que conjugan todos los ámbitos del diseño es desde ya preocupante, debido a la baja cantidad de proyectos de esta área que están siendo reconocidos. En las BID de los años 2014 y 2016, por ejemplo, son solo 24 proyectos tipográficos que fueron nominados en la selección realizada por la jura, dentro de un universo de 764 proyectos en total. De aquella cuenta, solo 2 han sido desarrollados en Chile [ver Anexo: Tipografías chilenas en instancias de reconocimiento de diseño].

Cantidad de investigaciones sobre tipografía publicadas en revistas académicas de Chile (2001-2017)



Si observamos en detalle los temas centrales de aquellos proyectos de tipografía resulta aún menos diverso. La orientación de los proyectos de tipografía que destacan a nivel nacional no responden necesariamente a características culturales o de la identidad de su mismo territorio, ocurriendo una situación similar al problema detallado en la problemática que aborda el mercado.

En instancias como la BID o la BTL de los últimos años, de aquellos proyectos que abarcan el desarrollo de trabajo tipográfico (ya sea, *lettering*, creación o aplicación de familias tipográficas), solo existen 10 de 24 proyectos realizados en Chile en los que se observa algún enfoque en contenidos culturales, ya sea en la descripción, la investigación previa, aplicación o exposición de cada proyecto<sup>19</sup>. La comparación es aún más drástica si unimos a todos los proyectos de estas mismas instancias a nivel regional, y es que en Latinoamérica solo se cuentan 27 proyectos orientados a la cultura en contraste de una totalidad de 162 trabajos seleccionados en aquellos eventos. Los tópicos de los proyectos restantes hacen referencia mayormente a innovaciones formales en cuanto al estilo tipográfico o responden a alguna tendencia en particular, caso similar al que se detallaba en el mercado internacional anteriormente<sup>20</sup> [ver en Figuras 44 y 45 y Anexo: Tipografías chilenas en instancias de reconocimiento de diseño].

Junto a esta situación, podemos sumar que en nuestro país, tanto la sexta versión de la Bienal de Diseño y el Sello de Excelencia al Diseño del CNCA del año 2014, integraron 7 trabajos vinculados a la tipografía que fueron destacados dentro de un total de 33. Lo cual evidencia que esta situación se repite tanto a una escala regional como a nivel nacional.

↗ **Figura 44:** Gráfico "Proyectos tipográficos reconocidos en Latinoamérica y en Chile en la BID y BTL"

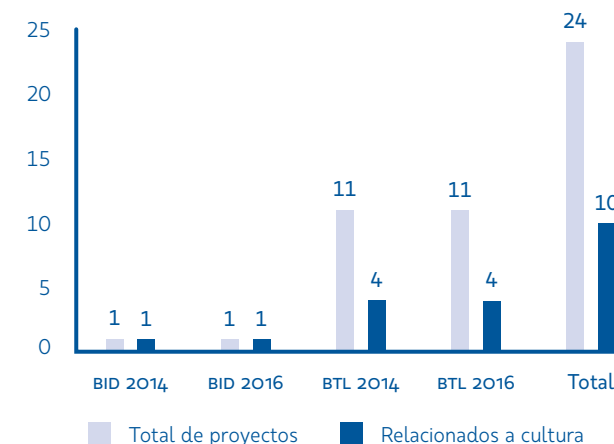
↓ **Figura 45:** Gráfico "Tipografías incluidas en la selección de la Bienal Diseño en Alerta y Sello CNCA"

Fuente: Datos recopilados por el autor de los catálogos de la BID, la BTL de los años 2014 y 2016, la Bienal Diseño en Alerta y el Sello CNCA.

19 Ver detalle en Anexo: 'Tipografía y Cultura en Bienales Iberoamericana de Diseño y Tipos Latinos 2014 y 2016'.

20 Para corroborar las temáticas comunes, se puede ver en detalle en el subcapítulo de la sección 'Antecedentes: Situación actual de la producción tipográfica en Chile'.

Cantidad de tipografías chilenas incluidas en las BTL y BID de los años 2014 y 2016.



Cantidad de tipografías seleccionadas en la Bienal Diseño "En Alerta" y Sello Excelencia al Diseño CNCA 2014.



# ESTADO DEL ARTE

**Tipografías que estén fundamentadas en torno a identidad y cultura en Chile** *(Provenientes del Subgrupo del Análisis anterior: “Tipografías chilenas sobre fenómenos culturales”)*

## En Chile:

**Canilari:** Fuente de Patricio González, basada en la alfarería de la cultura diaguita.

**Amster Versal Iluminada:** Variante de Amster, fuente de Francisco Gálvez, que construye capitulares basados en los grabados de la recopilación de pliegos de cordel de Mauricio Amster.

**Carretón:** Fuente de Magdalena 'Bana' Arasanz, creada a partir de la gráfica de los carretones de feria de la zona central de Chile.

**Radal:** Fuente de Sergio Leiva, basada en la geografía del Radal Siete Tazas de la región del Maule.

**Renzo:** Fuente de Marcelo Suazo, inspirada por la visión del dibujante Lukas sobre la ciudad de Valparaíso.

**Tejuela:** Fuente de Raúl Israel Meza, creada como parte de un sistema de señalización de las Iglesias de Madera declaradas Patrimonio de la Humanidad del archipiélago de Chiloé.

**Neftalí:** Fuente de Franco Jonás, creada a partir de la interpretación del 'Poema 20' de Pablo Neruda.

**Patrimonia:** Fuente de Jorge Morales, inspirada en los libros de la colección de la Biblioteca Patrimonial Recoleta Dominica.





Figuras 46 a 48: Tipografías 'Māngai' de Daniela Hanna, 'Tejuela' de Raúl Israel y 'Ancízar' de César Puertas, Julián y Viviana Moncada.

Fuente: Catálogos BTL 2014 y 2016, Behance de Raúl Israel.

**Biblioteca:** Fuente desarrollada por Roberto Osses y el equipo compuesto por César Araya, Patricio González y Diego Aravena; elaborada a modo de tipografía institucional para la Biblioteca Nacional de Chile.

**Nueva Estadio:** Fuente de Alejandro Scaff, que interpreta las letras del logo de la revista Estadio, publicación de deportes existente entre los años 1941 y 1982.

**Nahueltoro:** Fuente de Santiago Toro, basada en los créditos finales de 'El Chacal de Nahueltoro'.

**Māngai:** Fuente de Daniela Hanna, desarrollada para el periódico 'El Correo del Moai', basada en el trabajo artesanal del pueblo rapanui.

**En Latinoamérica**

**Crónicas visuales del Abya Yala (Tipografías Modular 46 y Tiwanacu):** Desarrollado por la ecuatoriana Vanessa Zúñiga, es un libro que recopila ejercicios visuales dentro de los que se cuentan 17 tipografías experimentales a partir de las culturas ancestrales del Ecuador.

**Ancízar:** Fuente creada por Cesar Puertas, Julian y Viviana Moncada para la Universidad Nacional de Colombia.



## DISCUSIÓN BIBLIOGRÁFICA

### Área temática: Forma y función tipográfica

Blackwell, Lewis “Tipografía del siglo XX”

Lewis Blackwell en una revisión histórica de la producción tipográfica durante el siglo pasado, destaca la influencia de artistas y diseñadores involucrados en el área de la tipografía como William Morris, Koloman Moser, Jan Tschichold, Josef Muller-Brockmann, Wolfgang Weingart o Ed Fella, quienes sientan bases de la evolución de la filosofía en torno al diseño de fuentes en el mundo occidental.

Kinross, Robin “Tipografía Moderna. Un ensayo histórico crítico”

De forma complementaria a la crónica realizada por Blackwell, la obra de Robin Kinross realiza observaciones críticas del desarrollo histórico de la tipografía, enfocado principalmente a la evolución del campo de la impresión tipográfica.

Bascuñán, Patricio “La tipografía moderna entre la ideología y la utilidad”

Artículo proveniente de la Revista Chilena de Diseño (RChD) que analiza el momento histórico en que se empieza a discutir sobre el concepto de modernidad en el campo de la tipografía, donde se generan conflictos en torno a diseñadores que buscan el racionalismo estético y funcional. Comparando la visión de Jan Tschichold con las nuevas ideas en la enseñanza de la tipografía provenientes de la hfG-Ulm.

### Área temática: Expresión visual de la tipografía

La tipografía como soporte del lenguaje textual



Figuras 49 y 50: Tipografías 'Leluja' de Andrea Kulpas y set de pictogramas 'Mini Rio' de Fabio Lopez.

Fuente: Behance de Andrea Kulpas y Fabio Lopez.

**Leluja:** Fuente creada por la brasileña Andrea Kulpas, basada en la artesanía polaca de los *wycinankies*.

**Mini Rio:** Set de pictogramas elaborado por el brasileño Fabio Lopez que recrea 100 actividades, personajes y lugares distintos de la ciudad de Rio de Janeiro.

**Zipolite Rounded:** Fuente creada por el mexicano Elí Castellanos que busca reflejar la vida en la playa de Zipolite.



### Hochuli, Jost “El detalle en la tipografía”

Destaca de esta obra la filosofía patente en Hochuli, cuyo pensamiento está orientado en el estatus del tipógrafo en función de la lectura y el texto.

### Noordzij, Gerrit “El trazo”

Libro que aborda el concepto de tipografía en su estado más inicial, por lo que se remonta a comprender la disciplina desde el ‘trazo’, la materia prima de la escritura manuscrita y caligráfica.

### Calles, Francisco “Metáforas tipográficas y otras figuras”

Artículo del libro ‘Tipografía, Diseño y Lenguaje’ que desliza una crítica a limitar la tipografía al lenguaje textual y funciona como conexión con el tema consecutivo, ya que alude a que las fuentes poseen además una función semántica.

### La tipografía como soporte de comunicación visual

#### Bringhurst, Robert “Los elementos del estilo tipográfico”

Texto elemental de la disciplina que realiza un completo y profundo registro de la práctica del oficio tipográfico, por lo que funciona como contrapunto entre la visión teórica orientada hacia la técnica tipográfica y la mirada más reflexiva.

#### Blackwell, Lewis “Tipografía del siglo XX”

La obra de Blackwell en este apartado, aporta con la mención de los artistas futuristas y del movimiento Dadá y los cambios en la mirada de la tipografía en el periodo previo a la Segunda Guerra Mundial.

#### Pelta, Raquel “Cuando la letra puede cambiar el mundo. Futurismo, Dadá y tipos”

Raquel Pelta profundiza con un análisis a la producción de los artistas del periodo entreguerras valorizando la influencia de estos movimientos en el diseño tipográfico y editorial.

#### Bil’ak, Peter “We don’t need new fonts”

Ensayo del tipógrafo Peter Bil’ak que cuestiona el hecho de crear nuevas tipografías en torno al estudio y transformación de las formas de la letra sin un sustento crítico o reflexivo en su elaboración.

#### “Tipografía Diseño y Lenguaje”

Recopilación de artículos que reúnen pensamientos de tipógrafos e investigadores de la disciplina como Rubén Fontana, Francisco Calles y Zalma

Jalluf, en el que discuten la necesidad de reflexionar en torno al diseño de fuentes y su filiación inherente con la comprensión y práctica del lenguaje.

### Galvez, F. & Ramirez, R. “Tipografía e Identidad”

Artículo elaborado para detallar y analizar el proceso de creación de la fuente destinada al periódico nacional La Tercera, donde se plantea la creación de tipografías con un mandante y una función determinada, la cual además debe contar con una identidad particular.

### Osses, Roberto “Una fuente de luz”

Libro que sirve como base al proyecto de la tipografía Biblioteca y que registra de forma minuciosa la metodología bajo la cual se diseña la fuente en base a una investigación histórica y la incorporación de cada uno de los contextos que inspiran su creación.

### Área temática: El fútbol y los “clásicos”, una manifestación de cultura del territorio

#### Medina Cano, Federico “El fútbol y la vivencia festiva de la nacionalidad”

Artículo que aborda el fútbol como un deporte en que se ven reflejados distintas expresiones que se agrupan en el concepto de la ‘nación’, entendida como un territorio limitado que construye una determinada identidad.

#### Valenzuela, Eric; Ponce, Sebastián; Vergara, Carlos “Orgullo del Puerto”

Libro que identifica los elementos sociales que configuran el sentido de pertenencia y la apropiación del territorio por parte de los hinchas de Santiago Wanderers en la ciudad de Valparaíso, fenómeno que además se replica en distintos contextos en los que se estudia al hincha como tal.

### La Hinchada

#### Recasens, Andrés “Diagnóstico antropológico de las barras bravas y de la violencia ligada al fútbol”

Informe que en su sección que analiza a los ‘hinchas’ y ‘barra brava’ realiza una descripción de ambos grupos exponiendo sus coincidencias e incompatibilidades como sujetos separados.

### Los Clásicos

#### Alabarces, Pablo “Futbologías”

Libro recopilatorio de distintos artículos que trabajan en torno a la influencia social que sostiene el fútbol como deporte en distintos grupos huma-

nos de Latinoamérica, exhibiendo a los clásicos como el evento en que se visibilizan las distintas expresiones culturales de su territorio correspondiente.

### **Área temática: Representación visual por medio del diseño de tipografía**

#### **La teoría de los signos como herramienta del proceso creativo de la tipografía**

Walther, Elisabeth “La teoría de los signos”

Libro que explica el pensamiento teórico de Max Bense en torno a los signos dentro del campo de la semiótica de forma sintética.

Reznikov, Lazar’ O. “Semiótica y teoría del conocimiento”

Libro que complementa la teoría de los signos y que explora el concepto desde las representaciones de un objeto sobre otro.

Morris, Charles “Fundamentos de la teoría de los signos”

Así como los dos textos anteriores, abarca reflexiones en torno a la teoría de los signos, que además resume el campo de estudio de la semiótica.

## MARCO TEÓRICO

### **Forma y función tipográfica**

Si abordamos la disciplina tipográfica desde la vereda de la teoría, observaremos que aquellos autores que tratan el tema, muestran un paralelo con lo que ha sucedido con la historia misma del diseño. Es por eso que las propuestas que a través del tiempo han ido modificando la manera de pensar la disciplina tipográfica, han centrado su reflexión en el resultado de un constante ‘tira y afloja’ entre dos conceptos que se han discutido permanentemente en el diseño: la búsqueda por el equilibrio entre la función y la forma.

Por supuesto que no se pone en duda de la naturaleza funcional de la tipografía. Hemos afirmado varias veces que es la misma representación visual de nuestro lenguaje. Un conjunto de símbolos que diseñamos con el objetivo de ser leídos. Sin embargo, existen ciertas ocasiones en que se ha dado un enfoque tan desequilibrado hacia esta solución, que incluso ha resultado paradójica la búsqueda por proponer un pensamiento característico del racionalismo funcionalista bajo el exclusivo criterio estético. Es por eso que en esta breve revisión observaremos que el proceso creativo de diseñar una tipografía siempre debe abarcar la búsqueda de soluciones para decidir el aspecto que se le otorgará a este sistema de símbolos.

Al margen de que la historia de la tipografía haya sido un tramo muy pausado desde su invención por parte de Johannes Gutenberg<sup>21</sup>, es fundamental afirmar que es en el periodo inmediatamente posterior a la Revolución Industrial cuando encontraremos numerosas ocasiones en que se ha estudiado, ampliado y puesto a prueba el uso y el diseño de la tipografía<sup>22</sup>.

En este intertanto es cuando se sientan bases en torno a lo que entendemos hoy como diseño, abarcando con ello la tarea de los

<sup>21</sup> Vale aclarar que la gran invención de Johannes Gutenberg y su socio Johann Fust no es la ‘imprenta’ como es concebido el concepto comúnmente, sino que es la creación y funcionamiento de una imprenta de ‘tipos móviles’ en el mundo occidental. En definitiva, se les atribuye la creación y la aplicación de la tipografía.

<sup>22</sup> En su revisión histórica dentro del libro ‘Educación tipográfica’, el tipógrafo Francisco Gálvez comenta que es en este periodo donde la tipografía debe resolver nuevos cuestionamiento ante nuevas plataformas. Donde los avances en este campo se orientaron, “ampliándose a un criterio que no sólo abarca los libros, sino también los diarios, afiches, flyers, envases, letreros y revistas, por nombrar algunos soportes” (Gálvez, 2012).

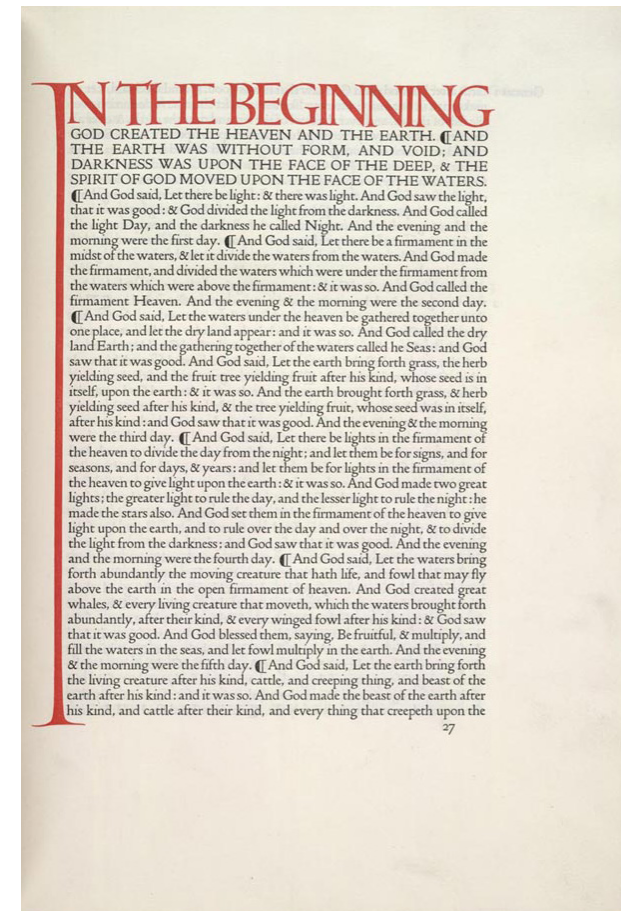


diseñadores de fuentes. A partir de esta época, ya se encuentran antecedentes donde se pone en cuestión aquello que autores denominaron el aspecto 'funcional' en la tipografía. Hacia el 1900 por ejemplo, Emery Walker junto a Thomas Cobden-Sanderson crean la tipografía *Doves* para Doves Press, proyecto que según Lewis Blackwell en 'La tipografía del siglo XX', estuvo orientado en solucionar el aspecto netamente funcional de la tipografía. De hecho, afirma que Cobden-Sanderson "refleja esta búsqueda de una forma funcional, pero interpretativa para los caracteres y su disposición, abriendo un camino hacia el futuro pensamiento del Movimiento Moderno." (Blackwell, 1993). La experimentación realizada en la *Doves* es una representación de un paradigma que se estaba transformando en el mundo de la tipografía, abriendo camino a la omisión de los detalles traídos de la herencia de antiguas fuentes. En el libro 'Tipografía moderna', Robin Kinross describe a la tipografía de Walker y Cobden-Sanderson como "una adaptación del tipo Jenson exenta de los rasgos amateurs (en el peor sentido de la palabra) que caracterizaban a los tipos de otras editoriales" (Kinross, 2008), recalcando la diferencia existente entre el trabajo de la misma Doves Press y lo que estaba sucediendo en el rubro de dicha época, destacando que la creación de ambos autores poseía un carácter más 'purista' que otros ejercicios editoriales de aquel entonces.

En esta misma línea y de forma paralela, durante el periodo de la Secesión Vienesa hay coincidencias en el afán por alcanzar que la tipografía llegue a formas cada vez más pulcras, movidos por la idea de dejar 'lucir' la tipografía y así no cubrir una función exclusivamente estética. Blackwell toma el caso de Koloman Moser para ilustrar esta situación, explicando que él va "geometrizando" sus diseños que en su origen fueron influenciados por el Art Nouveau, restando importancia a la tendencia hacia la ornamentación vegetal común en esos momentos. Afirma Blackwell, que la estética de los diseños de Moser "muestran un cuestionamiento de los tipos de letra y una búsqueda de nuevas vías para transmitir el mensaje tipográfico más allá de la rigidez de los tipos de fundición establecidos" (Blackwell, 1993).

Es así como vemos que la idea de *Doves* y la transición experimentada por la obra de Moser poseen una impronta por otorgarle un valor de 'invisibilidad' a la tipografía en favor a la lectura del texto. En este mismo periodo podemos destacar la fuerte influencia de la ideología del movimiento 'Arts & Crafts' en torno a la tipografía, cuando William Morris se propone levantar una respuesta a lo que él señala como una industrialización que omitía progresivamente la labor del artesano, contrario a lo que sucediera previo a la explosión industrial del siglo XIX.

Una de sus propuestas es lo que ocurrió con los tipos 'Kelmescott' que buscan en la ornamentación y los detalles formales contraponerse a tipogra-



↖ Figura 51: Tipografía *Doves* en la Biblia impresa por la Doves Press, 1905.

↑ Figura 52: La obra de Koloman Moser. Portada de 'Der Musikant', 1909.

Fuente: Wikimedia Commons.

fías como Clarendon, de orientación comercial, y por lo tanto, dispuesta en función de la producción masiva. Lewis Blackwell señala que el producto tipográfico diseñado por Morris estaba movido por ideas que se enmarcaban en “su oposición a la industrialización y su exaltación de la depurada técnica artesanal.” (Blackwell, 1993) Siendo casos en los que se hace patente la tendencia que va a encaminar la filosofía en torno al diseño de letras a partir de esta coyuntura.

Existió en esta época una permanente búsqueda por plasmar de forma clara la ideología del movimiento del Arts & Crafts. Cuya guía era que, por medio de sus propuestas gráficas, intentar dignificar el trabajo artesanal que se veía mermado producto del desarrollo industrial y junto con ello la degradación de las condiciones de la clase obrera<sup>23</sup>. A pesar de ello, lo notable de sus ejecuciones terminó revalorizando la producción artesanal no de la forma que Morris tal vez esperaba, pasando de ser un oficio con un ideal democrático o masivo a algo de carácter exclusivo, lo que terminó por abarcar el interés de clases más acomodadas. De forma opuesta, los objetos de producción serializada eran aquellos que se usaban en la población mayoritaria.

Es el mismo Morris quien otorga una plataforma visible a quienes rodean el trabajo de la tipografía. Kinross comenta que el trabajo realizado por la

<sup>23</sup> La lógica de crear tipos eficientes, omitiendo ornamentos bajo la idea de evitar connotación alguna es una consecuencia del pensamiento propagado durante la Revolución Industrial. Lo planteado por Morris resulta entonces, una reacción opuesta a la cosmovisión del momento.

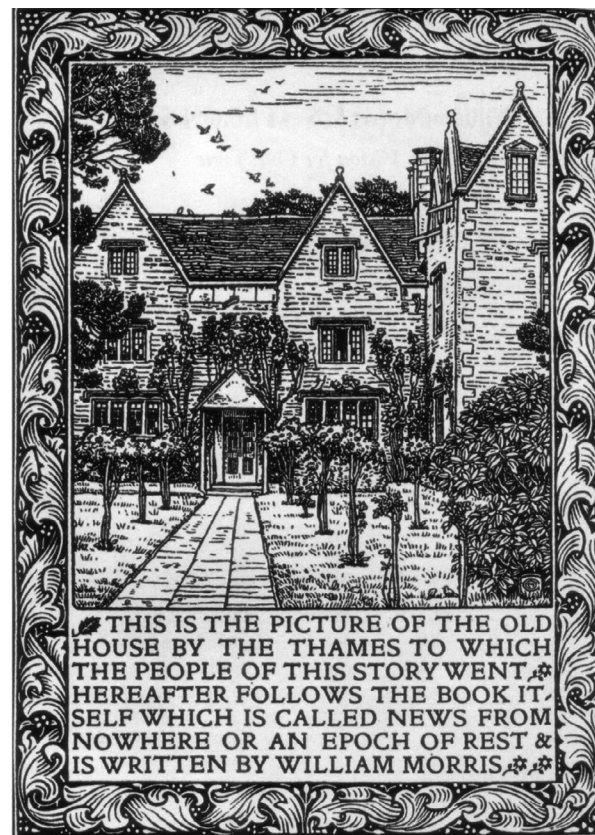


Figura 53: Interior de 'News from nowhere' impreso por la Kelmscott Press de William Morris, 1892.

Fuente: Wikimedia Commons.

Kelmscott termina por impulsar un pensamiento íntegro del libro, considerando a la tipografía como parte esencial de esta cadena de trabajo:

“La figura del tipógrafo apareció cuando las imprentas y editoriales comerciales decidieron mejorar la calidad y recuperar el factor estético que se había perdido. Inicialmente, para los jóvenes que decidieron dedicarse a la tipografía inspirados por la Kelmscott, la impresión era ante todo una cuestión estética motivada por el deseo de producir libros hermosos.” (Kinross, 2008)

Tanto el pensamiento de Morris, como los ejemplos nacidos en aquellos años tienen notables efectos en la filosofía del tipógrafo, por lo que esta forma de pensar se hace presente de manera repetida en épocas posteriores. De hecho, es herencia de aquellas ideas las propuestas nacidas en lugares como la Bauhaus, donde retomaran el concepto de la ‘función’ como algo primordial en la soluciones de diseño, que además de involucrar disciplinas como la arquitectura o el diseño industrial, aborda a la tipografía. Bajo el ojo de Blackwell es “la búsqueda de la adecuación de formas a la función” (Blackwell, 1993) el principio teórico y filosófico de todos los trabajos y proyectos nacidos en aquel espacio, incluidos los que circundan el entorno de la tipografía.

En años posteriores a la explosión de las vanguardias se generan también otro tipo de reflexiones. Quienes adoptan una postura marcada en torno a valorizar la condición ‘funcional’ de la tipografía buscaron sentar bases teóricas para validar aquella tesis. Jan Tschichold, por ejemplo, cuando publica ‘Die Neue Typographie’ propone dar un giro a los cuestionamientos en torno a la tipografía producto de una nueva mirada que surge desde el diseño industrial. Patricio Bascuñán en su artículo ‘La tipografía moderna entre la ideología y la utilidad’, afirma que Tschichold al publicar este libro “abrió una senda para un diseño basado en la funcionalidad, desechando los elementos ajados de la tradición y consolidándose como un reflejo auténtico de una época caracterizada por las vanguardias.” (Bascuñán, 2016). Reflejando así un deseo basado en que la tipografía cumpla un deber netamente funcional, centrándose en la óptima legibilidad para el lector.

Más allá de Tschichold, hubieron diseñadores que se destacaron por radicalizar aquel pensamiento. En la década de 1950, Joseph Müller-Brockmann orienta sus trabajos y el área formativa de otros diseñadores, bajo el ideal del «diseño objetivo», cuyos principales argumentos son ocupar la tipografía con el objetivo de una “comunicación puramente funcional, oponiéndose a la combinación de familias diferentes, e incluso al uso de diferentes formas de la misma familia dentro de un mismo diseño.” (Blackwell, 1993). Así, Müller-Brockmann abogaba por un canon de diseño y tipografía opuesto a lo que estéticamente lograban movimientos dados en las dé-



cadavres anteriores bajo el fundamento de la función por sobre otras cualidades que un objeto de diseño podría tener. Así, omitía la existencia de atributos propios de la tipografía como lo son la forma o el concepto: la tipografía son solo letras que están para ser leídas. Ahora, a pesar de que por ejemplo Jan Tschichold fue algo menos radical en cuanto a su postura, los diseñadores que trabajaron en base al nombrado 'International Style' impulsado por el mismo Müller-Brockmann, parecieron buscar las 'formas' objetivas o neutras, sin necesariamente cuestionar si aquello va directamente vinculado al funcionamiento óptimo de la tipografía.

Tipografías usualmente vinculadas a esta idea son los tipos de palo seco *Akzidenz Grotesk* o *Futura*. El empleo de estas fuentes son un ejemplo de lo que ocurre con el pensamiento de aquel entonces. Bascuñán señala que "solo cumplían un fin ostentoso, quizás no de monumentalidad, pero si de una idea de "funcionalidad" y "modernidad", bastantes deseables por entonces, opacando lo más importante para un tipo de lectura: su legibilidad" (Bascuñán, 2016). Demostrando que *Akzidenz-Grotesk* o *Futura* no tenían por objetivo precisamente la legibilidad. A pesar de ello existe una necesidad imperiosa por parte de los diseñadores de buscar satisfacer la consigna de la "legibilidad" con fundamentos de nivel estético [ver figuras 56 y 57, en las páginas siguientes].

↓ **Figura 54:** Afiche para 'Música viva' creado por Josef Müller-Brockmann, 1892.

Fuente: Grafik.

↘ **Figura 55:** *Helvética*, icónica fuente usada en las obras International Style.

Composición elaborada por el autor.



↓ **Figura 56:** Comparación de cuerpos de texto construido con Akzidenz Grotesk [izquierda] mencionada por Bascuñán y Garamond [derecha] que tradicionalmente por sus características es usada para la composición de textos largos

Elaborada por el autor.

El 12 de febrero de 1971 y en época de plenitud del gobierno del presidente Salvador Allende, se firma el acta de compra de todos los activos de la Editorial Zig-Zag, la cual se encontraba en un contexto de empresa privada, parada por sus trabajadores, predispuestos a lograr esta misma acción por parte del gobierno. Bajo la dirección del costarricense Joaquín Gutiérrez, la editorial que había fundado Agustín Edwards, se transformaba en ese momento en la Editora Nacional Quimantú que a partir de ese momento tiene como objetivos primordiales "poner el libro al alcance de todo el pueblo chileno" abaratando costos de edición y venta, y plantear al libro como un "emancipador de conciencias" para el naciente proyecto de país de la Unidad Popular.

Si bien, al haber estado en propiedad de la Editorial Zig-Zag distintas publicaciones y revistas de circulación nacional, la prioridad a nivel productivo –en el contexto de una imprenta estatal en un gobierno socialista– fue la baja en los costos de los libros y lograr así, una accesibilidad total alcanzando público de los niveles socio-económicos más bajos.

El 12 de febrero de 1971 y en época de plenitud del gobierno del presidente Salvador Allende, se firma el acta de compra de todos los activos de la Editorial Zig-Zag, la cual se encontraba en un contexto de empresa privada, parada por sus trabajadores, predispuestos a lograr esta misma acción por parte del gobierno. Bajo la dirección del costarricense Joaquín Gutiérrez, la editorial que había fundado Agustín Edwards, se transformaba en ese momento en la Editora Nacional Quimantú que a partir de ese momento tiene como objetivos primordiales "poner el libro al alcance de todo el pueblo chileno" abaratando costos de edición y venta, y plantear al libro como un "emancipador de conciencias" para el naciente proyecto de país de la Unidad Popular.

Si bien, al haber estado en propiedad de la Editorial Zig-Zag distintas publicaciones y revistas de circulación nacional, la prioridad a nivel productivo –en el contexto de una imprenta estatal en un gobierno socialista– fue la baja en los costos de los libros y lograr así, una accesibilidad total alcanzando público de los niveles socio-económicos más bajos.

↓ **Figura 56:** Comparación de cuerpos de texto construido con Futura [izquierda] mencionada por Bascuñán y Garamond [derecha] que tradicionalmente por sus características es usada para la composición de textos largos

Elaborada por el autor.

El 12 de febrero de 1971 y en época de plenitud del gobierno del presidente Salvador Allende, se firma el acta de compra de todos los activos de la Editorial Zig-Zag, la cual se encontraba en un contexto de empresa privada, parada por sus trabajadores, predispuestos a lograr esta misma acción por parte del gobierno. Bajo la dirección del costarricense Joaquín Gutiérrez, la editorial que había fundado Agustín Edwards, se transformaba en ese momento en la Editora Nacional Quimantú que a partir de ese momento tiene como objetivos primordiales “poner el libro al alcance de todo el pueblo chileno” abaratando costos de edición y venta, y plantear al libro como un “emancipador de conciencias” para el naciente proyecto de país de la Unidad Popular.

Si bien, al haber estado en propiedad de la Editorial Zig-Zag distintas publicaciones y revistas de circulación nacional, la prioridad a nivel productivo –en el contexto de una imprenta estatal en un gobierno socialista– fue la baja en los costos de los libros y lograr así, una accesibilidad total alcanzando público de los niveles socio-económicos más bajos.

El 12 de febrero de 1971 y en época de plenitud del gobierno del presidente Salvador Allende, se firma el acta de compra de todos los activos de la Editorial Zig-Zag, la cual se encontraba en un contexto de empresa privada, parada por sus trabajadores, predispuestos a lograr esta misma acción por parte del gobierno. Bajo la dirección del costarricense Joaquín Gutiérrez, la editorial que había fundado Agustín Edwards, se transformaba en ese momento en la Editora Nacional Quimantú que a partir de ese momento tiene como objetivos primordiales “poner el libro al alcance de todo el pueblo chileno” abaratando costos de edición y venta, y plantear al libro como un “emancipador de conciencias” para el naciente proyecto de país de la Unidad Popular.

Si bien, al haber estado en propiedad de la Editorial Zig-Zag distintas publicaciones y revistas de circulación nacional, la prioridad a nivel productivo –en el contexto de una imprenta estatal en un gobierno socialista– fue la baja en los costos de los libros y lograr así, una accesibilidad total alcanzando público de los niveles socio-económicos más bajos.

Gracias a esta observación de la historia es que podemos entender que habitualmente se han discutido las ideas de legibilidad o funcionalidad como temas prioritarios del debate en torno a la creación de una tipografía. La discusión se centra en la observación de decisiones formales (de dibujo, sus formas, espacios, contraformas, etc.) ejecutadas por el diseñador, omitiendo con ello observaciones sobre la manera en que interactuarían los receptores finales del trabajo tipográfico. Para ser más específico preciso estamos permanentemente discutiendo en torno a la “apariencia” de la letra.

Esta misma raíz histórica de la búsqueda por la legibilidad en la tipografía, termina replicándose en nuestra bibliografía o en la enseñanza en torno a la materia tipográfica. Posiblemente esto además apoye nuestro rol de “mediadores comunicacionales” y por lo tanto, terminamos tomando como guías conceptos como el “buen uso” o la “racionalidad”.

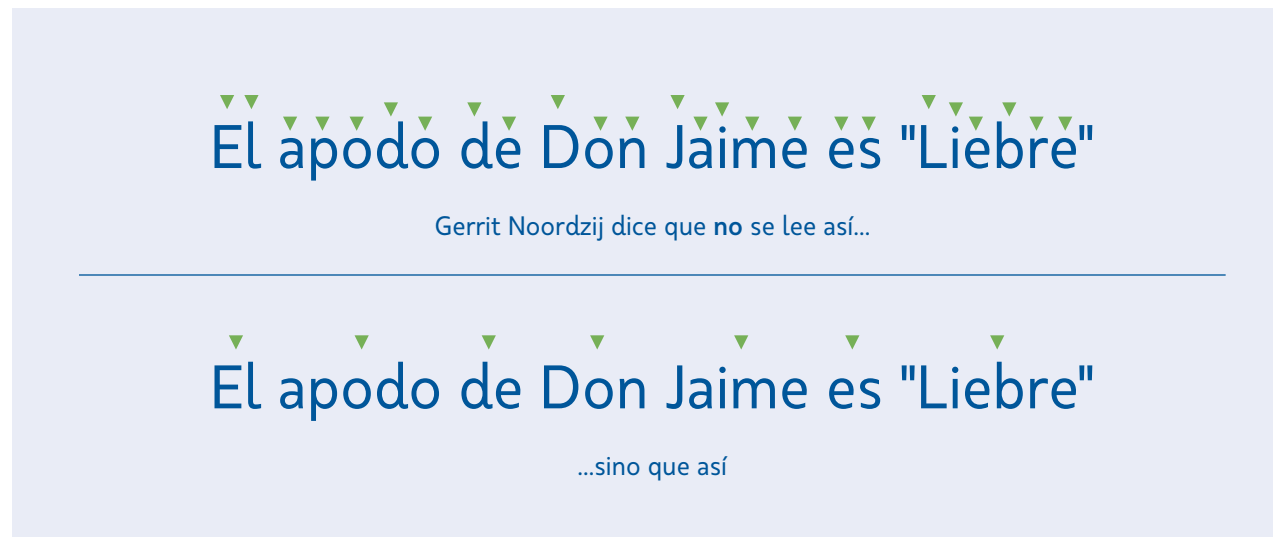
### Expresión visual de la tipografía

#### La tipografía como soporte del lenguaje textual

Cuando estudiamos la tipografía como una disciplina, debemos tomar en cuenta que además de tener múltiples manifestaciones plásticas, ésta, se presenta de manera recurrente cuando nos comunicamos de forma escrita. Jost Hochuli en ‘El detalle en la tipografía’ la considera un componente esencial en cualquier texto escrito y que por esa razón, cuando estudiamos sobre tipografía el enfoque debe centrarse en la recepción del sujeto lector, es decir, teniendo presente el ‘cómo leemos’ y por lo tanto el ‘cómo activamos’ la tipografía a través de la lectura. Es por ello que él define dos momentos en las que se da el fenómeno de la lectura y por consiguiente el acercamiento del lector con la tipografía. En el primero está la acción de leer, entendida como el “resultado de procesar secuencias de caracteres que el cerebro percibe a través de la vista” (Hochuli, 2007) otorgándole características suficientes para denominarlo proceso que se da de forma mecánica. Este proceso de lectura entonces, es una acción donde el lector se dedica a decodificar palabras a medida que va entendiendo las letras que la componen<sup>24</sup>. Posteriormente agrega que la lectura se da como un fenómeno de percepción gráfica. Esto apoyado en que nosotros como lectores, de modo inconsciente estamos haciendo asociaciones entre lo que observamos frente a nosotros y ciertas sensaciones a medida que leemos. Hochuli, añade a modo de conclusión que ambos procesos son secuenciales, es decir, primero decodificamos palabras para que después asociemos sus formas a sensaciones familiares.

De forma complementaria, la visión que otorga Gerrit Noordizj en su libro ‘El trazo’ es útil para que observemos la tipografía desde una escala mayor. Describe en su teoría que el estudio de la tipografía no debe limitarse al diseño de letras como elementos individuales necesariamente y postula

24 Cuando Hochuli habla de este “proceso mecánico”, busca abarcarlo no solo en la decodificación de palabras y letras, sino en cómo estas van de la mano con sus formas y contraformas (o las luces y sombras que forman). Las letras, además de ser los elementos que permiten la lectura de un mensaje, nos permite otorgarle un valor distinto según la forma que estamos observando y como está dispuesta. Es por ello que no solo es el diseño de tipografía el que está influyendo en el mensaje que buscamos entregar, sino que nuestra intención comunicativa está también vinculada de manera natural con el diseño editorial e inclusive la museografía.



↑ **Figura 58:** Proceso de lectura según Gerrit Noordzij.

Composición elaborada por el autor.

que cada glifo que diseñamos es interdependiente del otro que compone la palabra ya que siempre están en funcionamiento como conjunto. Para ello se enfoca en hablar de la 'palabra' como la "unidad orgánica más pequeña de la escritura" (Noordzij, 2009), insistiendo que si nos dedicamos a la tipografía debemos entonces estar predispuestos a que "cualquier cosa que pueda decirse sobre una letra o sobre el trazo debe ser formulada con un ojo puesto en la palabra." (Noordzij, 2009). Esta afirmación demuestra una notoria preocupación por demostrar que la tipografía actúa como soporte comunicativo, ya que no podemos apartar la palabra escrita del mensaje que se busca emitir. Por lo que resulta imprescindible situar a la tipografía como un elemento sumamente importante en nuestros procesos de comunicación, determinándose como una acción básica del lenguaje escrito. De hecho, Noordzij le asigna esa categoría a la 'palabra', porque afirma que esta es nuestra forma de emprender la lectura: 'palabra por palabra' y no, 'letra por letra' [Tal como lo señalado en la Figura 58]. Además, aclara que si bien, la palabra es la unidad mínima, ésta no se debe entender de manera aislada:

"En el lenguaje, las palabras forman frases; en la escritura, las palabras forman líneas. Por sí sola, la palabra escrita no significa nada. Si nos ceñimos al ámbito de la escritura, el significado de la palabra no constituye una cuestión de interés, pero en cuanto nos preocupamos por el significado de la palabra tenemos que remitirnos al lenguaje." (Noordzij, 2009)

Francisco Calles en el artículo 'Metáforas tipográficas y otras figuras' del libro 'Diseño, tipografía y lenguaje' describe a la tipografía como un elemento que va de la mano con la escritura –de manera que su visión sobre la disciplina es cercana a lo que plantea Hochuli—. A pesar de ello, hace men-

ción a que la lingüística contempla a la tipografía y la escritura como "elementos de segundo orden subordinados al lenguaje oral" (Calles, 2009), restándole la capacidad, no solo de poder materializar nuestras ideas orales, sino de mantenerlas, registrarlas o transmitirlos. Calles entonces, establece una 'defensa' al rol de la tipografía en este caso argumentando que es un área trascendente en la expresión del lenguaje ya que puede partir como un elemento de transcripción, pero con la capacidad de adquirir una multiplicidad de formas, permitiendo que aquello que se escribe contenga cierto valor semántico para el lector.

Así es como Calles reflexiona acerca de la importancia del lenguaje como contexto para la tipografía y expone sobre el real enfoque que debemos otorgarle en esta relación:

"(..)La verdadera importancia de la tipografía no radica exclusivamente en su expresión formal, sino en su función referencial. Todos los signos, incluyendo los tipográficos, poseen la capacidad de referir, aludir y representar otra cosa, independientemente de su materialización." (Calles, 2009)

Por lo tanto, será incorrecto limitar nuestra concepción de la tipografía a la exclusiva modificación de los trazos de una letra, palabra o frase, tal como lo exponen Hochuli o Noordzij. Sino, que además de considerar ello –que vendría siendo parte de un aspecto de ejecución técnica– el diseño de una tipografía involucra el entender cómo la leemos, la forma en la que la percibimos como lectores y cómo comunicamos con ella.

### La tipografía como soporte de comunicación visual

A pesar de que es común que se denomine el 'hacer tipografía' como la disciplina (o el 'arte' para algunos) de diseñar letras, cuando vemos reducida la disciplina a esta denominación, se le suele restar la importancia al rol comunicativo que tienen aquellas letras que estamos diseñando.

El investigador Robert Bringhurst esboza algo en aquel sentido, en su obra 'Los elementos del estilo tipográfico', a pesar de abogar dentro de su filosofía por una tipografía que no distraiga de la legibilidad o asignar significaciones fuera del texto, sentencia que "los diseños de letra tienen carácter, espíritu y personalidad" (Bringhurst, 2014). Esta es una idea que no está tan profundizada en autores de esta tendencia, por lo que es prudente matizar lo expresado por Bringhurst con el pensamiento de otros teóricos del tema.

John Kane dentro de su 'Manual de Tipografía' en un estilo pedagógico, explicando que la tipografía tiene diferencias formales en el diseño de su forma (su ancho y la altura de la caja de x, los grosores del trazo, la forma de los remates o sus contraformas), pero que además se distinguen de



forma individual por las sensaciones que cada una de estas producen. De hecho, afirma que:

“Para un buen tipógrafo, cualquiera de estas sensaciones connota una aplicación que viene determinada por el uso y expresión. En otras palabras, todas las tipografías sugieren las aplicaciones para las que son adecuadas” (Kane, 2012)

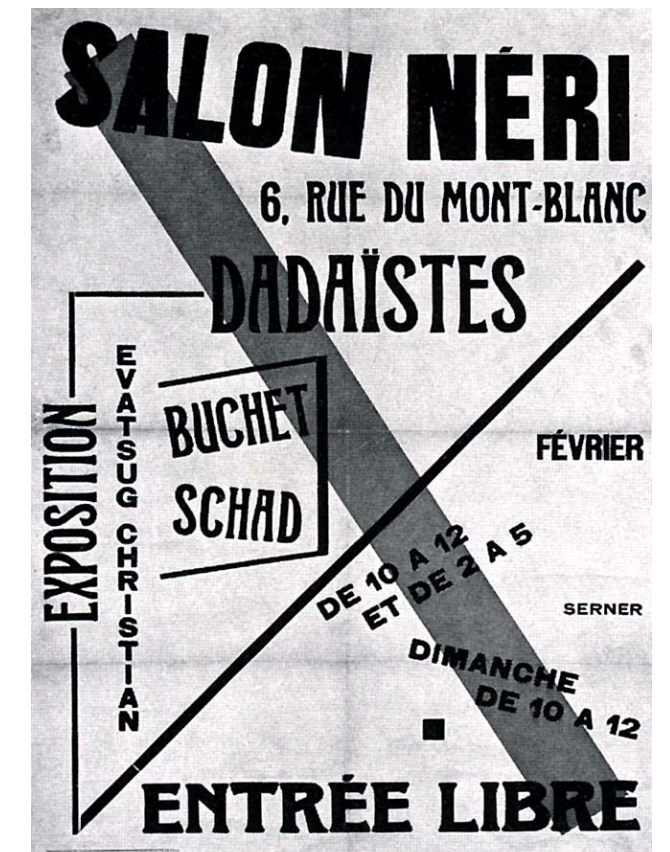
Las coincidencias entre el pensamiento de Kane, quien tiene un enfoque de orden pedagógico y Hochuli, que se concentra en el aspecto más filosófico, los hacen bastante cercanos en exponer aquella facultad de la tipografía. Es Hochuli quien propone que cuando leemos, una fuente no solo está actuando como aquello que está conteniendo el texto, sino que su aporte también va en determinar conceptos gracias a la forma de este “contenedor”. De hecho aclara que “las letras, además de su auténtica y principal función, la de ser vehículos visuales de la lengua, puedan ser también creadoras de atmósferas” (Hochuli, 2007). La condición de “creador de atmósferas” precisamente lo que nos permite aclarar que la tipografía es una manifestación que concreta una proyección visual de atributos de forma abstracta.

Así como está revisado anteriormente, la explosión de la Revolución Industrial provocó muchas reflexiones en torno al objetivo de diseñar tipografía, son las vanguardias artísticas del periodo entreguerras las que notablemente desarrollaron descubrimientos sobre el valor comunicacional que posee la tipografía. Vanguardias de ese entonces, como el Futurismo como el Dadaísmo, buscaron que la tipografía fuera un soporte no solamente gráfico, sino que también funcionara como una herramienta expresiva, escapando de los cánones de la lectura y la composición adecuada. En el caso del primero por ejemplo, al intentar plasmar un ideal de olvidarse del paradigma establecido con anterioridad, cambian la manera de componer la tipografía, ya que según Blackwell los exponentes futuristas manifestaban a través de sus trabajos que “la introducción de las nuevas ideas que acompañaban a la dinámica de la composición, y en el convencimiento de que la legibilidad era algo más que la simple composición tipográfica ortodoxa.” (Blackwell, 1993)

Como movimiento, el Futurismo exploraría a nivel tipográfico, demostrando las posibilidades que puede tomar la tipografía como un elemento activo dentro del lenguaje, junto además de ser una manifestación ideológica. De hecho, es en esta década en que distintos artistas someten a la tipografía a una corriente más experimental. Es la exploración artística en torno a la tipografía la que hace reflexionar sobre el rol comunicativo que posee la tipografía, ya sea por el diseño formal, como incluso de su composición editorial.

↓ **Figura 59:** 'Parole in Libertà' de Filippo Tommaso Marinetti, 1915.

Fuente: Wikimedia Commons.



↑ **Figura 60:** Afiche para exhibición Dadá en Salon Néri.

Fuente: Wikimedia Commons.

Raquel Pelta, reconocida investigadora contemporánea del área, argumenta que la tipografía fue una herramienta usada con absoluta conciencia de su influencia comunicativa por los autores dadaístas ya que entendieron las letras como formas más que como texto, haciendo que aquellos que presenciaban las obras del Dadá tuvieron que:

“(...)Forzar al ojo para ver de un modo distinto, a registrar ideogramas más que palabras, a absorber los ritmos del tipo más que la linealidad del plomo que caracterizaba a la tipografía tradicional y a descubrir significados ocultos.” (Pelta, 2011)

Movimientos como las vanguardias europeas del periodo entreguerras o las manifestaciones gráficas nacidas entre los años 80 y 90 como los casos de la escuela de Wolfgang Weingart o el trabajo realizado por David Carson son momentos (y lugares) claves donde la exploración en torno a la tipografía es un factor común que multiplica las maneras de mirar la tipografía, demostrando que no solo se puede limitar al aspecto de efectos prácticos, definiéndolo como un fenómeno estructural de nuestra sociedad, de carácter artístico o cultural.

Ya en la actualidad, el tipógrafo de origen checo, Peter Bil'ak afirma que la acción de crear nuevas tipografías carece de sentido si se trata de reconstruir una idea ya ejecutada, o solamente incursionar en las letras a nivel formal. De esa forma sentencia que al diseñar tipografía “el contenido es al menos tan importante como la forma, las ideas que expresamos son tan importantes como la manera en que las expresamos”<sup>25</sup> (Bil'ak, 2011), descartando el pensamiento insistente de los herederos del International Style o los fundamentos de Die Neue Typographie. Es el mismo Bil'ak que, como obra nacida de su misma filosofía y materializar su idea de ‘tipografía conceptual’, crea a modo de experimento tipográfico la fuente Karloff, en donde prueba esta facultad que poseen las letras de expresar ideas a través de su forma (Bil'ak, 2010). Karloff, es una familia con tres variantes, las que son el resultado de la alteración de los contrastes de una tipografía didona en sus dos extremos. Es así como construye una variante con sus contrastes regulados asignándole el atributo de ‘belleza’ (‘beauty’ en inglés) y otra con los contrastes invertidos vinculándolo a la ‘fealdad’ (‘ugliness’ en inglés).

#### Discusión teórica en Latinoamérica

El cuestionamiento acerca de aquel valor que poseen las tipografías también ha existido a nivel contemporáneo en nuestra región. El tipógrafo argentino Rubén Fontana parte una reflexión desde el análisis de la misma construcción del alfabeto. Bajo su óptica, la elaboración de un sistema de escritura, ya implicó en el momento de su creación, la incorporación de este tipo de connotaciones. Él afirma que no solo vemos la parte “exte-

BEAUTY  
*pulchritude*  
 GRANDEUR  
*exquisiteness*  
 SPLENDOR

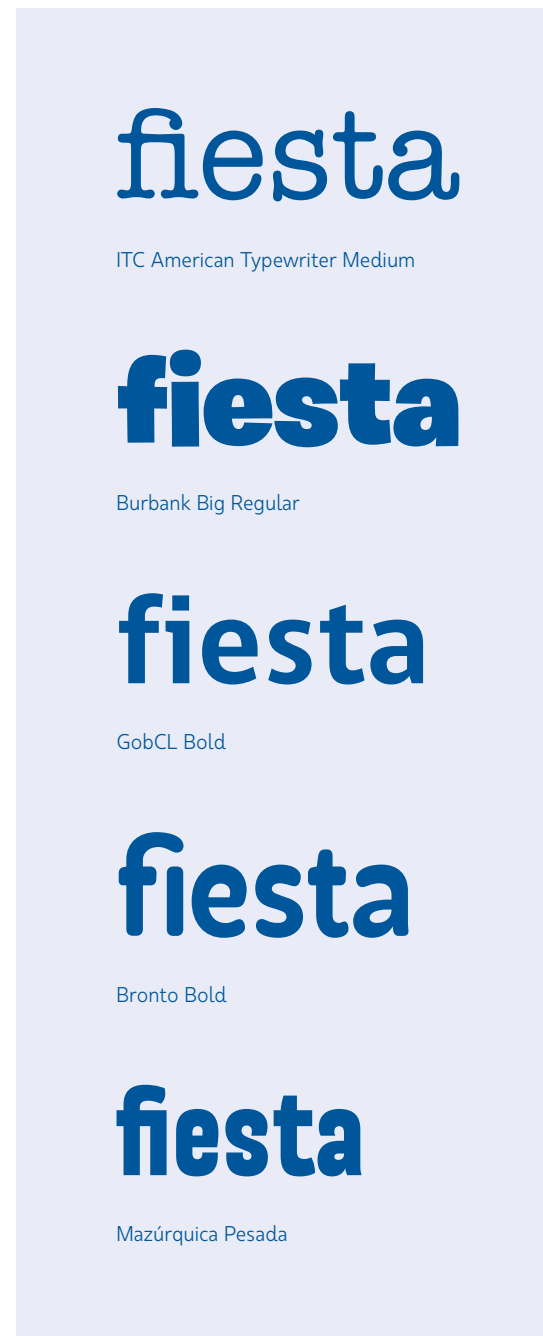
UGLINESS  
*monstrosity*  
*hideous*  
 degenerate

offspring  
 interpolation  
*neutral*

↑ Figura 61: Familia 'Karloff' de Peter Bil'ak.

Fuente: Typotheque.

25 En idioma original: “Content is at least as important as form, the ideas we express as important as how we express them.” Traducción propia del texto original.



↑ **Figura 62:** Palabra 'fiesta' aplicada en distintas fuentes. Este ejercicio refleja las múltiples significaciones que puede tener la misma palabra según de la tipografía que se use para escribirla.

Elaborado por el autor.

rior” (las decisiones formales) de la tipografía como un aspecto capaz de reflejar una identidad, sino que las mismas letras pueden guardar parte de algunas identidades:

“A veces la tipografía actúa como factor referencial para el desarrollo de contenidos y, por sus características, determina contextos y formas de uso. Así, las formas tipográficas, aun como signos abstractos, son referentes de culturas, de países y hasta de idiomas. (...) Las características formales de algunas tipografías pasaron a ser sinónimo de idiomas, de culturas y de naciones.” (Fontana, 2009).

Autores como Zalma Jalluf o Francisco Calles en el libro ‘Tipografía, diseño y lenguaje’ hacen alusión a la enorme función referencial que tiene la tipografía. Así como anteriormente destacábamos a Calles hablando sobre la estrecha relación entre la tipografía y el lenguaje, también le atribuye a la tipografía la capacidad de poder evocar sensaciones:

“Toda “forma” tiene una semántica ya que, por el simple hecho de existir, hace afirmaciones sobre sí y sobre lo que representa. Como cualquier objeto, la tipografía despierta en el observador juicios y respuestas emocionales, como las sensaciones con las que asociamos lo tradicional, lo experimental, lo serio y lo divertido.” (Calles, 2009)

Las coincidencias entre el pensamiento de Calles y Hochuli, nos permiten definir a la tipografía como un vehículo semántico. Algo a lo que no es habitual observarlo en las tipografías en uso, ya que estamos hablando de una mediación que prácticamente nos es natural y cotidiana y que de hecho, se produce de forma simultánea. Por lo que tenemos que tener presente que cuando estamos frente a la tipografía estamos leyendo un mensaje que no está limpio de significaciones adicionales. Ésta, dadas distintas características formales, de disposición o de contexto, termina igual aportando a dar mayor profundidad de este mensaje debido a que, tal como Calles lo expresa, además de poseer una función lingüística, porta una función simbólica que “opera sobre la imagen y expresión plástica de la palabra” (Calles, 2009).

Actualmente existe prueba de que el ejercicio de crear tipografía implica decisiones, las cuales tienen la intención de reflejar una identidad determinada, yendo de la mano con la construcción formal de una letra u otra. Es la experta argentina Zalma Jalluf quien hace mención a Juan Andralis al decir que “una etiqueta de vino debe parecer una etiqueta de vino” (Jalluf, 2009) añadiendo que el oficio del tipógrafo implica la manipulación de convenciones culturales, los cuales “evolucionan, por lo que se deben verificar en cada tiempo y lugar.” (Jalluf, 2009) Demostrando así que el trabajo



del tipógrafo no debe estar libre de estas implicaciones en torno al aspecto expresivo de una fuente.

Aquello nos permite entender entonces, que tanto lo que se escribe, como la tipografía que se escoge para escribir el mensaje, son decisiones que tienen un carácter complementario y que no podemos separar a la hora de analizar la tipografía. Por ello, debemos considerar ambas funciones de la tipografía tal como las describe Calles, entendiendo que:

“(..).El proceso de significación existe la posibilidad de incluir voluntaria y deliberadamente recursos gráficos que por su propio carácter complementan la palabra. Los valores plásticos en la tipografía son, pues, imágenes adicionales que incorporan otros sentidos al contenido verbal.” (Calles, 2009)

De forma complementaria, en el contexto nacional también han existido opiniones al respecto. Cuando hablan sobre el desarrollo de la tipografía para el periódico La Tercera, los diseñadores Francisco Gálvez y Rodrigo Ramírez sostienen que ante la elaboración de un producto tipográfico diseñado específicamente para este contexto, fue posible (y necesario) proyectar en base a una identidad visual común, compartiendo la conceptualización tanto la tipografía, como aspectos del diseño editorial y a nivel de marca corporativa. De hecho, al momento en que ellos diseñan la tipografía, concluyen que la tipografía resultante “(..).Más allá de parecerse o no a otros, lo realmente fundamental es entender dónde se pueden insertar elementos que hagan la diferencia, dotando de una personalidad única al producto.” (Gálvez & Ramírez, 2009)

Así como el caso estudio presentado por Gálvez y Ramírez, en el proceso de creación de la tipografía Biblioteca registrado en el libro ‘Una Fuente de Luz’, el autor Roberto Osses también coincide con aquella idea. Al momento de describir el proceso del diseño de una fuente tipográfica, menciona que dentro de los pasos que se cumplen para poder elaborar una fuente es estructural pensar los conceptos que vamos a transmitir a través de la forma de las letras diseñadas:

“En esencia, el diseño de fuentes comienza siempre –o al menos debería- con un procesamiento intelectual que nos lleva a configurar una imagen mental de lo que buscamos. Esta proyección carga en su lenguaje estético con los conceptos que necesitamos transmitir; si nuestra idea es crear una fuente “eléctrica”, por ejemplo, su apariencia acaso debería parecerse a la forma de un rayo. Luego, esa representación se somete a las reglas morfológicas necesarias para obtener una adecuada legibilidad y una articulación de las letras como conjunto.” (Osses, 2016)

Por lo tanto, las fuentes que diseñemos poseen la capacidad de comunicar conceptos o transmitir sensaciones a través de su forma más allá de la estructura del alfabeto. Ello, producto de que al ver agrupados distintos rasgos de forma coherente en un mismo conjunto de signos, podemos vincularlas a una idea en particular. Esto le otorga a la tipografía el valor de funcionar como soporte de comunicación visual gracias a la facultad de representación por medio de sus características formales. Por eso es que se torna esencial que al momento de proyectar una tipografía tengamos, no sólo como primer objetivo diseñar de un sistema de caracteres, sino que también debemos buscar representar bajo lenguaje textual aquello que buscamos ‘expresar’. Como diseñadores entonces, podremos crear fuentes con el objetivo de asignarle ciertos atributos conceptuales, para ello, debemos declarar aquello que buscamos comunicar para definirlo por un proceso de toma de decisiones que involucra la modificación de sus reglas estructurales y sus características morfológicas.

### **El fútbol y los “clásicos”, una manifestación de cultura del territorio**

Actualmente, debido a que el fútbol y todas aquellas expresiones y manifestaciones que arrastra han estado bajo el ojo de expertos en materias sociales y antropológicas, no debemos tratarlo como la exclusiva práctica de un deporte y remitirnos a sus fines recreativos o competitivos. Desde que inició un arraigo popular de notable consideración éste se ha transformado en un fenómeno cultural integrado en nuestra configuración social, con todas las complejidades que ello considera.

Al ser un deporte de carácter colectivo, y que además carga con un sentido del espectáculo, no es solo lo que sucede dentro de una cancha lo que adquiere significativas implicancias en nuestro entorno social, sino que aquello que sucede dentro de estos límites físicos (o temporales) que observamos en un partido de fútbol trasciende estas barreras, lo cual provoca que, como deporte posea influencia en la relación entre sus participantes y su territorio. Parte de comprenderlo desde esta óptica, es adherir a la idea del investigador Federico Medina Cano, el cual considera que el fútbol “como acontecimiento festivo contiene una fuerza de participación y de creación, es expresión de contenidos comunitarios.” (Medina Cano, 2009). Lo cual demuestra que además, aquello sucedido dentro de estos contextos provoca la construcción de nuevas manifestaciones que nacen única y exclusivamente desde la comunidad participante.

Tal como sucede con lo antes analizado en tipografía, el fútbol posee una potente carga simbólica, construida a partir del sentido de pertenencia que ejercen todos sus partícipes activos (futbolistas, dirigentes o aficionados) con los distintos equipos de fútbol por los cuales se vinculan. Es esta

misma idea, la razón por la que el sociólogo Sergio Villena constata que el fútbol además de cumplir con una función social evidente, ejecuta un rol comunicativo producto de su convocatoria, afirmando que “su carácter de arena pública en la que concurren diversos actores sociales con el fin de elaborar y hacer manifiesta, usualmente bajo formas simbólicas muy elaboradas, su propia concepción sobre la vida y la sociedad.” (Villena, 2005) Este mismo carácter y su rol comunicativo se encuentra reforzado por la capacidad de construir identidades sociales y culturales. Dentro de estas construcciones, Villena argumenta que se generan ‘identidades de pertenencia’, de orden territorial principalmente, pero que también es capaz de construirse a nivel de clase social, generacional, etc.

### El hincha

Dentro del universo de grupos asociados al entorno del fútbol, son los clubes, las hinchadas, los estadios o la misma idolatría de ciertas figuras del deporte las que pueden concentrar representaciones, que unidas como parte de un todo, pueden ser capaces de construir fenómenos entendidos propios del concepto de la cultura. Dentro de la obra ‘Orgullo del Puerto’ del grupo de sociólogos conformado por Carlos Vergara, Eric Valenzuela y Sebastián Ponce, en el análisis que alude directamente al fútbol y su influencia en la cultura de la ciudad, se define que “los clubes de fútbol representan y, de alguna manera, vehiculizan la cultura de un territorio determinado, el cual puede comprender, un barrio, una ciudad o los límites materiales y/o simbólicos de lo que se pueda entender como una nación.” (Valenzuela, Ponce, & Vergara, 2016)<sup>26</sup> Coincidiendo también con una de las ideas expresadas por Medina Cano en torno a la capacidad de identificación colectiva que se presenta en el rito que consiste un partido de fútbol:

“Cada partido y la celebración del triunfo o la vivencia cohesionadora de la derrota se constituyen en un acto de comunión en un tiempo y en un espacio determinado, de vivencia de unidad, en un motivo para proclamar una identidad colectiva en la que se anulan las diferencias, se desmiente la pluralidad y la contradictoria complejidad de la sociedad real.” (Medina Cano, 2009)

Siguiendo tal lógica del ‘espectáculo’ dentro del fútbol, es el público el que actúa como un participante activo de cada partido. Este conjunto de personas, más allá de ser espectadores, son quienes acompañan y materializan tales representaciones y expresiones de forma completa. En otras palabras, es lo que generalmente denominamos ‘la hinchada’, la comunidad que logra aglutinar esta identidad colectiva que comparte el fútbol y reflejar aquellas costumbres y ritos que construyen patrimonio dentro del territorio que habitan. Son éstos los grupos humanos portadores de

aquellas manifestaciones culturales de los que podemos reunir conceptos para poder construir y describir la identidad particular encontradas en estos espacios. Ante el cuestionamiento de la escala que abarca aquello que llamamos ‘hinchada’ el académico Andrés Recasens aclara, haciendo una distinción entre los conceptos de hinchada y de afición, los cuales pueden llevarse a confusión, destacando la enorme diferencia que posee el hincha al tener una fuerte relación sentimental con el equipo de fútbol que declara seguir:

“Entre ellos encontramos distintos grados de compromiso con su equipo, desde una «tibia» adhesión hasta aquellos que se muestran fuertemente involucrados en lo que acontece en la cancha. Son los que saltan gritando: “¡goooooool!” a todo pulmón. Como también, cuando se produce una jugada del equipo contrario que pone en peligro al suyo, van siguiendo la jugada con el alma en un hilo y, al producirse el gol, se sienten amargados y desilusionados de su club.” (Recasens, 1996)

Cabe destacar que Recasens, hace además la diferencia calificando a aquellos que comúnmente consideramos un ‘barra brava’ como un sub-grupo de seguidores dentro del segmento descrito anteriormente como hinchada, pero que se distingue por el uso de códigos distintos y agrupados en un rango etario más reducido. Por lo tanto, existe una relación mutua entre el barra brava y el hincha, tanto así, que durante un partido de fútbol un hincha, puede eventualmente transformarse en un barra brava al momento de unirse y adoptar las mismas actitudes que el otro grupo. El hincha además, si bien es un actor pasivo comparado con un barra brava, suele con menor frecuencia, aportar a la uniformidad del ritmo y el cántico, de manera de apoyar al equipo en la misma forma que lo hacen los barras bravas.

Entonces, tal como observábamos que ocurría con el diseño de fuentes, el fútbol también posee características que hacen que todo lo que se produce alrededor de un evento futbolístico (un partido, el estadio, un campeonato, por ejemplo) es portador de rasgos que lo hacen capaz de construir identidades particulares.

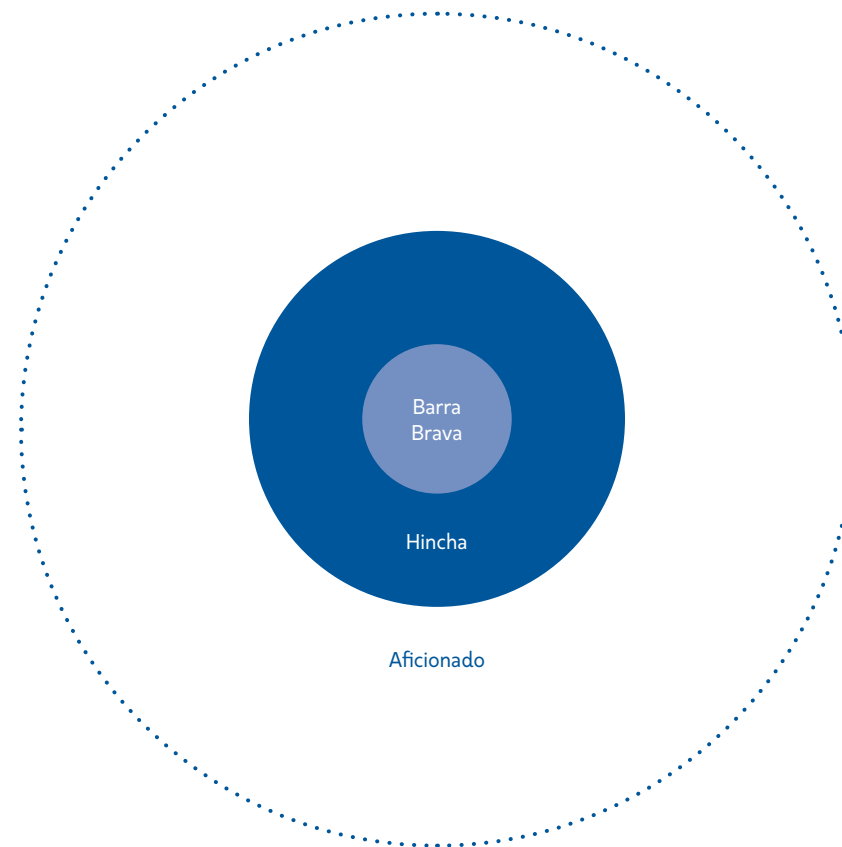
### El Clásico

El escritor boliviano Luis Antezana, sitúa como paradigma de la existencia del hincha, la contraposición de su identidad construida, con un grupo opuesto. Bajo esta premisa, determina que la “identidad en el fútbol es un mecanismo relativo, básicamente binario: alguien tiene que perder para que otro gane.” (Antezana, 2005). Dejando en evidencia que es a través de las diferencias con ‘el otro’ la manera en que las hinchadas son capaces de identificar de manera más notoria los atributos que los distinguen como grupos únicos.

26 En el mismo libro, los autores sostienen la idea de entender la influencia cultural de un equipo de fútbol como constructor de un imaginario urbano, alejándose del concepto estricto de patrimonio. A pesar de ello, al definir que un imaginario logra, como idea central dar sentido y organizar “una trama de representaciones, prácticas, narraciones y espacios” (Valenzuela, Ponce, & Vergara, 2016) transparenta un parentesco directo con la forma en que se está considerando el concepto de patrimonio cultural.



→ **Figura 63:** Relación entre el aficionado, el hincha y el barra brava en torno al estadio.



El momento específico en que esto ocurre es durante los denominados 'clásicos'. Definido de forma sintética, hablamos de aquellos partidos que son de mayor importancia para los equipos de fútbol por su significado histórico o social, donde tanto las instituciones como las hinchadas que forman parte, sacan a relucir sus diferencias con el equipo rival. Como ejemplo en forma más global, podemos observar casos que demuestran la dimensión social y la transformación territorial que conlleva su existencia. Muestra de ello es el Derbi de Manchester disputado en la *Premier League* de Inglaterra, donde ambos equipos (Manchester City y Manchester United) disputan un partido en el que sus hinchas manifiestan diferenciarse de aquellos que, por habitar una misma ciudad, son comúnmente vecinos, y que además, poseen un nivel de familiaridad tal que comparten un mismo nombre, diferenciándose solo por su indicador distintivo (City o United); caso similar, pero a distinta escala, a lo que sucede en Argentina, ya que el denominado 'Superclásico' del país vecino, es protagonizado por River Plate y Boca Juniors, dos equipos pertenecientes al mismo barrio (La Boca) en su origen. Diferencias expuestas en los clásicos llevan incluso a re-interpretar sus lugares comunes, tal como sucede en el 'Derbi della Madonina' en el cual se enfrentan el Inter de Milan y el AC Milan, equipos que además de ser vecinos, comparten un mismo estadio, el cual cambia de nombre según qué conjunto esté jugando hace de equipo local, nom-

brándolo Guiseppe Meazza cuando juega Inter y San Siro cuando lo ocupa AC Milan.

Fenómenos como aquellos también podemos encontrar en nuestro fútbol profesional. Dentro de éstos, destacan por su masividad reconocidos eventos como el 'Superclásico del fútbol chileno' que enfrenta a los dos equipos más populares del país, Colo-Colo y Universidad de Chile, cuyas hinchadas simpatizantes son la 'Garra Blanca' y 'Los de Abajo' respectivamente o el 'Clásico Universitario' donde participan Universidad de Chile y Universidad Católica, los dos clubes nacidos en las instituciones de educación superior más tradicionales de Chile, donde además de 'Los de Abajo', están como protagonistas 'Los Cruzados' del equipo católico, el cual además es considerado como el clásico más tradicional de Chile según la FIFA, institución reguladora del fútbol profesional a nivel mundial (FIFA.com, 2009).

Fuera de los clásicos de proporción nacional, existe un espectro de clásicos entre equipos con menos popularidad masiva. En este grupo, se presentan aquellos potenciales fenómenos culturales que, debido a su escala de alcance, son capaces de reflejar la identidad de un territorio más acotado<sup>27</sup> y por consiguiente, ser precisamente los casos en los que el proyecto puede realizarse. Dentro de este conjunto podemos detallar brevemente distintos clásicos, que abarcan rivalidades especialmente entre ciudades vecinas fuera de la Región Metropolitana o colonias de inmigrantes de la capital. Destacan entonces, los 'Clásicos de Colonias', partidos disputados entre los equipos representativos fundados por inmigrantes como la Unión Española, Audax Italiano y Palestino (cuyas hinchadas son la 'Furia Roja', 'Los Tanos' y 'Los Baisanos' respectivamente); el 'Clásico del Norte Grande', entre Deportes Iquique y San Marcos de Arica ('La Furia Celeste' y 'Los Bravos del Morro'); el 'Clásico de la IV Región', entre Deportes La Serena y Coquimbo Unido ('Los Papayeros' y 'Al Hueso Pirata'); el 'Clásico del Maule', entre Rangers de Talca y Curicó Unido ('Los Rojinegros' y 'Los Marginales'); o el 'Clásico Penquista', entre Arturo Fernández Vial y Deportes Concepción ('Furia Guerrera' y 'Los Lilas') y el más popular del grupo (y más longevo del fútbol chileno), el 'Clásico Porteño', entre Santiago Wanderers de Valparaíso y Everton de Viña del Mar, cuyas hinchadas son 'Los Panzers' y 'Los del Cerro'.

### Representación visual por medio del diseño de tipografía

#### La teoría de los signos como herramienta del proceso creativo de la tipografía

El mecanismo detallado anteriormente, por medio del cual nosotros como diseñadores de fuentes, estamos procediendo de manera consciente (o

<sup>27</sup> Tanto el 'Superclásico' como el 'Clásico Universitario' son eventos que debido a la popularidad de las hinchadas de los tres equipos que forman parte, poseen una escala a nivel nacional, lo cual hace imposible acotarlo a los fines del proyecto, ya que se necesita un territorio reducido como una ciudad o una región.

inconsciente en muchos casos) a construir la forma de una tipografía, no se encuentra registrado de forma explícita por teóricos expertos en la disciplina revisados en la investigación.

El aspecto metodológico de la tipografía habitualmente se encierra en un decisión libre por parte de los autores. En proyectos como Karloff de Peter Bil'ak y Canilari, Amster o Biblioteca en nuestro contexto, exponen tanto en su justificación teórica como en su difusión y exhibición hacia el público –visto en especímenes o catálogos– se determina un proceso de construcción de la fuente por medio de la selección de conceptos dispuestos a graficar bajo criterios de abstracción visual en una estructura morfológica dada por la tipografía.

La respuesta entonces a la pregunta ¿cómo la tipografía puede funcionar como representación visual de algo más que el lenguaje escrito? Radica en la capacidad que tuvieron estos diseñadores de seleccionar atributos de un determinado fenómeno (en el caso del presente proyecto, de una manifestación cultural de nuestro territorio) y traducirlo a la forma tipográfica.

De todos modos, podemos sostener que el criterio formado por los creadores de aquellas fuentes, es similar a la que expone la estructura del signo semiótico. Por lo que la teoría de los signos proveniente del campo de la semiótica nos pueden ser una ayuda como herramienta para el diseño de una fuente.

Debemos partir entendiendo que la semiótica en forma concisa, bajo la idea del filósofo Charles Morris, posee un “doble vínculo con las ciencias: es una ciencia y a la vez un instrumento de las ciencias” (Morris, 1994), siendo el segundo vínculo descrito el de mayor interés para el presente proyecto. Si seguimos el pensamiento de Morris, la semiótica estudia las propiedades de las cosas en cuanto funcionen como ‘signos’, es decir, según entendamos, comprendamos y analicemos su significado por un observador o usuario, considerado como ‘intérprete’. Dentro de este saber, el elemento de estudio se denomina ‘objeto’<sup>28</sup>. Es la teórica Elisabeth Walther, guiada por la teoría de los objetos de Max Bense, quien considera al diseño como un área muy importante en el que la semiótica puede aplicarse, ya que forma parte de las cuatro especies de objetos estructurales de esta teoría. Ella, describe que para entenderlo como ‘objeto’ dentro del área de la semiótica, un ‘objeto de diseño’ tiene como características esenciales, el hecho de estar construido, planificado, condicionado por sus funciones técnicas y su condición de reproductibilidad. Una definición que además de ser fidedigna de muchos objetos de diseño, es prácticamente la esencia de una tipografía. Con ello, Walter describe que un objeto de diseño posee tres dimensiones para ser estudiado: una dimensión material, una dimensión semántica y una dimensión sintáctica, o capacidad técnica.

28 Según Walther, el concepto ‘objeto’ aplicado a esta teoría debe entenderse “de modo general como una cosa cualquiera que puede ser designada” (Walther, 1994), donde en el caso de hablar del signo referido a tal objeto, el foco está en la ‘designación’ de esa ‘cosa cualquiera’.

nica<sup>29</sup>. Estas características guardan notables semejanzas con las que detallan los expertos en tipografía en cuanto a la condición de representación dual (textual y visual) que poseen las fuentes. En este caso, la dimensión material estaría dada por la forma otorgada al carácter, la semántica por aquello que podemos deducir de su aspecto formal y la capacidad técnica por su condición de funcionar como herramienta de escritura. Ambas precisiones del universo de la semiótica entonces, pueden ser tomadas como equivalentes a lo que estudiamos en la tipografía.

La semiótica entonces, describe que los objetos, contienen signos, el cual es el componente esencial de esta área teórica. Estos son descritos como aquellos objetos, fenómenos o acciones que son percibidos de forma sensorial, definición dada por el autor Lazar’ Reznikov, quien detalla además que un signo:

“(…) Interviene en los procesos cognoscitivo y comunicativo representando o sustituyendo a otro objeto (u objetos) y que se utiliza para percibir, conservar, transformar y retransmitir una información relativa al objeto representado”. (Reznikov, 1970)

Por lo que si seguimos esta línea, la tipografía funciona entonces como un objeto de diseño que además porta un signo visual que puede ser percibido de dos formas: a modo de representación de la escritura por la estructura de sus caracteres (“la tipografía como soporte de comunicación textual”) y a modo de representación de otro “objeto” gracias a lo expresado en la forma que le es asignada a estos caracteres (“la tipografía como soporte de comunicación visual”).

En esta línea, Walter, al realizar una revisión del fundamento de la teoría del experto en semiótica Charles Pierce, describe que cuando identificamos el signo de un objeto, este se subdivide de tres componentes:

El signo ‘ícono’, el cual es un signo que representa a un objeto por medio del principio de imitación, producto de poseer ciertas semejanzas o rasgos comunes. Llevado al plano de la tipografía, estaríamos hablando de similitudes a nivel de forma entre el concepto que se busca representar y la decisión formal en el diseño de la fuente.

El signo ‘índice, o index’, que hace señalación directa con el objeto, bajo una “relación causal o de nexa” (Walther, 1994), esto sujeto de una conexión dependiente temporal y espacialmente. La tipografía generalmente pierde la condición de nexa, ya que su objetivo principal es ser utilizada como escritura, por lo que es poco común verla siendo ‘índice’ del objeto que representa<sup>30</sup>.

El signo ‘símbolo’, el cual consiste en representar al objeto sin necesariamente tener características compartidas, pero que la construcción de éste,

29 Llamadas dimensiones ‘ilética’, ‘morfética’ y ‘sintética’ según la teoría de Max Bense.

30 Un ejemplo de tipografía actuando como signo ‘index’ sería el caso de la fuente ‘Tejuela’ –la cual se creó basada en la arquitectura de las iglesias de madera de Chiloé– aplicada en la señalética que hace referencia a las iglesias de la zona. Como esto está dado por situaciones que son más bien especiales, darle prioridad al signo ‘index’ en la tipografía no es prudente en el desarrollo de este proyecto.

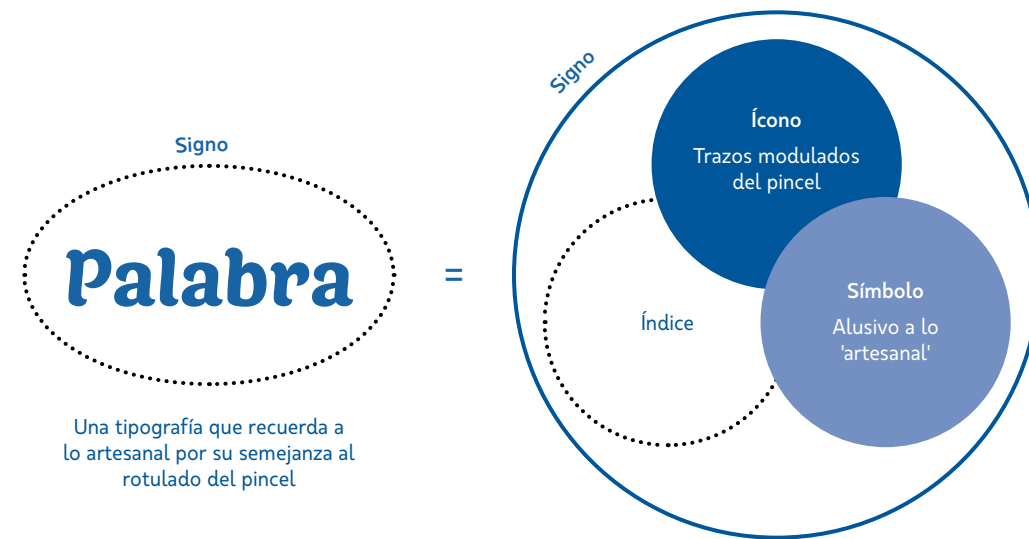


Figura 64: Signos símbolo e ícono presentes en una fuente tipográfica.

“está restringida, sin embargo, por los símbolos ya existentes de un repertorio” (Walther, 1994), por lo que nos referimos a una designación por convención. En tipografía en este caso, es similar a lo que ocurre con el signo ‘ícono’, nada más que debemos considerar que la semejanza entre los rasgos gráficos del trazo de la letra, no necesariamente tiene que ser fiel al ‘objeto’ que se busca representar, sino que debe asimilarse a la convención que se tiene de éste.

Entonces, si deseamos elaborar una fuente que busque representar algún determinado fenómeno tangible o intangible (en este caso una manifestación cultural), es posible ocupar la definición de signos ‘símbolo’ e ‘ícono’ de aquello que buscamos reproducir [tal como se señala en la Figura 64].

Esto nos da como resultado incorporar aquellos conceptos al resto de la metodología de elaboración de una tipografía. Si seguimos la lógica que exponen los mismos diseñadores de fuentes, para iniciar el proceso de diseño debemos puntualizar y agrupar una serie de conceptos que sean capaces de definir tal fenómeno. De esta forma, podremos definir de forma abstracta aquello a lo que hacemos referencia, lo cual nos va a permitir de forma más práctica otorgarle un equivalente visual (a través de la coincidencia entre los signos y los conceptos que buscamos representar) a aquella construcción conceptual. Este mismo trabajo de abstracción visual luego debe aplicarse a las reglas morfológicas de los componentes de una tipografía y así ésta, actúe como soporte de representación visual de lo que buscamos exhibir.

### Conclusiones

Como una parte de todos los dominios que agrupa el diseño, la tipografía se levanta como una disciplina que ha alcanzado cada vez mayor rele-

vancia en nuestra vida cotidiana, ya sea gracias a su importancia histórica o producto del alcance que ha tenido fuera del diseño gracias a las redes globales en la actualidad. Podemos ver que la tipografía históricamente ha sido estudiada desde una perspectiva limitada. Aquello debido al orden prioritario que ha concentrado a su aspecto funcional derivado de su condición de soporte visual del lenguaje textual. Esto, ha sido reforzado por ideas que han tendido a la confusión entre aquello que entendemos como legibilidad, con la búsqueda de la optimización de su dibujo formal. En forma paralela, existen teóricos que abordan un aspecto distinto del uso y desarrollo de fuentes, planteando que además de pensar la tipografía desde la función, podemos entenderla más allá de lo textual: la tipografía funciona a la vez como un soporte de comunicación a través de sus cualidades visuales. Aquello permite entonces que mediante el diseño de fuentes, nosotros podamos buscar comunicar por medio de la agrupación de atributos o características formales, los que unidos, pueden remitir a algún contexto determinado. La teoría de los signos provenientes de la semiótica, es una herramienta que puede aglutinar aquellas ideas expuestas por los tipógrafos y empezar a trazar el camino que busca dotar de una metodología para poder ocupar la tipografía como un medio de comunicación visual y textual de manera consciente, entendiendo que, por su cualidad de ser ‘objeto de diseño’, posee la facultad de que sus formas (en todo el sentido de la teoría tipográfica) sean interpretadas a través de sus signos.

Por lo que, así como podemos elaborar una fuente agrupando ciertos conceptos descriptivos, son estos mismos conceptos los que podemos extraer desde las mismas características de cualquier fenómeno cultural en particular, de forma de poder relacionar y elaborar una fuente a partir de un interés propio.

Apoyándonos en la idea de que una hinchada de fútbol es una manifestación cultural de la cual podemos determinar parte de sus características que las hacen únicas dentro, desde y hacia fuera de nuestro territorio. Podremos entonces, apropiarnos de los rasgos de un fenómeno como éste y elaborar una fuente tipográfica que busque ser resumen de la identidad de cada grupo retratado.

Si bien, el proyecto perfectamente puede abarcar con amplitud una diversidad de hinchadas focalizadas en territorios reducidos (como las de regiones o de colonias, mencionadas anteriormente), se adoptará un caso único como pie inicial para la ejecución del proyecto. Es por medio de esta elección que se podrá emprender el desarrollo de una fuente, con la base argumentativa y la metodología indagada en la presente investigación.

Por lo tanto, las hinchadas participantes del Clásico Porteño, serán la base conceptual para la construcción de la tipografía, esto, producto de sus



particularidades en el orden social, histórico y territorial, ya que nos permite alcanzar un contexto reducido por las dos hinchadas más grandes del Gran Valparaíso, en un evento que es considerado el Clásico más antiguo de Chile. Otro atributo que conlleva a su elección, es la posibilidad de so-cavar distintas significaciones dentro de un mismo proyecto tipográfico, pudiendo abarcar las singularidades sociales de cada ciudad a las cuales pertenecen las hinchadas y su rivalidad mutua, que los hace reconocer y exaltar sus mismos atributos distintivos con el fin de diferenciarse el uno del otro.



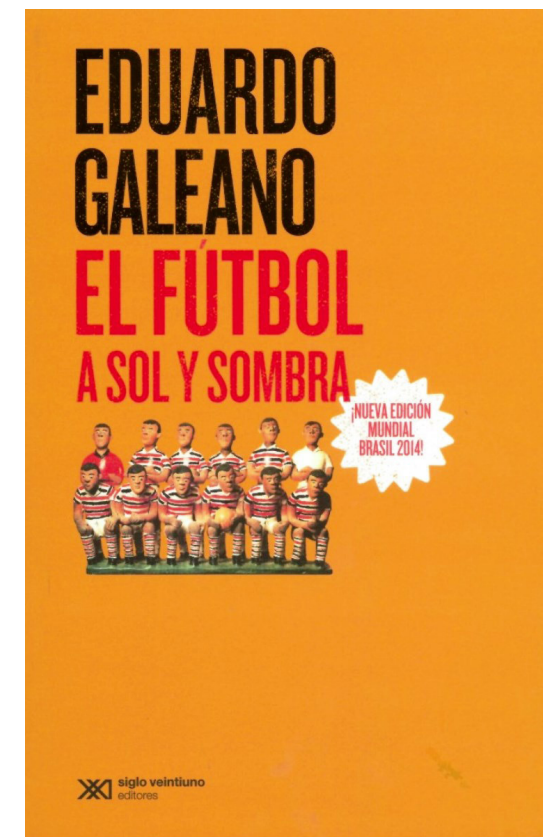
→ Figuras 65 y 66: 'Los del Cerro', hinchada de Everton [arriba] y 'Los Panzers', hinchada de Santiago Wanderers [abajo].

Fuente: Fotosport y Canal 24 Horas



**PROYECTO**

## REFERENTES

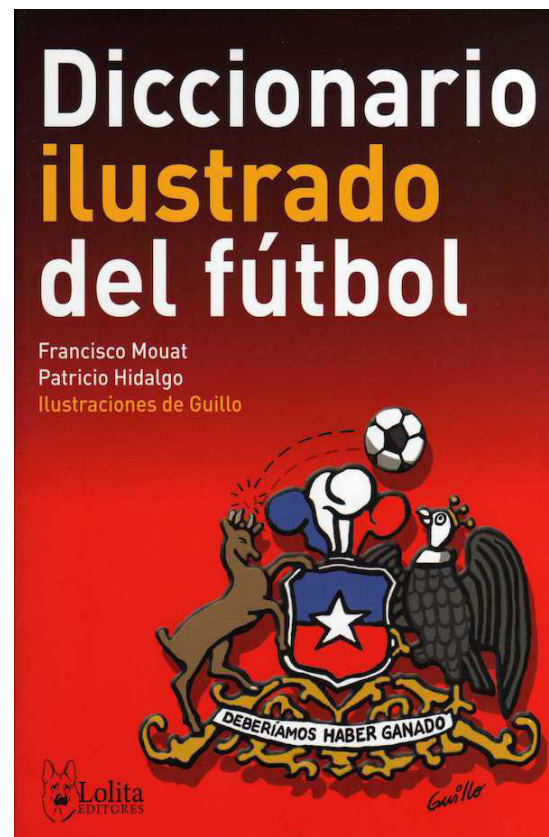


### Conceptuales

#### ‘El fútbol a sol y sombra’

Libro del destacado escritor uruguayo Eduardo Galeano que realiza una revisión de todos los aspectos que convocan el fútbol. Escrito en forma de homenaje, movido por la emoción que produce este deporte en el mismo escritor, con el deseo de compartir hasta el último detalle con los lectores. En sus páginas se puede leer un elaborado compendio de todos aquellos elementos característicos con los que se identifica el fútbol como lo vivimos en Sudamérica.

Figura 67: Portada de 'El fútbol a sol y sombra'



### ‘Diccionario ilustrado del fútbol chileno’

Ilustrado por el dibujante Guillo, el libro detalla ciertas expresiones habituales en nuestras canchas y son retratadas por medios de dibujos que mezclan la explicación de cada término con humor.

➤ **Figura 68:** Portada de 'Diccionario ilustrado del fútbol chileno'



### ‘Orgullo del Puerto...’

Libro y mini documental desarrollado por sociólogos de la Universidad de Valparaíso producto de una investigación iniciada el año 2012 por un equipo comandado por Carlos Vergara Costela. La publicación considera entrevistas a personajes emblemáticos y espacios públicos reconocidos que se enmarcan en el entorno de Valparaíso y su equipo más tradicional: Santiago Wanderers.

➔ **Figuras 69 a 72:** Portada del libro y fotogramas del documental 'Orgullo del Puerto'





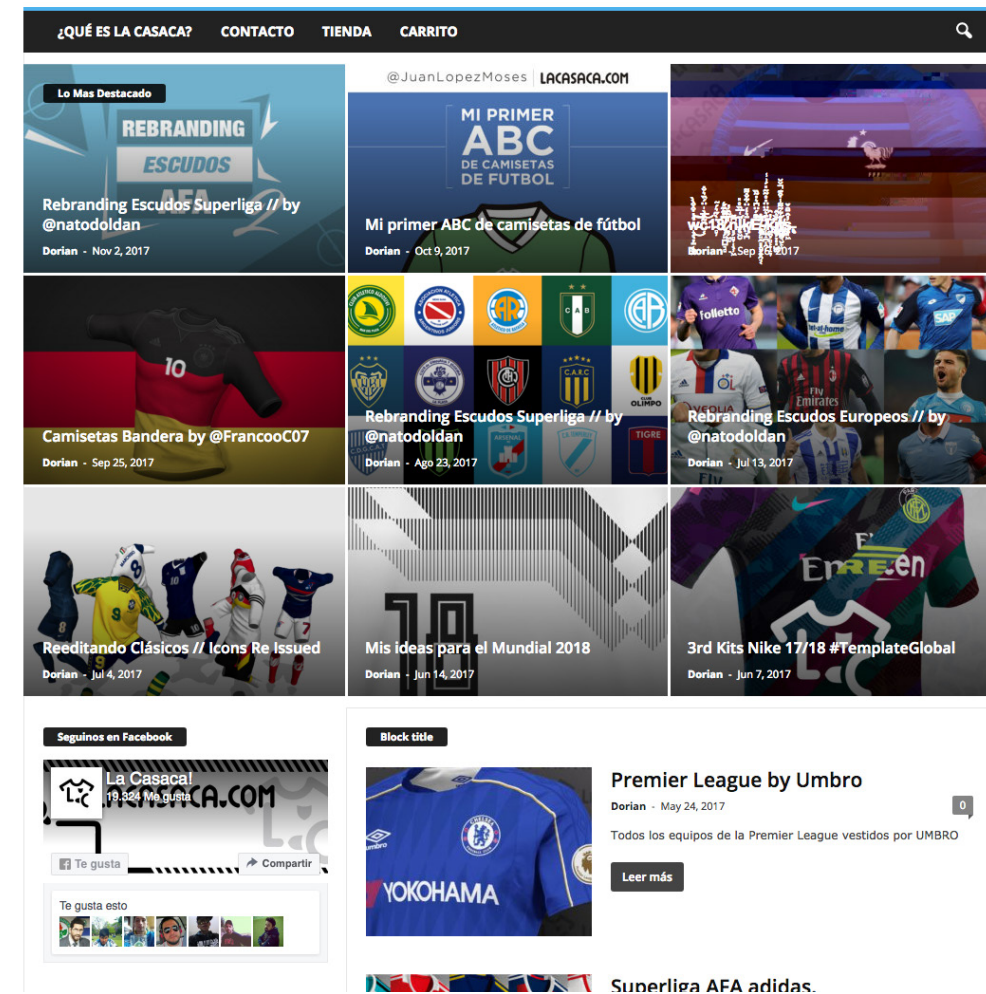


## Funcionales

### Editorial Tucúquere

Editorial nacida de la barra de 'Los de Abajo' de la Universidad de Chile, cuyos libros tienen como tema vinculante a la hinchada. De ahí se destacan proyectos como 'Eres mi vida entera' nacido como proyecto de título de Diseño de la Universidad de Chile y Arte Popular Azul, una recopilación de la gráfica creada por la afición universitaria, ambos de Camilo Núñez.

DESCUBRE MÁS BLOGS DE BLOGSPORTIVA MARCA DE GOL PALADAR NEGRO ARTE Y SPORT TODO SOBRE CAMISETAS



## La Casaca

Blog creado por Dorian, que partió haciendo reinterpretaciones libres de camisetas de equipos de fútbol. La popularidad del blog fue creciendo y fue integrando distintos aficionados al diseño de camisetas, reunidos bajo la misma idea de exponer sus creaciones con total libertad. Las temáticas son variadas por lo que el trabajo de identidad realizado dentro del fútbol es sumamente amplio abarcando equipos ficticios, de divisiones menores a mundialmente famosos.

Figura 73: Portada de 'Eres mi vida entera'

Figura 74: Screenshot de la página web 'La casaca'.





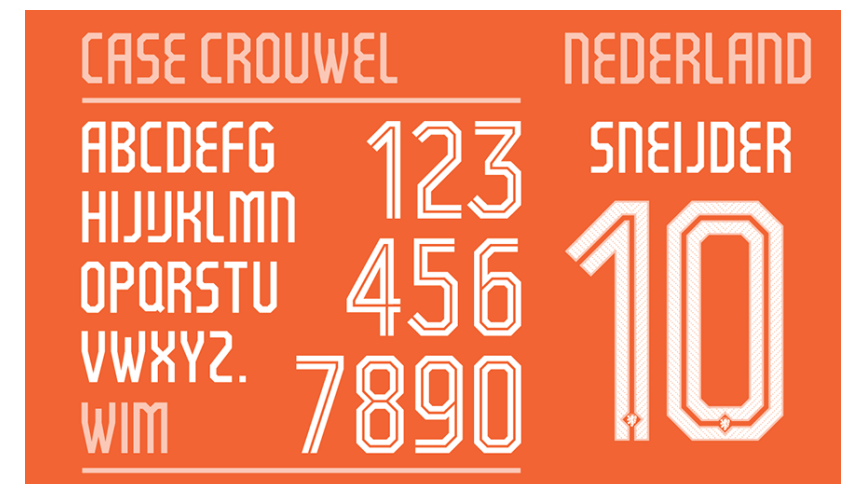
### ‘Clubes. Nuestra historia’

Serie de documentales emitidos por la cadena de televisión CDF, cuyo objetivo es relatar los orígenes de los clubes que componen el fútbol profesional en Chile. Dirigido por Matías Calquín, el programa que ya ha presentado tres temporadas, recopila entrevistas a quienes forman parte de los eventos más significativos en la historia de los equipos constituyendo un antecedente en el registro gráfico y audiovisual de la historia del fútbol nacional.



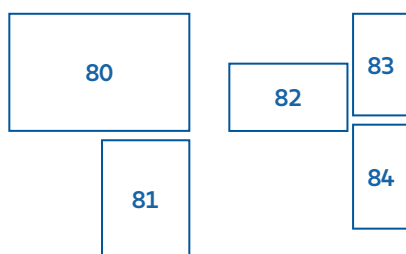
Figuras 74 a 79: Fotogramas extraídos de los capítulos del documental ‘Clubes. Nuestra Historia’ sobre Santiago Wanderers y Everton.





### Pixação y Nike en la Copa del Mundo 2014

Tipografías diseñadas de manera exclusiva para las camisetas de selecciones de fútbol. El primer caso, para Brasil en el año 2011, cuyas formas están basadas en el *Pixação*, arte callejero originario de tierras brasileñas, utilizado como parte de la gráfica del equipamiento de la selección de ese país durante aquel año. El segundo, un conjunto de tipos de letra encargadas por la empresa Nike para su uso en la vestimenta deportiva de las selecciones que usaban su marca durante el Mundial de Fútbol del año 2014. Son emblemáticas las fuentes *Case Crowwel* elaborada por el reconocido diseñador holandés Wim Crowwel para la selección de los Países Bajos, cuyo rasgo más distintivo (además de su estructura formal) es la inclusión de la ligadura 'ij' propia del idioma holandés; *Case Brody* que buscó otorgar identidad propia a la selección de fútbol de Inglaterra por medio del trabajo del diseñador Neville Brody y *Rex* de la compañía FontFabric para el combinado nacional de los Estados Unidos.

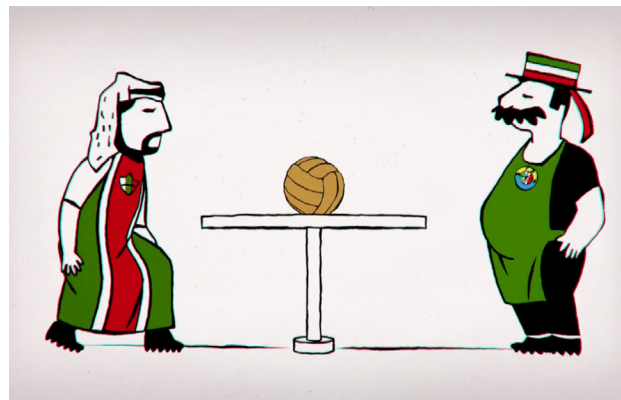


Figuras 80 a 84:

- 80. Cartel promocional de la camiseta oficial de la Selección Brasileña de Fútbol para el año 2011 con la fuente basada en el *Pixação* aplicada.
- 81. Pixos en un edificio de São Paulo [Fuente: Flickr de Ray Schwartz]
- 82. Fuente 'Case Crowwel'
- 83. Fuente 'Case Brody'
- 84. Fuente 'Rex'



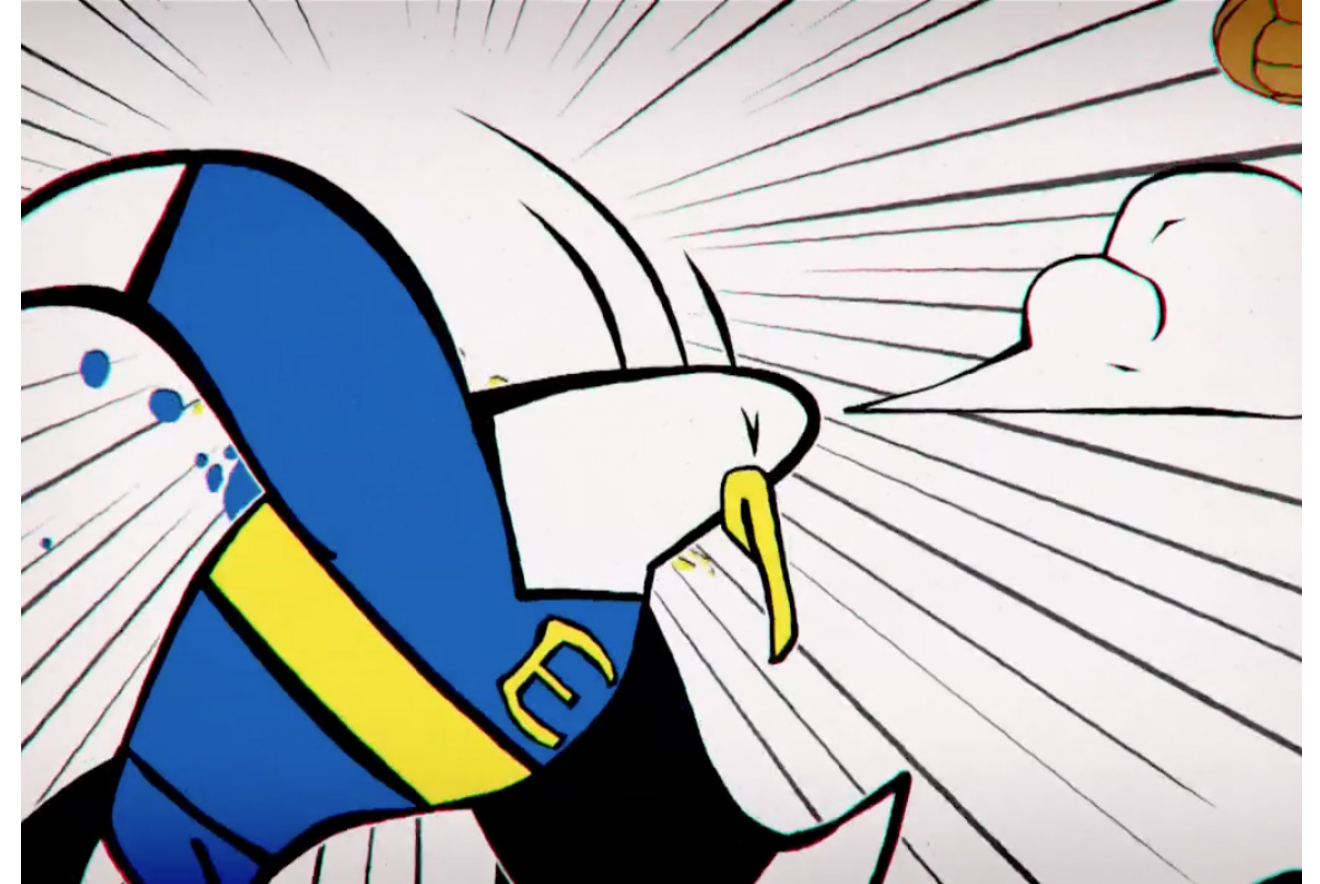




### Visuales

#### 'La leyenda'

Campaña publicitaria del Canal del Fútbol durante el año 2016, en el que realiza una serie de representaciones por cada equipo del fútbol profesional. La gráfica y el montaje audiovisual de la campaña está basado en la lira popular. Siguiendo esta línea, presentado como un canto a lo poeta, los videos publicitarios cuentan la historia de un partido de fútbol jugado por todas las mascotas de los equipos nacionales. Su secuencia más conocida es la pieza audiovisual 'Partido peleado'.





### ‘#BienvenidaMascota’

Cómo máximo referente simbólico presente en el estadio de un equipo de fútbol tenemos a las mascotas. Si bien en nuestro contexto no son habituales actualmente, la presencia de estos personajes es uno de los mayores resúmenes gráficos de una afición: visten los colores del equipo, se basan en algo que identifica al club (animal de la zona o símbolo de la institución), además de participar con la misma hinchada que representan. El año 2015 durante la celebración de la Copa América, los organizadores realizaron una campaña audiovisual con las mascotas de Santiago Wanderers y Everton como principales protagonistas de la presentación de ‘Zincha’, nuevo personaje emblema del campeonato.





#### Lienzos y murales de hinchadas:

En las hinchadas es habitual asistir con lienzos aludiendo al sector de la barra que es representado o al mismo equipo que apoyan, además de ser esta una manifestación visual representativa de una afición, los murales en los barrios identificados con un equipo son otra manera de mostrarse.

## PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

### Presentación

El presente proyecto consiste en la elaboración de una tipografía digital que se origine a partir de hinchadas de fútbol regionales. El proceso de diseño estará encabezado por las reflexiones teóricas en torno a la tipografía entendida como una herramienta de representación visual, tal como fue revisado durante la investigación. El objetivo de ello, es que su forma final se sostenga de la asociación entre el uso de aquella fuente y las características de las hinchadas, pudiendo así dar visibilidad a este fenómeno cultural. Como una forma de acotar el proyecto, se utilizará como caso de estudio para la construcción de la tipografía a las hinchadas que participan del Clásico Porteño, ya que se presenta como un acontecimiento que puede ser abarcado en un territorio reducido, pero al mismo tiempo posee un carácter masivo y sumamente arraigado a la historia patrimonial del fútbol de nuestro país.

### Objetivos

Elaborar una fuente tipográfica basada en las hinchadas del Clásico Porteño para visibilizarlas como una manifestación de la cultura local de Chile.

Figuras 94 a 96: Mural de 'Los Devotos' de Deportes Temuco y lienzo de 'Los del Cerro' de Everton y 'La Fiel del Norte' de Deportes Iquique.

# METODOLOGÍA

Para desarrollar la fuente, se tomará como guía lo expuesto en las Conclusiones del Marco Teórico. Por lo que, en forma secuencial, primero debemos seleccionar el fenómeno que nos interesa exponer en la tipografía, para luego indagar información sobre la temática. Por lo que la investigación debería ayudarnos a definir un conjunto de conceptos claves que describan aquello que queremos abordar y así, poder incorporarlo a las formas de los caracteres.

## **Definir el fenómeno cultural**

En la fase inicial se debe analizar aquel tema de interés que se abordará en el desarrollo de la tipografía, analizándolo para poder exponerlo como una expresión propia de nuestra cultura.

## **Realizar observación directa e indirecta**

Como puesta en marcha del proceso de conceptualización, se debe indagar a fondo el tema, es por eso que será necesario realizar una investigación que involucre reseñas o relatos históricos, entrevista a quienes participan, junto a la observación y participación directa del caso investigado.

## **Definir “signos” que la conceptualicen**

Esta fase de conceptualización, es en esencia, la tipificación de aquellos ‘signos’ que son capaces de describir y particularizar cada contexto o fenómeno que queramos reflejar en la fuente. Según lo revisado en el Marco Teórico, debemos identificar una cantidad delimitada de signos ‘ícono’ y ‘símbolo’ que puedan además ser posteriormente abstraídos para aplicarse en la estructura alfabética. Entonces, posterior a la observación del fenómeno, debemos ser capaces de caracterizarlo. A modo de organización, agruparemos conceptos de acuerdo a sus similitudes y sus diferencias.

### Similitudes

Identificación de la manifestación cultural por parte de los participantes, sentido de pertenencia a un mismo territorio u origen en común.

### Diferencias

Ser identificados por distintos grupos sociales, ubicarse en distintos espacios o momentos o reconocerse mutuamente como diferentes.

### Asociar conceptos a abstracciones visuales

Aquellos conceptos recopilados nos darán una base para empezar a buscar asociaciones entre la descripción del fenómeno y abstraerlo en forma visual. Para ello se deben pensar formas y figuras abstractas que logren una semejanza, ya sea por similitudes entre los conceptos y la forma (ícono), o por convención (símbolo). Para alcanzar mayor precisión, se hará una abstracción visual de conceptos completamente opuestos a los que se propusieron y así establecer un panorama de lo que 'no hay que imitar'.

### Adaptar a la abstracción visual a la estructura morfológica de los caracteres

Para que aquella abstracción funcione como una tipografía, se deberá ajustar sus formas a una estructura determinada de los signos alfabéticos, numéricos, de puntuación y ornamentales. Por lo que se debe seguir una metodología ya esbozada para la construcción de una fuente. Distintos manuales de tipografía sugieren la creación de una fuente por medio de una 'palabra base'<sup>31</sup>, donde las formas de cada letra son equivalente a otros caracteres del alfabeto.

<sup>31</sup> Siempre se exige tener dentro de la 'palabra base' una letra de caja alta con letras de caja baja compuestas de formas curvas (como la 'c' o la 'o'), rectas (como la 'n' o la 'm'), diagonales (como la 'v' o la 'y') y algunos caracteres cuyas formas sean mixtas (la 's' por su doble arco, la 'a' por su uso de rectas y curvas, o la 'g' por poseer más curvas que lo común). Así podemos ver que es habitual que tipógrafos basen el diseño de sus tipografías en palabras como 'Hamburgefontshiv', 'Changosy', 'videospam' o 'volcán'.

## PLANIFICACIÓN

### Sociabilización

#### Cientes

#### Consumidores de tipografía digital

Una vez la fuente esté terminada, su destino es que pueda ser distribuida para su uso. Es por ello que los principales clientes son aquellas personas que están interesadas en la aplicación de nuevas tipografías en sus trabajos, documentos, gráficas, etc. Si bien, el objetivo de la fuente es poder representar las hinchadas del Clásico Porteño, el uso de la tipografía no es limitado y se puede extender para todo aquello que le probable cliente estime posible.

#### Usuarios

#### Lectores y espectadores

El usuario final de la tipografía son quienes vean la fuente en uso (lean, observen, etc.), independiente del formato en el que se esté ocupando. Es éste grupo de personas el que debe asociar la tipografía a la comunidad que busca representar. Es importante aclarar que esta equivalencia se podría realizar si la fuente está en uso en contextos compartidos con la hinchada en que se basa.

#### Beneficiarios

#### Hinchadas de Santiago Wanderers y Everton

Son colaboradores y beneficiados de manera directa por el proyecto, ya que son este grupo quienes constituyen el objeto de estudio para la creación de la tipografía. Además son parte del destinatario final, ya que, independiente de que la tipografía tenga como objetivo final tener un uso



libre, es el hincha el que podrá hacer el vínculo entre lo que comunica la fuente y su propia comunidad.

### Comunidades de Valparaíso y Viña del Mar

Parte de la comunidad beneficiada de forma indirecta son quienes habitan las ciudades sede de Everton y Santiago Wanderers. Al ser ambas hinchadas pertenecientes al mismo territorio de los viñamarinos y porteños, arrastran características similares, pudiendo equiparar el uso de la fuente en función de las identidades de ambas ciudades.

### Estudiantes interesados en el área de la tipografía

La metodología expuesta para la elaboración de la fuente es también material académico para la enseñanza del diseño de tipografía. Es preciso que a partir de propuestas metodológicas se instale una discusión en torno a los medios y objetivos bajo los que creamos tipografías.

### Profesionales Involucrados

#### Tipógrafos

Para la fase de diseño y corrección de la fuente digital se solicitaron las correcciones de profesionales expertos en el campo de la tipografía. Dentro de los colaboradores se cuentan a Diego Aravena, fundador y tipógrafo de la fundición digital W Foundry; César Araya, diseñador miembro del equipo de la fundición digital Latinotype; Eleonora Aldea, creadora del *blog* Aldeapardo especializado en sus trabajos de *lettering* y caligrafía y Guisela 'Coto' Mendoza, tipógrafa de la fundición digital Latinotype, especialista en *lettering* y caligrafía. Dichos participantes son además miembros del plantel académico del Diploma en Tipografía y Lettering de la Universidad de Chile.

#### Especialistas en el estudio social del fútbol

De forma complementaria a la Fase de Observación, se ha buscado la colaboración de un profesional vinculado al estudio de las hinchadas. Es por eso que se realiza una entrevista a Carlos Vergara, miembro del equipo que desarrolló el libro y documental 'Orgullo del Puerto' quien dedica un estudio minucioso en torno a la filiación entre Santiago Wanderers y la comunidad de Valparaíso.

### Instituciones

#### Clubes de fútbol de Everton y Santiago Wanderers

Independiente de que las hinchadas son grupos de personas que no cuentan con un vínculo directo con las empresas dueñas de los clubes de fútbol, son estos conglomerados los que sostienen a nivel económico los

equipos. Es por eso que, una fuente que alude a uno de los actores más importante de su negocio, produce beneficios al visibilizar y fidelizar esa masa de hinchas/clientes, además de poder tener la ventaja de formar parte de su imagen institucional.

### Municipalidades de Valparaíso y Viña del Mar

En ambos casos, son instituciones que pueden hacer uso de la fuente bajo la idea de proyectar la identidad del habitante de ambas ciudades, lo cual da la posibilidad de que este tipo de proyectos se añadan al espectro de productos que muestren y divulguen la imagen de ambas ciudades.

### Recursos

Para la elaboración de la fuente digital se requiere en primer orden, sesiones de dibujo manual en lápiz y plumón, el primero para dibujar contornos y el segundo para poder probar la letra en relleno. Como superficie de dibujo se usa papel milimetrado para los primeros bocetos (para tener una guía de los tamaños y las líneas bases) y en las siguientes etapas correcciones en papel vegetal sobre los dibujos y pruebas de impresión del formato digital. Posterior a eso se utilizan los software Adobe Photoshop para el traspaso de dibujo a imagen digital con la limpieza de ésta y Adobe Illustrator para los primeros trazados vectoriales de las letras proyec-

↓ **Figura 97:** Materiales para el dibujo manual de la fuente.





tadas. Por último, el software estructural del desarrollo de tipografía es Glyphs, el cual incluye las herramientas necesarias para poder hacer el dibujo vectorial de cada uno de los glifos, la programación de sus variantes de peso, ornamentales, el espaciado y el *kerning* de la tipografía, la inclusión de características OpenType y la exportación a formatos de uso digital.

Además, para el estudio y desarrollo de las fuentes, se requiere la observación en detalle de tipografías usadas como referente. Para el presente proyecto se opta por seleccionar una familia de licencia libre (*Fira Sans*, diseñada por Erik Spiekermann, Ralph du Carrois, Anja Meiners y Botio Nikoltchev para la compañía Mozilla), la cual permite realizar un estudio detallado por medio de su apertura en el programa Glyphs y así observar sus detalles a nivel de dibujo y programación.

### Gestión estratégica

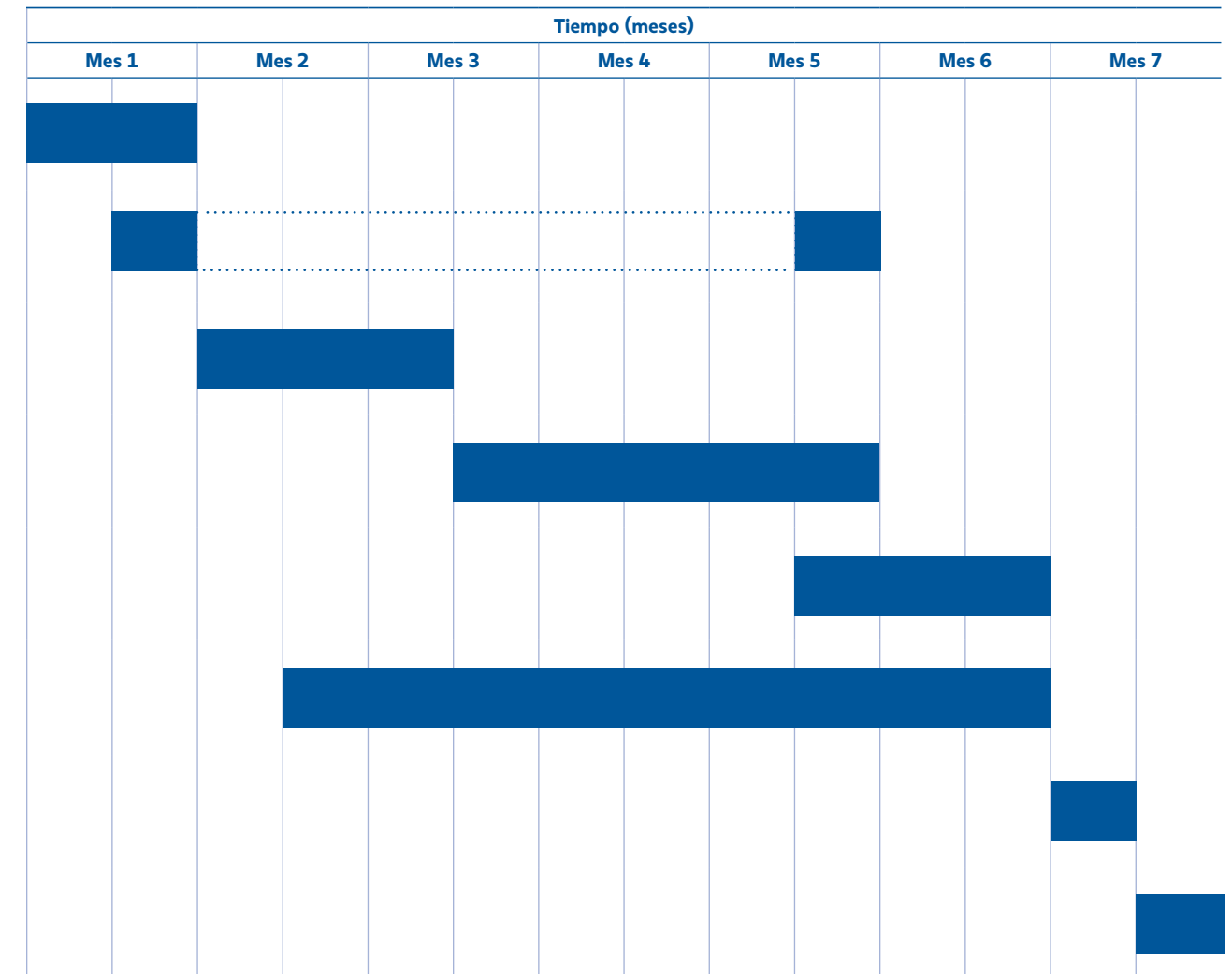
El desarrollo de la fuente se inicia con una investigación previa, la que alterna con sesiones de observación y entrevistas (tanto el Clásico Porteño como la entrevista a Carlos Vergara se producen meses después del inicio del dibujo de la tipografía). Posteriormente, se cursan dos etapas que consisten en un principio al dibujo en papel de las primeras letras de la tipografía y luego el trazado digital. En ambas fases se realizan sesiones de corrección con docentes del Diploma en Tipografía y Lettering quienes además colaboraran con asesoría en el proceso de licencia del producto. La entrega y distribución de la tipografía digital se planifica realizarla mediante internet, con el objetivo de que su uso sea libre, pero se cederá de forma directa a aficionados de ambos equipos [para más detalles ver Carta Gantt del proyecto en la página siguiente].



Figura 98: Glyphs, software usado para el desarrollo de fuentes digitales.

Figura 99: Variantes Regular y Heavy de Fira Sans, tipografía que será usada como base para el proyecto.

Fase	Recursos Materiales	Colaboradores	Herramientas	Espacios	Costo
1. Investigación Histórica y de Registros Audiovisuales	Libros (Préstamo y colección personal) y visitas a sitios web de los equipos e hinchadas	Roberto Osses (profesor guía)	–	Biblioteca Nacional	–
2. Observación y entrevista a actores clave	Cuaderno de notas, Grabadora de audio, Cámara fotográfica	Carlos Vergara (Entrevistado) Hinchas de Wanderers y Everton (Entrevistados)	–	Valparaíso y Viña del Mar, Estadio Elías Figueroa Brander	\$ 4.800 (por viaje) \$ 9.600 (total)
3. Dibujo de tipografía (análogo)	Croquera, lápiz 2B, lápiz rotulador n°1 y 0.5	–	Familia tipográfica 'Fira Sans'	–	–
4. Dibujo de tipografía (digital)	MacBook	–	Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Glyphs	Diploma de Tipografía y Lettering (FAU)	–
5. Programación y Ajustes Finales	MacBook	Diego Aravena, César Araya (tipógrafos)	Glyphs	Diploma de Tipografía y Lettering (FAU)	–
6. Observación y Correcciones	Croquera, lápiz 2B, lápiz rotulador n°1 y 0.5, MacBook	Diego Aravena, César Araya, Eleonora Aldea, Guisela Mendoza (tipógrafos) Roberto Osses (profesor guía)	Glyphs	Diploma de Tipografía y Lettering (FAU)	–
7. Finalización Archivo (Licencia y Espécimen)	MacBook, Impresión digital	–	Adobe Illustrator	–	–
8. Distribución de la fuente digital	MacBook	Diego Aravena, Luciano Vergara (tipógrafos)	–	Sito web especializado (MyFonts, Font Squirrel)	–



↑ Figura 100: Carta Gantt del proyecto.



# DESARROLLO Y REPRESENTACIÓN FINAL

## **Aplicación de la metodología**

### **Definir el fenómeno cultural**

Dentro del fútbol, el interés particular son las hinchadas del 'Clásico Porteño', por lo que las tipografías que se elaborarán son dos: la fuente 'Panzer' y la fuente 'DelCerro'

### **Observación directa e indirecta**

Se determinaron tres instancias de investigación. En primera instancia se realizó una revisión de la historia y actualidad de la hinchada por medio de observación indirecta, por lo que se trabajó de forma cronológica en base a los siguientes recursos:

### **Documentos y textos alusivos al Clásico**

Dentro de los cuales están las historias de los clubes detalladas en las páginas web oficiales (<http://www.santiagowanderers.cl> y <https://www.everton.cl>) e investigaciones históricas o antropológicas ('Las escuelas de identidad' de Eduardo Santa Cruz; 'Orgullo del Puerto' de Eric Valenzuela, Sebastián Ponce y Carlos Vergara y 'Soy de Everton' de Antonio Martínez)

### **Registro audiovisual**

Capítulos de Everton y Wanderers de la serie documental 'Club: Nuestra Historia'

### **Observación en terreno y entrevistas a actores clave**

Viaje a Valparaíso para concurrir al Clásico Porteño el día 22 de octubre del 2017, donde se realizaron entrevistas a actores clave (Cuatro hinchas de Wanderers y cuatro hinchas de Everton), además de una entrevista a





Carlos Vergara, uno de los autores de 'Orgullo del Puerto' el día 20 de noviembre del 2017 [Transcripción de las entrevistas disponibles en el Anexo: Entrevistas].

### Conceptualización

Además de identificar similitudes y diferencias como se expone en el marco metodológico. Al tratarse de una hinchada un fenómeno que se concibe de manera transversal entre todo el gran grupo de hinchadas del país. Se organizarán sub-grupos que categoricen las diferencias entre ellos, esto también da la posibilidad de que el mismo proyecto se extienda a futuro a representar distintas hinchadas (incluso más manifestaciones culturales afines) aplicando la misma metodología del presente proyecto. Por lo tanto, las hinchadas las podremos conceptualizar de la siguiente manera:

### Similitudes

**Conceptos de características "transversales":** Así como se revisaba en el Marco Teórico, una hinchada está caracterizada por aquel grupo de personas que asiste al estadio de forma periódica y posee un vínculo emocional fuerte con el equipo que declara seguir. Dada su mutabilidad con la barra brava, la hinchada desde la mirada de un observador externo, se caracteriza por la naturaleza festiva debido a la condición ritual de los asistentes al

↑ Figura 101 a 107: Fotografías en jornada de observación, día del Clásico Porteño.



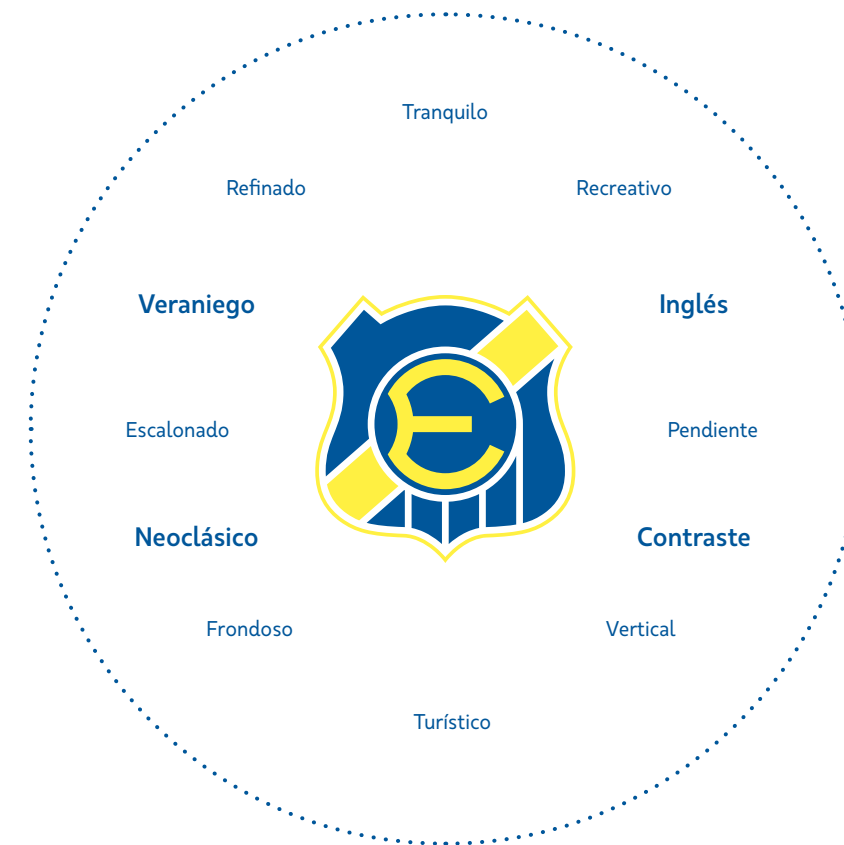
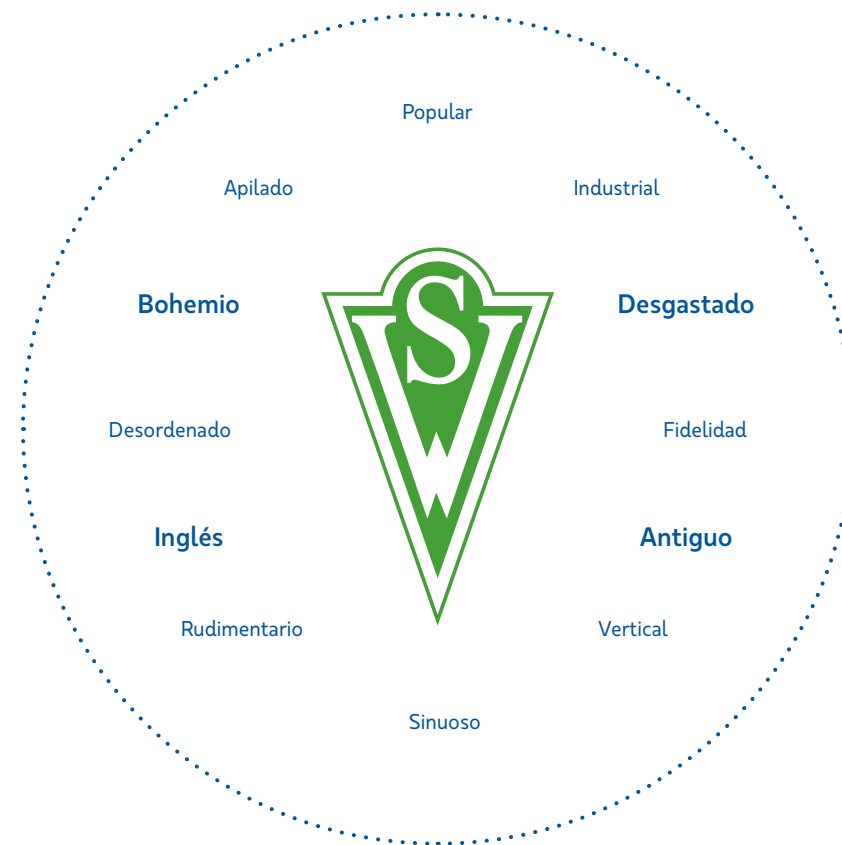


Figura 102 y 103: Conceptos recopilados para definir a 'Los Panzers' y 'Los del Cerro'.

partido de fútbol. Son los hinchas los que se unen al cántico, los que asisten con banderas y acompañan el grito de gol de cada equipo, es la emotividad de aquel lazo lo que los define como grupo. Es por eso que los dos conceptos que ayudan a caracterizar a este grupo es el ser 'masivo' y 'festivo', ideas que nos ayudarán a definir de forma transversal el concepto de 'hinchada'.

### Diferencias

**Conceptos de características "territoriales":** Lo que define el espacio donde realizan sus actividades cotidianas como hinchas y con el cual están vinculados. Aquello puede ir más allá de características del orden geográfico, implicando el entorno cultural de los habitantes, su clima, la historia local, lo que se reconoce desde el exterior del territorio, etc.

**Conceptos que aluden a su "origen institucional":** Respondiendo a cómo o quiénes fundaron la institución a la que la hinchada está vinculada, con conceptos que develen la existencia de un puente entre la historia del club y la identificación de la hinchada a la cual pertenece.

**Conceptos característicos del "hincha":** Son conceptos que se construyen respondiendo cuál es la característica por la que es reconocido aquel grupo, conceptos que podemos relacionar por ejemplo, a un apodo usado de

manera convencional para referirse a tal grupo, a una mascota o a la auto-denominación del hincha.

Producto del ejercicio anteriormente propuesto, deberíamos ser capaces de caracterizar ambas hinchadas según sus características descriptivas. Para verificar ello construiremos una frase que resuma sus rasgos identitarios, de manera de poder seleccionar aquellos conceptos que utilizaremos para poder diseñar la fuente. Un aspecto importante a considerar, es que ambos grupos comparten un territorio común, ya que independiente de las diferencias demográficas, las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar se encuentran ubicadas en una misma área metropolitana y comparten una geografía similar. De hecho, ambas son ciudades que nacen a partir de un centro cívico ubicado en un plano costero y su periferia se extiende hacia la altura de los cerros. Otra característica compartida es el origen que tienen ambos clubes, ya que producto de la inmigración inglesa al puerto de Valparaíso durante fines del siglo XIX, se inicia la práctica del fútbol en nuestro país y por consecuencia, la creación de los primeros clubes de fútbol. Tanto Everton como Santiago Wanderers son fundados por habitantes de dicha nacionalidad, portando aquella herencia.

Tomando en cuenta ello, debemos ahora diferenciar ambos grupos humanos para poder construir y separar ambas identidades. En el caso de San-



tiago Wanderers, sus hinchas son en su mayoría, habitantes identificados con la ciudad de Valparaíso. Una ciudad que es reconocida por un paisaje configurado por viviendas de autoconstrucción, el desgaste de las fachadas en los cerros, una trama urbana orgánica y de carácter bohemio, por sus actividades nocturnas y el ambiente carnavalesco en ciertos momentos del año.

En el caso de Everton, debemos vincularlo a la ciudad de Viña del Mar, donde encontraremos características totalmente diferentes. La ciudad comparte una historia con su calidad de balneario y por lo tanto, se promueve como un lugar esencialmente veraniego, destacando sus playas y sus actividades durante la época estival. Junto con ello, el paisaje está marcado por el contraste de la arquitectura de sus construcciones del orden neoclásico francés ubicadas en el sector céntrico de la ciudad y las viviendas de origen socioeconómico bajo en las faldas de los cerros poblados alrededor.

Por lo tanto, si construimos la frase que describe a los "Panzers", sería la siguiente: Los Panzers habitan Valparaíso, un lugar 'desgastado' y 'bohemio'. Son hinchas de una institución de origen 'inglés', que es reconocida por ser la más 'antigua' de Chile (motivo por el que le llaman el "decano" del fútbol chileno).

Completando la comparación, si construimos una frase que describa a los "Del Cerro", sería la siguiente: Los del Cerro habitan Viña del Mar, un lugar caracterizado por el 'contraste' de la arquitectura 'neoclásica' del centro y las viviendas de los cerros. Son hinchas de una institución de origen 'inglés' y comúnmente son apodados los "ruleteros" por el 'casino' ubicado en la ciudad.

Para comprobar que el ejercicio es aplicable a muchos más casos similares, se desarrollaron como ejercicio previo, ejemplos con distintas hinchadas del país. Aunque existe coincidencias en algunos conceptos, estos se encuentran determinados por su relación con los parámetros anteriormente mencionados. Si observamos a nuestros casos de estudio, la única diferencia que existe entre el caso de los "Panzers", los "Del Cerro" y el resto, es el aspecto territorial, ya que no habitan un mismo espacio común. Independiente de ello, en todos los casos podemos hacer un detalle de conceptos descriptivos que podemos abordar en el diseño de una tipografía nueva siguiendo la misma matriz expuesta en la metodología de diseño [Expuesto con determinados ejemplos en la Figura 104].

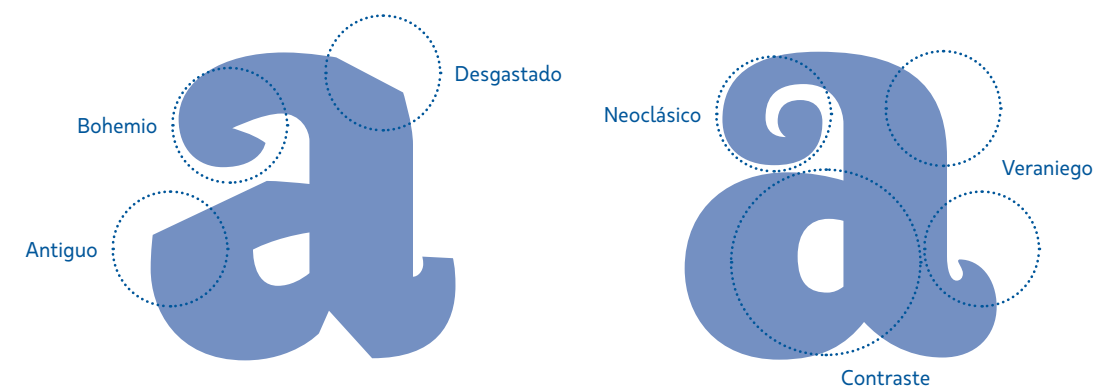
**Abstracción Visual**

El proceso de Abstracción Visual se realiza como se ha detallado en la Metodología anteriormente, para ello se realiza un cuadro comparativo con

Equipo / Hinchada	Conceptos				
	Características Transversales		Territorio	Origen (Institucional)	Reconocimiento exterior
Colo-Colo "Garra Blanca"	Masivo	Festivo	Popular	Perpetuo	Triunfo
			Mapuche		
Laico			Académico	Fidelidad	
Nómada					
Universidad de Chile "Los de Abajo"			Acomodado	Académico	Hidalguía
Universidad Católica "Los Cruzados"			Religión		
Santiago Wanderers "Los Panzers"			Bohemio	Inglés	Antiguo
			Desgastado		
Everton "Los del Cerro"			Neoclásico	Inglés	Veraniego
			Contraste		
Deportes Temuco "Los Devotos"			Frondoso	Acomodado	Fusión
			Mapuche		
Deportes Iquique "La Fiel del Norte"	Seco	Minero	Independiente		
	Duro				
O'higgins "Trinchera Celeste"	Periférico	Minero	Luto		
	Llano				
Huachipato "Los Acereros"	Industrial	Resistente	Triunfo		
	Sucio				
Rangers "Los Rojinegros"	Campesino	Antiguo	Inestable		
	Calmo				

→ **Figura 104:** Tabla comparativa con la conceptualización de distintas hinchadas del fútbol profesional chileno.

Hinchada / Equipo	Conceptos	Abstracción Literal	Síntesis Visual	Oposición Visual
"Hinchada" común	Masivo	Grande "Ocupar el espacio"		
	Festivo	Diversidad Movimiento		
"Los Panzers" de Santiago Wanderers	Bohemio	Retorcido Oscuro Irregular		
	Desgastado	Sin puntas Curva vs. Recta		
	Antiguo	Irregular Accidentado		
	Inglés	Fuentes 'Transicionales' Baskerville	<b>Rnga</b>	<b>Rnga</b>
"Los del Cerro" de Everton de Viña del Mar	Neoclásico	Ornamentado Volutas		
	Contraste	Clarooscuro Modulación		
	Veraniego	Curvo Liviano		



↑ **Figura 105:** Tabla comparativa con las aproximaciones a la abstracción visual de los conceptos seleccionados para representar a 'Los Panzers' y 'Los del Cerro'.

→ **Figura 106:** Adaptación morfológica de los conceptos a la letra 'a' de Fira Sans. Dibujo previo a las correcciones ópticas en formato digital.

los conceptos seleccionados y se dibujan formas abstractas que se asemejen a aquellos conceptos. El cuadro conceptual además tendrá conceptos opuestos a los seleccionados para definir se forma más precisa la forma que se debe asociar.

En el caso de 'Los del Cerro', el concepto 'verano' se asoció a formas curvas, 'neoclásico' a las estructuras ornamentadas, 'contraste' a elementos altos y una exageración del contraste de la modulación de su trazo. Por el lado de 'Los Panzers', 'bohemio' se ha asociado a contraformas pequeñas para dar un carácter oscuro, 'desgastado' y 'antiguo' a formas irregulares y accidentadas. En el caso de los conceptos compartidos, se toma la decisión de asociar 'masivo' a fuentes de pesos regular a ultra bold y 'festivo' a la omisión de formas neutras (exagerando ciertos rasgos); por otro lado, el concepto 'inglés', se asociará a las tipografías de orden transicional.

### Adaptación morfológica

Tal como explicado en el ejemplo en el que se observan pruebas con distintas hinchadas del país. Se realizará una prueba de adaptación de la abstracción visual de los conceptos a una letra del alfabeto (se selecciona la 'a' por tener trazos rectos y curvos en su estructura).

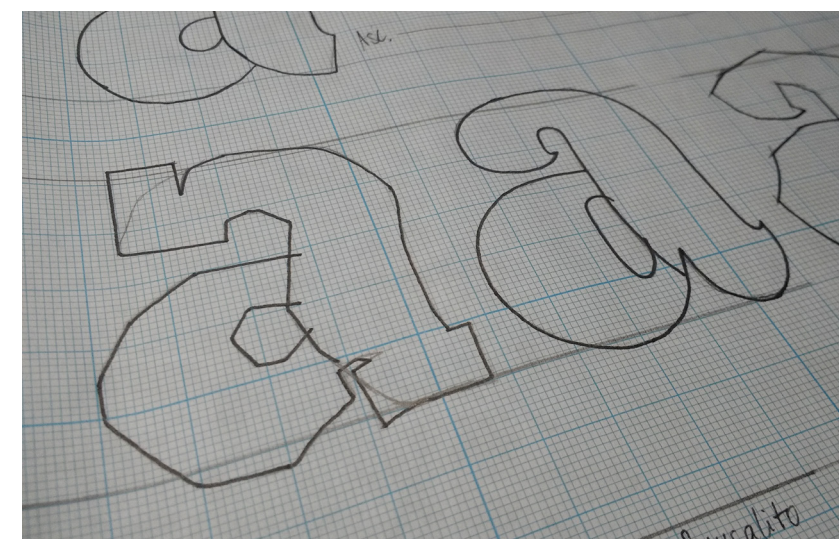
El paso siguiente consiste en aplicar el mismo criterio de dibujo para la palabra base ('Changosy') que servirá de guía para crear los demás caracteres [Proceso detallado en la Figura 106 de la página anterior].

### Desarrollo de la fuente

#### Dibujo manual

Para dar pie inicial al dibujo de las letras entonces, seguimos el modelo expuesto en el Diploma de Tipografía y Lettering de la Universidad de Chile, en el cuál se recomienda diseñar las letras a partir de la palabra 'changosy' de manera de poder materializar las formas que componen la mayoría de las letras del alfabeto y de paso, nos ilustra de forma anticipada el posible funcionamiento de los glifos como un sistema de símbolos distribuidos en la misma línea base.

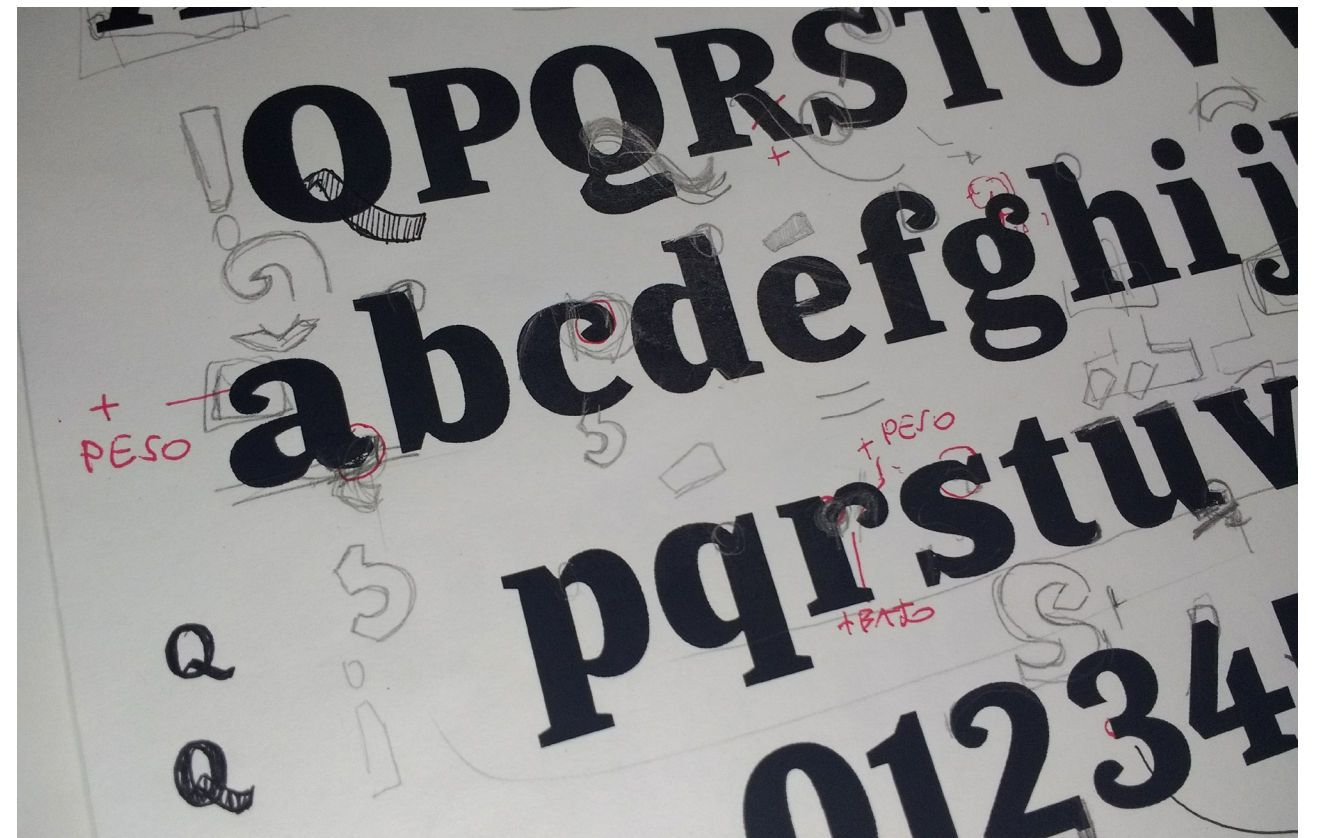
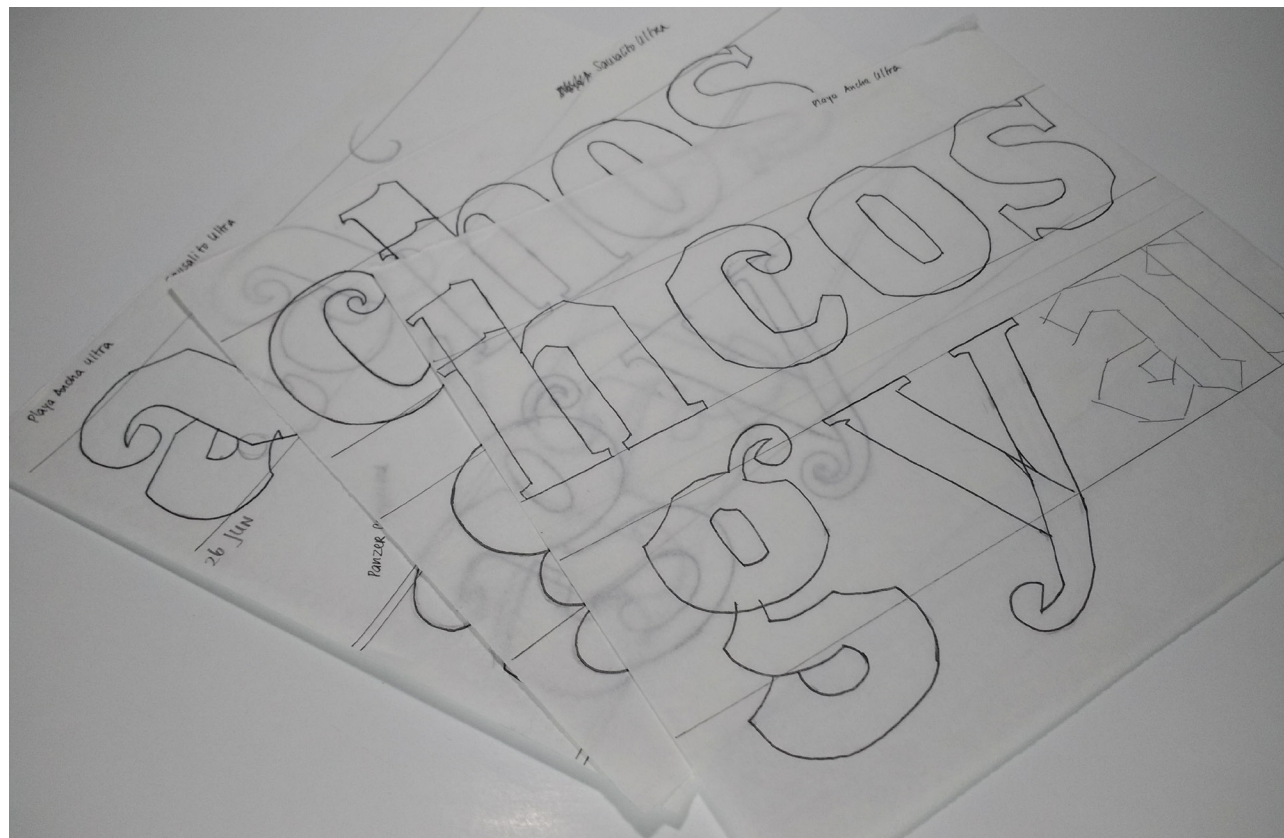
Como parte del ejercicio de dibujo, los primeros bocetos se trazan observando la construcción de la tipografía 'Fira', la cual además de poseer la ventaja de ser adquirida de forma gratuita y poseer los glifos suficientes para poder escribir en el estándar idiomático latino, contiene variantes de gran peso y con distintos anchos. Para poder visualizar el atributo 'masivo', se opta por tomar como base una de las variantes más pesadas: 'Fira Black' y para otorgarle el concepto 'festivo' se opta por ilustrarlo mediante la diversidad de variantes que puede ofrecer, por lo que se proyecta que la fuente posea un espectro de pesos, desde *regular* hasta *extra bold*.



➤ **Figura 107:** Primeros bocetos de la tipografía.

➤ **Próximas páginas, Figuras de la 108 a la 112:** Evolución desde el dibujo manual al dibujo vectorial de las fuentes.

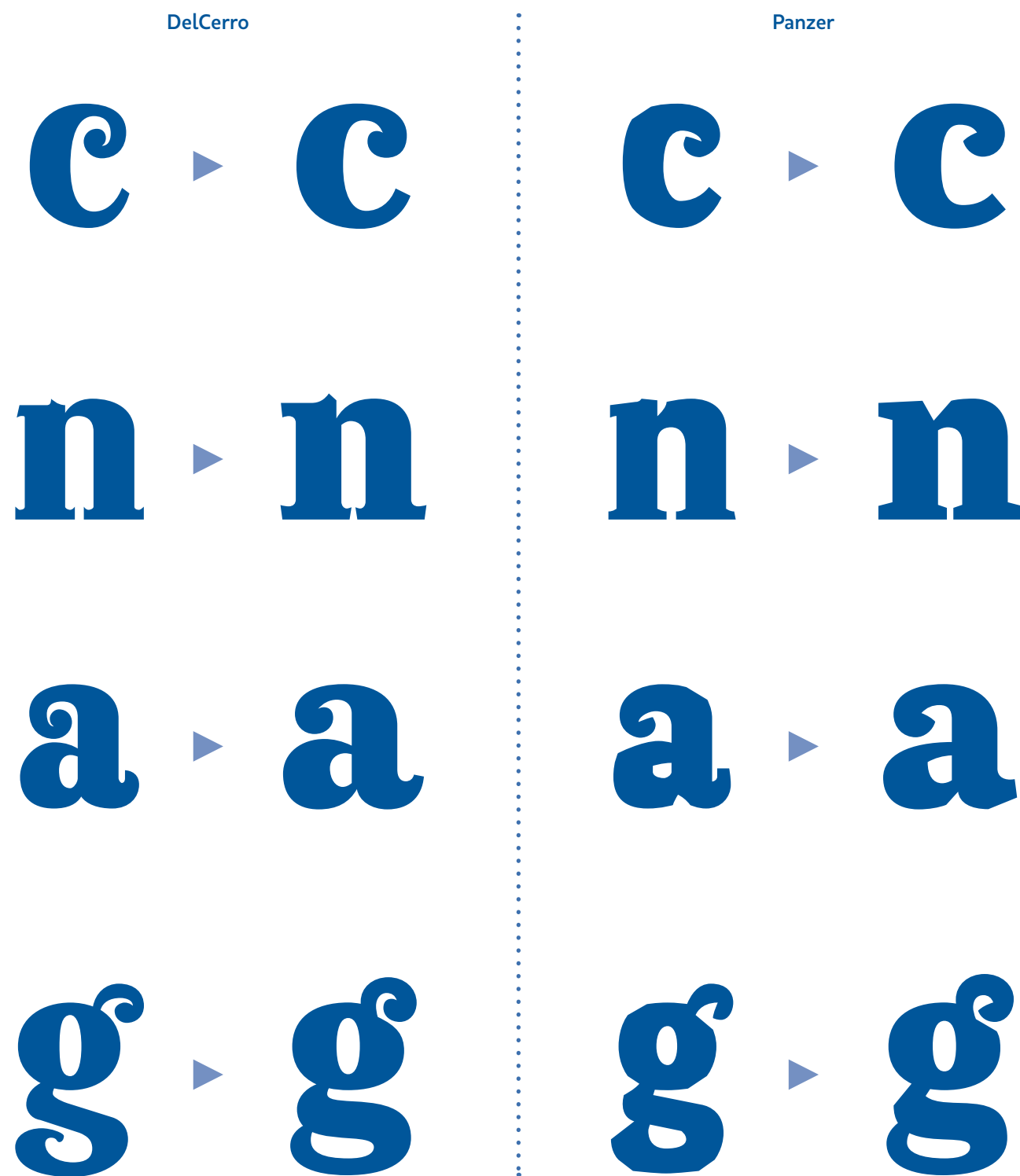




**Q**  
▼  
**Q**  
▼  
**Q**



**Q**  
▼  
**Q**  
▼  
**Q**



Posteriormente se realizan distintas correcciones formales y ópticas a la palabra base, para luego iniciar la fase de dibujo en formato digital.

### Trazado digital

Para traspasar lo dibujado a mano al trazado digital, se escanean los bosquejos de la tipografía para luego aumentar sus contrastes de iluminación, aislando el dibujo en color negro del fondo blanco mediante Adobe Photoshop.

Posteriormente, la imagen exportada en formato .jpg se coloca en un lienzo del software Adobe Illustrator con dimensiones de 1200 px x 3000 px, de manera que puedan trazarse una letra tras otra bajo el orden de la misma línea de base.

Una vez terminado el dibujo vectorial de cada una de las letras del dibujo a mano alzada, se realiza a modo de prueba la proyección de más caracteres, tomando como guía las formas provenientes de la palabra base anteriormente dibujada.

Ya con el dibujo de los caracteres avanzado se trasladan uno por uno al software Glyphs, el cual dispone espacios individuales para cada uno de los glifos que componen un archivo de tipografía. El mismo programa además, nos permitirá realizar un dibujo más preciso y nos otorgará distintas herramientas para poder aprovechar al máximo las características de una fuente.

### Programación

Glyphs, es un software especializado en el desarrollo de fuentes tipográficas. Porta herramientas clave para su elaboración, como áreas de trabajo individuales para cada carácter, optimización del dibujo vectorial, programación de glifos especiales, compuestos, ornamentales o incorporación de tildes según la letra que corresponda.

Antes de finalizar, se corrigen espaciados y kerning correspondiente a la fuente completa. Para ello tomamos como guía textos estandarizados a modo de cadena de control, de forma de que podamos observar el funcionamiento de la tipografía en distintas palabras. Como último paso, se exporta la fuente en formato .otf, para que esté disponible para su uso.

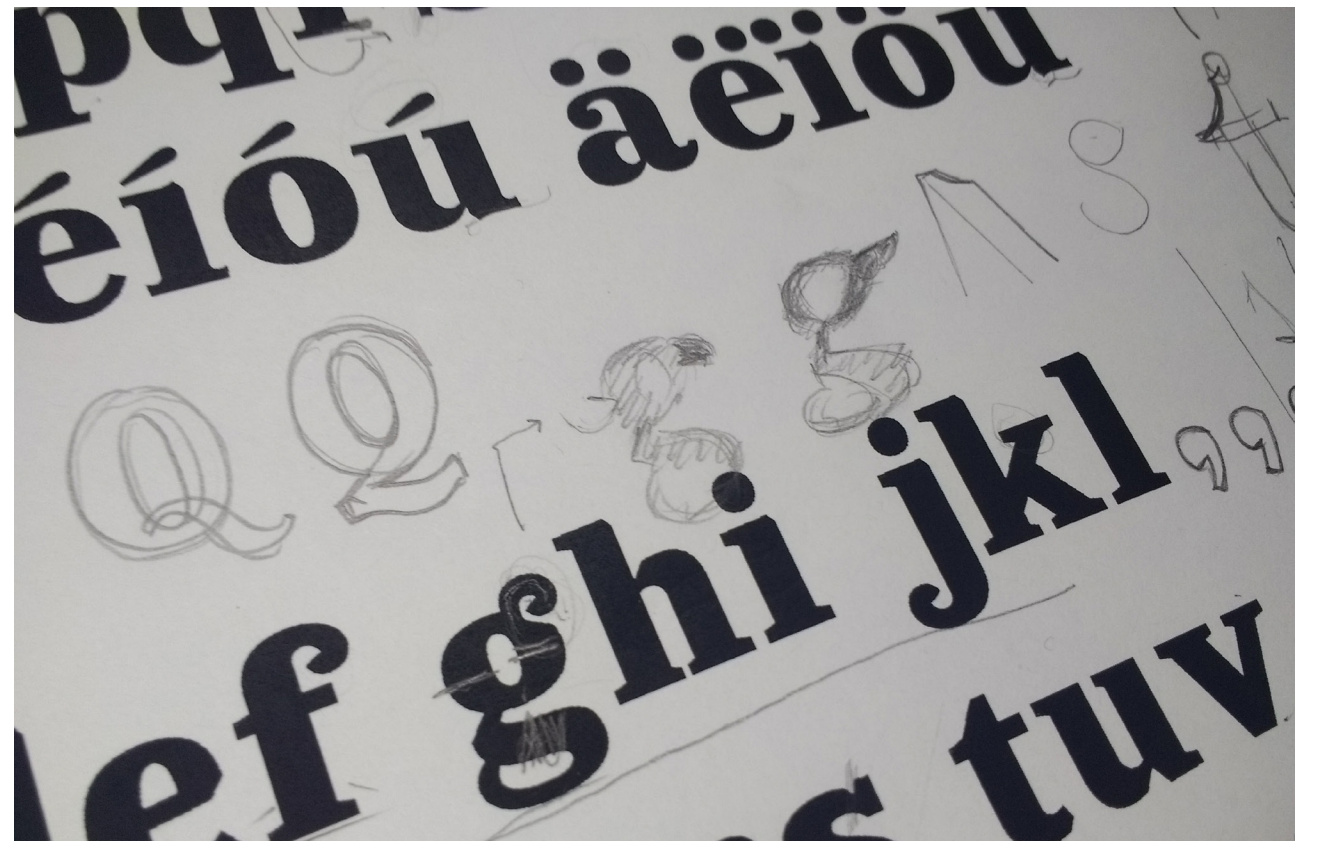
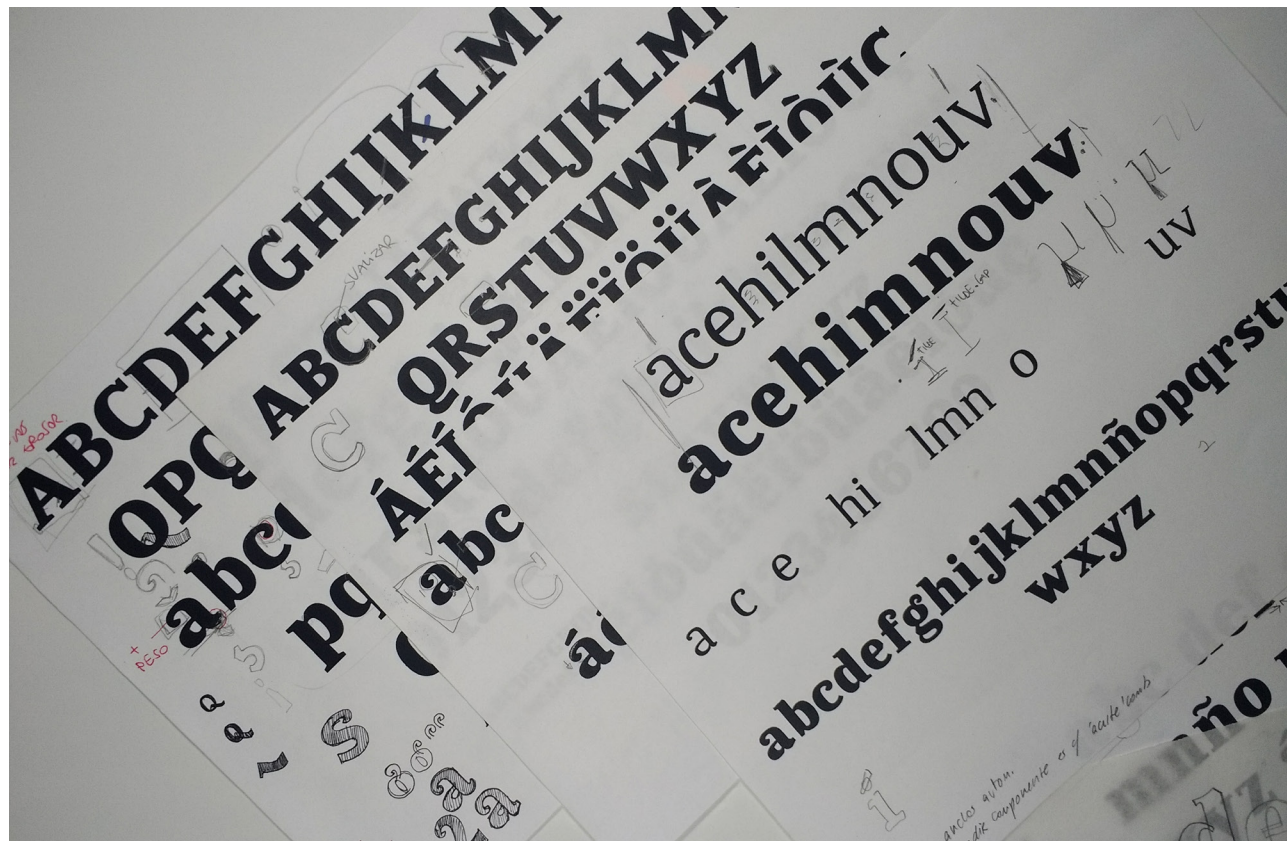
### Representación final de la propuesta

El prototipo final consiste en dos fuentes tipográficas que nacen de un mismo dibujo y que por lo tanto comparten una misma estructura. Gracias a esta característica, ambas pueden convivir y funcionar si estas ocupan un mismo espacio. Tanto la tipografía 'Panzer' como la 'DelCerro' se asemejan a las mismas barras en las que fueron basadas: dos cuerpos que nacen y permanecen en un mismo territorio, que a pesar de tener similitudes por

↑ **Figura 105:** Tabla comparativa con las aproximaciones a la abstracción visual de los conceptos seleccionados para representar a 'Los Panzers' y 'Los del Cerro'.

→ **Figura 106:** Primera adaptación morfológica de los conceptos a la letra 'a' de Fira Sans.







# Viña

# Valpo

## Viña&Valpo

## Viña&Valpo

la semejanza de sus orígenes y espacios comunes, proyectan atributos que los hace disímiles. Incluso, tal como sucede entre los dos equipos durante el 'Clásico Porteño', se definen como dos polos opuestos.

Dentro de los rasgos que comparten 'Panzer' con 'DelCerro' se cuentan las referencias formales al orden transicional, esto dado a que es durante esta época en que las tipografías son desarrolladas bajo la tutela del imperio británico, un nexo con la nacionalidad de aquellos grupos que fueron fundadores de ambos equipos. 'Panzer', por un lado posee contornos en los que la velocidad de las curvas cambia de manera más abrupta, en algunos casos siendo remplazadas por cortes rectos con la intención de darle una apariencia desgastada y el contraste con su contraforma es menor que el existente en los caracteres de 'DelCerro' ya que al tener pocas entradas de luz en su relleno se logra que los glifos tengan una apariencia más oscura.

Su contraparte, 'DelCerro' aunque también se basa en las formas de las tipografías transicionales, tiene aquellos rasgos algo más exagerados, esto se manifiesta en las gotas y las terminales que imitan de manera más fiel el gesto de las tipografías con esta denominación. Por otro lado, la modulación y el contraste de sus glifos se exagera, de manera que se engrosan sus trazos verticales y se hacen los horizontales más angostos, por lo que logra un parentesco con las fuentes de orden 'didonas', las cuáles, por sus remates, su apariencia y su origen histórico se encuentra directamente conectadas con la arquitectura ornamentada característica del lugar.

↳ Figuras 107 a 110: Proceso de dibujo en Glyphs.

↗ Figuras 111 a 112: Glifos de las tipografías DelCerro y Panzer en su estado final.



**...y empieza**

**el clásico...**

# ¡Tumb!

¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb!

Suenan ya los bombos en la galería

¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb!

Entrando ansiosos, ¡abran el portón!

¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb!

# ¡Tumb!

¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb!

Suenan ya los bombos en la galería

¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb!

Entrando ansiosos, ¡abran el portón!

¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb! ¡Tumb!

**Los "Oro y Cielo"**

**Un domingo en el Sausalito**

**† Del Cerro †**

**Viña está pintado de azul y amarillo**

**Dalsasso & Ceratto**

**{Los Ruleteros van llegando a la galucha al ritmo del bombo}**

**René Orlando Meléndez**

**La Gaviota que anda en el parque cerca del estadio, es la mascota de Everton. Anda moviendo las plumas mientras baila al ritmo de la barra antes de que empiece el Clásico Porteño**



# El "Decano"

Un domingo en Playa Ancha

# † Panzer †

Todos los cerros de Valparaíso son verdes

# Villarroel & Ormeño

{Los Caturros van llegando a la galucha al ritmo del bombo}

# Don Elías Figueroa

El Loro que anda en Playa Ancha cerca del estadio, es la mascota de Santiago Wanderers. Anda moviendo las plumas mientras baila al ritmo de la barra antes de que empiece el Clásico Porteño



g

g

q r ñ

q r ñ

g q r ñ

g q r ñ



**Carlos Toro, Héctor Robles, Rodrigo Barra, Manuel Valencia, Mauricio Rojas, Moisés Villarroel, Arturo Sanhueza, Jorge Ormeño, Jaime Riveros, Silvio Fernández, Joel Soto, Alonso Zúñiga, Emiliano Romay, Renato Garrido & Jorge “Peineta” Garcés.**

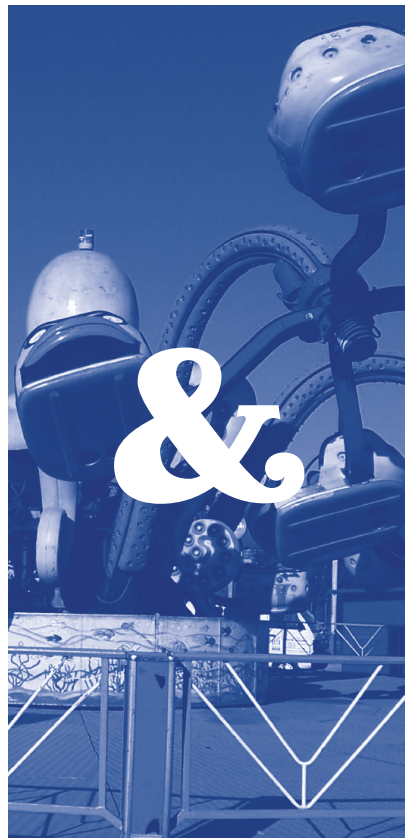
**Johnny Herrera, Fernando Saavedra,  
Mauricio Arias, Benjamín Ruiz,  
Cristián Oviedo, Adrián Rojas, Leandro  
Delgado, Juan Luis González, Jaime  
Riveros, Cristián Canío, Ezequiel  
Miralles, Darío Alberto Gigena y Don  
Nelson Acosta.**



**Valpo es Wanderers,  
Wanderers es Valpo**







**Viña es Everton,  
Everton es Viña**

**“Ahí la lleva el "Liebre" para Everton” dice el relator. “Más respeteto” –lo interrumpen– “Don Jaime Riveros, y ly la boquita te queda ahí mismo”.**

**“Ahí la lleva el "Don Jaiaime" para Wanderers” dice el relalator. “¿Cómo?” –lo interrumpen– “A Rivereros le dicen "Liebre", y la boquita te queda ahí íí mismo”.**

## CONCLUSIONES

E W

En un escenario en el que es necesario profundizar en estudios teóricos sobre tipografía, el presente proyecto busca integrarse a aquel grupo en donde la disciplina no solo se encarga de producir fuentes para fines comerciales. Dentro de ésta área, se puede adquirir otro nivel de profundidad, con el objetivo de abordar el contexto en el que se desarrolla involucrando el aspecto comunicativo de la tipografía.

Además de consistir en un trabajo que alude al conocimiento técnico de diseñar las formas de un sistema de glifos, podemos permitirnos reflexionar en torno a que es posible establecer vínculos entre pensar la comunicación y pensar la tipografía. Es esta una discusión histórica, pero que a nivel local hemos aislado y por lo tanto es pertinente preguntarnos si el objetivo de crear una tipografía se basa en la exploración de la forma para innovar en ella, perfeccionar la rigurosidad técnica con el fin de hacerla apta para la lectura o buscar la fidelidad de aquello que se busca representar a través de las letras.

Esencialmente si tomamos en cuenta que el diseño en su más profunda estructura se compone de ejercicios de comunicación, este tipo de planteamientos se hacen contingentes, ya que dada nuestra posición, hemos perdido la oportunidad para poder establecer vínculos entre esta área del conocimiento y nuestras inquietudes como sociedad en nuestro país. El ideal es entonces, tener a la tipografía no como algo lejano que continúa cerrándose exclusivamente a círculos especializados, sino que buscar la reflexión más allá de sus implicancias técnicas y funcionales. Todo aquello fruto de la exploración y la proposición por medio de las herramientas que nos otorga la misma tipografía.

Por otro lado, el desarrollo y la exposición de las metodologías y el proceso creativo de este tipo de proyectos no solo es un apoyo a la dimensión

← Créditos Fotos usadas en el espécimen

### Panzer

'V': Foto del Autor  
'v': Julie Laurent  
'&': Nicolás Aguilera  
'w': Rolando Véjar

### DelCerro

'v': Villegas Lillo  
'&': Juliette Melton  
'e': Natural Global  
'V': Mercurio de Valparaíso



teórica de la producción en el diseño, sino que es una forma de compartir distintas maneras de pensar el diseño, y permitir el debate en torno a nuevas miradas en torno a la disciplina.

Como diseñadores entonces, el hecho de estudiar y especializarnos en comunicación visual, no es solo para formar parte de una cadena productiva más grande. Poseemos herramientas que nos permiten proponer en función de pertenecer, observar, entender y procesar la cultura a la que pertenecemos, para poder proyectarlos hacia el resto de la sociedad. Un proyecto como éste, es la materialización de esta reflexión y permite poder continuar generando antecedentes de una corriente que aún está emergiendo en la disciplina tipográfica. Es importante cerrar este proyecto, exponiendo que como diseñadores y/o tipógrafos en ejercicio, debemos optar por ser fieles a nuestra capacidad de observación y tomar como máximo referente el entorno en que estamos insertos y del cual somos partícipes, pudiendo compartir estas instancias de trabajo con nuestros intereses personales, esto con el objetivo de poder ser nosotros mismos, quienes exponamos y procesemos nuestra cultura, porque somos nosotros quienes la vivimos, la construimos y transformamos. En el fondo, somos los únicos quienes tenemos conciencia de valorar el entorno al que pertenecemos.

## BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ, P., Y RAMÍREZ, R. (2016). GobCL: Tipografía para una continuidad en la identidad visual del Gobierno de Chile. *Tipografía pública. Ponencias 7CIT*, 150-167.

ANTEZANA, L. (2005). Fútbol: espectáculo e identidad. En P. Alabarces, *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (Edición digital). Buenos Aires: CLACSO.

BLACKWELL, L. (1993). *La tipografía del siglo XX*. (C. Sáenz de Valicourt, Trad.) Barcelona: Gustavo Gili.

BALIUS, A. (2012). Andreu Balius: aprender haciendo. (R. Pelta, Entrevistador) *Revista Diseña*. Santiago de Chile.

BAINES, P. (2002). *Tipografía: función, forma y diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

BASCUÑÁN, P. (NOVIEMBRE DE 2016). La tipografía moderna entre la ideología y la utilidad. Una revisión de las propuestas de Jan Tschichold y Otl Aicher. *RChD: creación y pensamiento*, 1, 95-103.

BILÁK, P. (19 DE NOVIEMBRE DE 2010). Conceptual Type? *Conceptual Type - Type led by ideas*. Recuperado en Julio de 2017

BILÁK, P. (2011). We don't need new fonts... *8 Faces*, 3. Recuperado en Julio de 2017, de <http://www.peterbilak.com/site/texts.php?id=180>

BRINGHURST, R. (2014). *Los elementos del estilo tipográfico* (2ª edición de la 4ª en inglés). (M. Averbach, & C. Henestrosa, Trads.) México: Fondo de Cultura Económica.

CALLES, F. (2009). Metáforas tipográficas y otras figuras. En *Diseño, tipografía y lenguaje*. Ciudad de México: Editorial Designio.

- CHARTIER, R. (2000). *Las revoluciones de la cultura escrita. Diálogo e intervenciones*. (1ª edición). (A. L. Bixio, Trad.) Barcelona: Editorial Gedisa.
- CNCA. (2015). *Plan nacional de fomento a la economía creativa*. Santiago de Chile: CNCA.
- COOPERATIVA.CL. (31 DE JULIO DE 2017). *Empresa de diseño demandó a partidos de Frente Amplio*. Recuperado en 25 de Agosto de 2017, de Cooperativa.cl: <https://www.cooperativa.cl/noticias/pais/politica/frente-amplio/empresa-de-diseno-demando-a-partidos-de-frente-amplio/2017-07-31/083800.html>
- CUÉ, J. C. (10 DE SEPTIEMBRE DE 2017). *El espécimen tipográfico. ¿Herramienta de trabajo u objeto de placer? [Parte III]*. Recuperado en 15 de Octubre de 2017, de PampaType: <https://pampatype.com/blog/especimen-tipografico-parte-3>
- FIFA.COM. (29 DE OCTUBRE DE 2009). *FIFA.com*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Por el orgullo universitario: <http://es.fifa.com/news/y=2009/m=10/news=por-orgullo-universitario-1125095.html>
- FONTANA, R. (2009). De signos y siglos. En *Diseño, tipografía y lenguaje*. Ciudad de México: Editorial Designio.
- FONTANA, R. (2013). Entrevista a Rubén Fontana. La letra nuestra, la carrera de especialización en diseño tipográfico de la UBA. (E. Castillo, & S. Freire, Entrevistadores) *Revista Diseña*. Santiago de Chile.
- GÁLVEZ, F. (2012). *Educación Tipográfica: una introducción a la tipografía* (Edición 1.3). Santiago de Chile: Universidad Diego Portales.
- GÁLVEZ, F. (25 DE DICIEMBRE DE 2014). *Amster. When sharpness meets refinement*. Recuperado en Noviembre de 2017, de PampaType Font Foundry: <https://pampatype.com/blog/amster-concept>
- GÁLVEZ, F., Y RAMÍREZ, R. (OCTUBRE DE 2009). Tipografía e Identidad. Una fuente 'a la medida' para el diario La Tercera. *Diseña*(1), 18-23.
- GUERRERO, R. M. (2014). Patrimonio cultural mundial, territorio y construcción en ciudadanía. Análisis en torno al proceso de apropiación social y cultural de la ciudad de Valparaíso. En *DIBAM, XV Seminario sobre Patrimonio Cultural: Patrimonio y Territorio* (1ª edición). Santiago de Chile: DIBAM.
- GÓMEZ, Y. (2010). La cultura del diseño, estrategia para la generación de valor e innovación en la PyMe del Área Metropolitana del Centro Occidente, Colombia. *Cuadernos del Centro de estudios de Diseño y Comunicación*(34), 109-209.

- HERNÁNDEZ, D., HERNÁNDEZ, M., Y VERGARA, L. (2013). Fundición digital Latinotype. *Revista Diseña*, 5, 128-135.
- HOCHULI, J. (2007). *El detalle en la tipografía*. (E. Monzó, Trad.) Valencia: Campgràfic Editors.
- JALLUF, Z. (2009). Diálogo de muchos. En *Diseño, tipografía y lenguaje*. Ciudad de México: Editorial Designio.
- KANE, J. (2012). *Manual de tipografía* (2ª edición traducida al español). (D. Giménez, Trad.) Barcelona: Gustavo Gili.
- KINROSS, R. (2008). *Tipografía Moderna. Un ensayo histórico crítico*. (C. García Aranda, Trad.) Valencia: Campgràfic Editors.
- MALLEA, H. (2017). *ABC Diario. Un instrumento de aprendizaje para potenciar el nivel de conocimiento social de la tipografía en Chile*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- MEDINA CANO, F. (2009). El fútbol y la vivencia festiva de la nacionalidad. *Razón y palabra*, 14(69).
- MERCADO, A., Y HERNÁNDEZ, A. (AGOSTO DE 2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia*(53), 229-251.
- MORRIS, C. (1994). *Fundamentos de la teoría de los signos* (2ª edición en España). (R. Grasa, Trad.) Barcelona: Ediciones Paidós.
- NOORDZIJ, G. (2009). *El trazo. Teoría de la escritura*. (C. García Aranda, Trad.) Valencia: Campgràfic Editors.
- OSSES, R. (2007). *Esos tipos de la UTEM I*. Santiago: Universidad Tecnológica Metropolitana.
- OSSES, R. (2007). *Esos tipos de la UTEM II*. Santiago de Chile: Universidad Tecnológica Metropolitana.
- OSSES, R. (2016). *Una fuente de luz* (1ª edición). Santiago de Chile: Ediciones Biblioteca Nacional.
- OSSES, R. (2017). *Orígenes de la tipografía en Chile. Impresos de la Colonia y la Independencia* (1ª edición). Santiago de Chile: Ediciones Biblioteca Nacional.
- PELTA, R. (ENERO DE 2011). Cuando la letra puede cambiar el mundo. Futurismo, Dadá y tipos. *Monográfica.org*.
- RAMÍREZ, R., Y GALLARDO, V. (JUNIO DE 2015). Diseño y medición experimental del desempeño de Ruta CL, estándar tipográfico para las carreteras de Chile. *Revista Diseña*, 9, 128-137.

RECASENS, A. (1996). *Diagnóstico antropológico de las barras bravas y de la violencia ligada al fútbol*. Universidad de Chile, Departamento de Antropología, Santiago de Chile.

REZNIKOV, L. O. (1970). *Semiótica y teoría del conocimiento* (1ª edición en español). Madrid: Alberto Corazón.

SANTA CRUZ, E. (2005). *Las escuelas de identidad: La cultura y el deporte en el Chile desarrollista* (1ª edición). Santiago de Chile: Lom Ediciones.

SEMSA, M. (ED.). (2012). *Tipo elige tipo* (2ª reimpresión noviembre 2012). Madrid: Tipo e.

UNESCO (2003). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. París.

UNESCO (2005). *Directrices prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial*. París.

UNIVERSIDAD DE CHILE. (2017). *Diseño*. Recuperado en Noviembre de 2017, de Universidad de Chile: <http://www.uchile.cl/carreras/4929/disenio>

VALENZUELA, E., PONCE, S., Y VERGARA, C. (2016). *Orgullo del puerto. Las tramas invisibles y el sentido vertical de los imaginarios urbanos de Valparaíso a través de Santiago Wanderers*. Santiago de Chile: Victorino Lainez.

VILLENA, S. (2005). El fútbol y las identidades. Prólogo a los estudios latinoamericanos. En P. Alabarces, *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (Edición digital). Buenos Aires: CLACSO.

WALTHER, E. (1994). *Teoría de los signos* (1ª edición en español). (M. Schultz y J. Cordero, Trads.) Santiago de Chile: Dolmen Ediciones.



**ANEXOS**

# TIPOGRAFÍA EN CHILE

## **Estudio de la situación actual del mercado de tipografía digital en Chile**

Los siguientes datos corresponden a una recopilación realizada desde el sitio web MyFonts, donde se han puesto en venta casi la totalidad de las tipografías elaboradas en Chile con fines comerciales.

En las tablas de las siguientes páginas se exponen en primer lugar, una selección de las primeras 30 posiciones de los *rankings* que construye el sitio en la sección de búsquedas bajo dos criterios: 'By Best Selling' (las fuentes más vendidas) y 'By Recent' (los últimos lanzamientos).

Es importante mencionar que tanto el presente estudio, como todos los demás incorporados en la sección Anexos, fueron realizados entre Agosto y Septiembre del 2017.

## 30 tipografías más vendidas a Agosto 2017 en MyFonts

#	Fuente	Fundición	Diseñador/a(es)	Premio
1	Sonny Gothic	W Foundry	Salvador Rodríguez	Best Seller #5 (Agosto 2017)
2	Lota Grotesque	Los Andes Type	Daniel Hernandez	–
3	Texta	Latinotype	Daniel Hernandez, Miguel Hernandez	Rising Star (Diciembre 2014)
4	Camila	Latinotype	Paula Nazal	–
5	Fuse V.2	W Foundry	Diego Aravena, Salvador Rodriguez	–
6	Nutmeg	W Foundry	Salvador Rodriguez	–
7	Isidora	Latinotype	Enrique Hernandez	Best Seller 2016
8	Arquitectura	Latinotype	Daniel Hernandez, Miguel Hernandez	Rising Star (Febrero 2014)
9	Trenda	Latinotype	Daniel Hernandez, Paula Nazal	–
10	Trend	Latinotype	Daniel Hernandez, Paula Nazal	Most Popular 2013, Rising Star (Enero 2013)
11	Revista	Latinotype	Paula Nazal, Marcelo Quiroz, Daniel Hernandez	–
12	Weekly	Los Andes Type	Jorge Cisterna	–
13	Rogliano	Tipotype	Rodrigo Lopez Fuentes	–
14	Branding	Latinotype	Alfonso Garcia, Daniel Hernandez, Luciano Vergara	–
15	Latina	Latinotype	Rodrigo Fuenzalida, Daniel Hernandez, Luciano Vergara	–
16	Corporative	Latinotype	Daniel Hernandez, Luciano Vergara	–
17	Hawking	Latinotype	Dani Senso	–
18	Gabriela Stencil	Latinotype	Antonio Mejia	–
19	Grota Sans Rounded	Latinotype	Eli Hernandez, Daniel Hernandez	–
20	Macarons	Latinotype	Guisela Mendoza	–
21	Corporative Sans Rounded	Latinotype	Daniel Hernandez, Luciano Vergara	–
22	Grota Rounded	Latinotype	Eli Hernandez, Daniel Hernandez?	–
23	Darwin	Los Andes Type	Mendoza Vergara	Rising Star (Junio 2014)
24	Sanchez	Latinotype	Daniel Hernandez	Best Fonts 2011, Rising Star
25	Sana Sans	Latinotype	Felipe Sanzana	–
26	Andes	Latinotype	Daniel Hernandez	Rising Star
27	Queulat	Latinotype	Jorge Cisterna	–
28	Roijer	PegGo Fonts	Pedro Gonzalez	–
29	D Sari	Latinotype	Diego Aravena	BTL 2014
30	Trend Hand Made	Latinotype	Daniel Hernandez, Paula Nazal	–

## 30 tipografías más recientes a Agosto 2017 en MyFonts

#	Fuente	Fundición	Diseñador/a(es)	Premio
1	Isidora Sans	Latinotype	Enrique Hernandez	Hot New #22
2	Checkin Script	RodrigoTypo	Rodrigo Araya	–
3	Nizzoli	Los Andes Type	Luciano Vergara	Hot New #4
4	Sonny Gothic	W Foundry	Salvador Rodriguez	Best Seller #5
5	Caprina	Los Andes Type / PegGo Fonts	Pedro Gonzalez	–
6	Hawking	Latinotype	Dani Senso	–
7	Caleuche	RodrigoTypo	Rodrigo Araya, Andrey Kudryatsev	–
8	Weekly	Los Andes Type	Jorge Cisterna	–
9	Lota Grotesque	Los Andes Type	Daniel Hernandez	–
10	La Pica	RodrigoTypo	Rodrigo Araya, Andrey Kudryatsev	–
11	Catrina	Latinotype	Eli Hernandez	–
12	Sanchez Niu	Latinotype	Daniel Hernandez	–
13	Pequena Neo	RodrigoTypo	Rodrigo Araya	–
14	Bike Park Two	RodrigoTypo	Rodrigo Araya	–
15	Nutmeg	W Foundry	Salvador Rodriguez	–
16	Bike Park	RodrigoTypo	Rodrigo Araya	–
17	Geometrica	Latinotype	Pedro Gonzalez	–
18	Kawaii Rt	RodrigoTypo	Rodrigo Araya	–
19	Niemeyer	Latinotype	Luciano Vergara	–
20	Loyola Pro	RodrigoTypo	Rodrigo Araya, Franco Jonas	–
21	Rawson	Latinotype	Alfonso Garcia	–
22	Atlan	Latinotype	Jorge Cisterna, Daniel Hernandez	–
23	Kappa	W Foundry	Salvador Rodriguez, Diego Aravena	–
24	Clarence Two	RodrigoTypo	Rodrigo Araya	–
25	Portena	RodrigoTypo	Rodrigo Araya	–
26	Javiera	Latinotype	Enrique Hernandez	–
27	Darwin Pro	Los Andes Type	Luciano Vergara	–
28	Modernica	Quintana Font	Javier Quintana	–
29	Mi Cocina	RodrigoTypo	Rodrigo Araya	–
30	Roijer	PegGo Fonts	Pedro Gonzalez	–



## Apariciones en los rankings según la fundición

Fundición	Apariciones en Top 30			Reconocimientos				
	Total	30 más vendidas	30 más recientes	Best Seller	Rising Star	Most Popular	Best Font	Hot New
Latinotype	29	22	9	1	5	1	1	1
Los Andes Type	5	3	5	0	1	0	0	0
W Foundry	4	3	3	1	0	0	0	0
TipoType	1	1	0	0	0	0	0	0
PegGo Fonts	2	1	1	0	0	0	0	0
RodrigoTypo	11	0	11	0	0	0	0	0
Quintana Font	1	0	1	0	0	0	0	0

## Crecimiento de la oferta tipográfica de Chile en el sitio MyFonts

Fundición/Años	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Latinotype	0	15	22	17	26	18	33	12
Los Andes Type	0	4	2	5	3	1	4	5
W Foundry	0	0	0	1	1	5	6	5
PegGo Fonts	0	4	0	2	0	2	2	1
RodrigoTypo	0	0	0	0	30	19	13	16
Quintana Font	0	0	0	0	0	0	0	1
TipoType	0	0	0	0	0	0	1	1
MendozaVergara	0	4	0	0	0	0	0	0
PampaType	0	0	0	0	0	1	1	0

### Situación de la tipografía chilena en instancias de reconocimiento disciplinar de diseño (BID, 6ª Bienal, Sello CNCA y BTL)

La siguiente sección consiste en enumerar y especificar cada uno de los proyectos de tipografía que formaron parte de la selección de distintas instancias de reconocimiento o premiación en el área de diseño, tanto a nivel internacional como nacional.

En el caso de las selecciones de la Bienal Iberoamericana de Diseño (BID), se incorporan todos los proyectos de tipografía mencionados en los respectivos catálogos. Como información adicional se incluye una columna que explica de forma concisa la filiación con la disciplina tipográfica que tiene cada proyecto.

Por otro lado, en las selecciones de la Bienal Tipos Latinos (BTL), se cuentan sólo los proyectos elaborados por diseñadores chilenos, con el fin de hacer la información de más fácil acceso (en los catálogos disponibles en internet se pueden revisar cada uno de los proyectos de otros países). Ya que tanto estos trabajos, como los presentes en la BID nos permiten construir el análisis elaborado en la sección Antecedentes y seleccionar proyectos para la sección Estado del Arte. Es importante aclarar que en la columna 'Categoría' se denomina según la etiqueta otorgada por la jura de la bienal correspondiente, y en el caso de la columna 'Tema/Cliente' se expone aquello que hayan declarado los autores, tanto en sus especímenes tipográficos presentes en los catálogos disponibles como en descripciones apuntadas en los documentos de la bienal.

Por último se cruzan estos datos con la selección de tipografías en la 6ª Bienal de Diseño en Alerta y el Sello de Excelencia al Diseño del CNCA.

Proyectos tipográficos en BID 2014 (352 seleccionados - 42 premiados) - Fuente: Catálogo BID 2014					
Proyecto	Desarrollador/a(es)	Fecha	País	Categoría	Filiación
Cronicas Visuales del Abya Yala. Registros del 1 al 50(*)	Vanessa Zúñiga	2014	Ecuador	Editorial Ilustración Tipografía	17 tipografías experimentales
Linea Alfabética / Normógrafo para ladrillo de cemento y kit promocional Terratile	Marcia Larica, Joao Grillo	2012	Brasil	Lettering	Construcción de ladrillos con letras
Rotulación, señalización y letrismo para Popular Center	Alberto Rigau, Alex Martínez. Estudio Interlinea	2012	Puerto Rico	Tipografía Diseño de Información	Tipografía
Casa Bruja	Alexander Wtges, Jonathan Prangell, Ricardo Fernandez Estudio Hexagram	2014	Panamá	Identidad Visual	Tipografía
Iden-tica	Juan Manuel Betancourt, Estudio Iden-tica	2013	Costa Rica	Editorial Lettering	Registro de gráfica popular
Elatina (Revista Mujer Latina)	Christian Lasso, Indigo480	2012	Ecuador	Tipografía	Tipografía
Tipoglifo	César López, Cosmos artediseño	2012	Ecuador	Tipografía	Tipografía
Épica	Óscar Guerrero, Sumotype	2013	Colombia	Tipografía	Tipografía
Territorios Tipograficos (**)	Sergio Ramírez, Justine Graham, Francisco Gálvez	2014	Chile	Lettering	Afiches con lettering aplicado

\* Mención Diseño Gráfico y comunicación visual y Mención: Publicaciones iberoamericanas de diseño  
 \*\* Finalista de la Bienal

Proyectos tipográficos en BID 2016 (412 seleccionados - 55 premiados) - Fuente: Catálogo BID 2016					
Proyecto	Desarrollador/a(es)	Fecha	País	Categoría	Filiación
Tiwanacu y Modular 49(*)	Amuki, Vanessa Zúñiga	2014	Ecuador	Tipografía	Tipografía
Montevideo	Atolón de Mororoa	2015	Uruguay	Tipografía	Tipografía
El Secreto de la luz	Paula Barragán	2014	Ecuador	Afiche Lettering	Diseño de fuente exclusiva para afiche
Kero	Cxmr*, Luis Bolaños	2015	Ecuador	Tipografía	Tipografía
Verbas Sans	Álvaro Justo	2015	España	Tipografía	Tipografía
Banca	Modafoca	2015	Rep Dominicana	Tipografía	Tipografía
No es fácil	Gwladys Morey	2016	Cuba	Letring Ilustración	Lettering
Yekuana	NeoType Foundry, Juan José Villamizar	2015	Venezuela	Tipografía	Tipografía
Leidener	Jesús Barrientos	2015	México	Tipografía	Tipografía
America del Sur (*)	Territorios Tipográficos, Sergio Ramírez, Francisco Gálvez, Justine Graham	2016	Chile	Lettering	Afiches con lettering aplicado

\* Finalista de la Bienal

Tipografías chilenas en BTL 2014 - Fuente: Catálogo Tipos Latinos 2014 Chile			
Nombre	Diseñador	Categoría	Tema/Cliente
Radal	Sergio Leiva	Excelencia	Geografía Región del Maule
Amster Pro	Francisco Galvez	Texto	Lira Popular
Canilari	Patricio Gonzalez	Texto	Cultura Diaguita
Jauria	Pablo Marchant	Título	Contracultura y anarquismo
Mangai	Daniela Hanna	Título	Rapa Nui
Café Brasil	Sofia Mohr	Título	-
D Sari	Diego Aravena	Título	-
Mona	Rodrigo Araya	Título	-
Ld Info / LD Picto	Leonidas Loyola	Miscelánea	Diario Regional La Discusión
	Dany Berczeller		
Pictos Latinos	Belen La Rivera	Miscelánea	-
	Dominique Teztner		
Destival Latin Lover 2012	Myrna Ciscneros	Diseño con tipografías	-
	Manuel Cordova		

Tipografías chilenas en BTL 2016 - Fuente: Catálogo Tipos Latinos 2016 Venezuela			
Nombre	Diseñador	Categoría	Tema/Cliente
MuMono	Sergio Leiva	Excelencia	Ian Davidson
Sana Sans	Felipe Sanzana	Texto	-
Chilca	Horacio Mella	Texto	-
Konga	Rodrigo Araya	Título	-
	Andrey Kudryavtsev		
Carreton	Magdalena Arasanz	Título	Carretones de Feria
Revista	Paula Nazal	Título	-
	Marcelo Quiroz		
Grota Sans	Daniel Hernandez	Título	-
	Eli Hernandez		
Infamy	Santiago Sancha	Miscelánea	Graffiti
JUNAEB, TNE	Dany Berczeller	Diseño con tipografías	TNE
	Leonidas Loyola		

Relevancia de la Tipografía en Instancias de Reconocimiento del Diseño en Latinoamérica						
Instancia Disciplinar		Selección Total			Proyectos de Tipografía	
		N°	Premiados	Nominados	De Chile	Premiados
Internacional	BID 2014	352	45	9	1	1
	BID 2016	412	55	10	1	0
Nacional	Sello Excelencia 2014 CNCA	10	1	3	No aplica	1
	6 Bienal Diseño "En Alerta"	23	No aplica	4	No aplica	0

### Investigaciones de diseño realizadas en Chile

Las tablas expuestas a continuación, aporta a la investigación el poder establecer un panorama para evaluar cuál es la situación de las distintas plataformas de publicación y difusión académicas de diseño con investigaciones relativas a la tipografía.

En primera instancia se indaga la disponibilidad de textos publicados que se cuenten en la Colección disponible en la Biblioteca Nacional de Chile. Como aquello no es un dato lo suficientemente elocuente para poder comprender el escenario en que nos encontramos, se consideró incorporar lo sucedido con revistas académicas y con libros disponibles en el mercado editorial. En el último caso, se añade a la muestra aquello que ocurre con la disciplina a nivel general, por lo que se establece una comparación con el mercado editorial de Diseño, Diseño Gráfico y de publicaciones extranjeras sobre Tipografía.

## ENTREVISTAS



**Entrevistas durante el Clásico Porteño el día 22 de octubre del 2017, Estadio Elías Figueroa Brander, Valparaíso.**



Para las primeras fases de la elaboración del proyecto se realizó un viaje a la ciudad de Valparaíso con el objetivo de asistir al Clásico Porteño jugado el día 22 de Octubre del 2017. Ésto, como parte del trabajo de observación directa, previo al desarrollo del partido. Se hicieron entrevistas a distintos hinchas de Everton (5) y de Santiago Wanderers (4). La mayoría de las entrevistas se concedieron en forma anónima y tuvieron el fin de afirmar, agregar o cuestionar algunos de los conceptos seleccionados para la creación de la fuente. La estructura general de cada entrevista consistió en tres preguntas: ¿Cuál es el hito más importante vivido con tu equipo? (Relativo al vínculo emocional del hincha con el equipo que sigue), ¿Qué tiene el hincha del equipo con la ciudad a la que pertenece? (Identificar relaciones entre habitar un determinado territorio y reconocerse como hincha del equipo) y ¿Qué distingue el hincha de un equipo, del equipo rival? (Identificar cualidades o atributos propios por medio de la diferencia con el grupo par). En algunos casos se agregó una cuarta pregunta para hacer hincapié en los paisajes que habitan los hinchas o la fase de conceptualización.

**Libros publicados sobre 'Tipografía' disponibles en Biblioteca Nacional - Fuente: Catálogo Biblioteca Nacional de Chile**

Procedencia	2017	2016	2015	2014	2012	2008	2007	1999	1993	1992	1987	Total
Chile	1	1	0	2	1	0	1	0	0	0	1	7
México	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	
España	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	

**Artículos sobre 'Tipografía' en publicaciones académicas de Chile**

Fuente: Revistas Chilena de Diseño, Diseña, 180, ARQ y Base

Revista	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2002	2001
RChD U. de Chile	0	1	No	No	1	0	No	No	No	No	No	No	No	No
Diseña U. Católica de Chile	No	No	1	1	3	0	5	0	3	No	No	No	No	No
180 U. Diego Portales	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0
ARQ U. Católica de Chile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Base U. del Desarrollo	No	0	0	0	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No

**Libros sobre 'Tipografía' en el Mercado Chileno**

Fuente: Catálogos Librerías Antártica, Feria Chilena del Libro, Contrapunto, Metales Pesados, Editorial Ocho Libros y Librería Especializada Ojo por Ojo

Librería	Cantidad			
	Diseño		Tipografía	
	Total	Gráfico	Chile	Otros Países
Antártica	250	65	0	6
Feria Chilena del Libro	64	11	0	1
Contrapunto	181	63	0	9
Metales Pesados	52	23	1	3
Editorial Ocho Libros	33	19	0	0
Ojo por Ojo	152	86	1	45



**Entrevistada N°1**

Hincha de Wanderers

Transporte público, camino a Playa Ancha.

**Pregunta N°1**

**¿Cuál es el hito más importante que has tenido con el equipo y cómo lo viviste?**

**Respuesta:** Yo creo que el campeonato del 2001, cuando lo ganamos. Creo que ese marco un antes y un después en toda la hinchada de Wanderers, y ahí igual fue aumentando.

**¿Cómo lo viviste tú, en forma personal?**

Estaba chica. Y ahí fue cuando le agarré amor al club. Ahí aumentó.

**¿Lo viste por la tele?**

Lo viví en el estadio antiguo

**¿Con tu familia?**

Con mi hermano.

**¿Cómo fue la celebración, cómo fue ese día?**

La celebración duró como todo el mes. Es que igual estaba chica, entonces era como celebración de niño. Pero fue emotivo.

**Pregunta N°2**

**¿Qué tiene en común un hincha de Wanderers con la ciudad de Valparaíso?**

El aguante, el sufrimiento, el esfuerzo. Porque el porteño es esforzado y el Wanderers tiene esfuerzo, o sea, si no hay sufrimiento no es Wanderers. Pero, el esfuerzo se mimetiza con la gente.

**Pregunta N°3**

**¿Qué diferencias tiene con el hincha de Everton?  
¿Cuál es la gran diferencia?**

El Wanderers no abandona y el "ruletero" por lo general aparece más en los clásicos o son menos. O sea son harta cantidad de evertonianos pero no aparecen.

**¿Hay diferencias sociales, por ejemplo?**

Yo creo que en todas las barras hay de todo. Así como en el Colo hay gente súper *pirula*, también en el Everton hay *flaites* y gente normal.

**¿Qué es lo que hace más especial al hincha de Wanderers?**

El esfuerzo. Y son fieles. Sí, a donde sea. Sea el clima que sea. Si no hay *ni'uno*, van igual. Son apañadores y tienen hartu aguante.

**Entrevistada N°1**

Matías, Hincha de Wanderers

Paradero en Parque Alejo Barrios.

**Pregunta N°1**

**¿Cuál es el hito más importante que has tenido con el equipo y cómo lo viviste?**

**Respuesta:** El hito más grande... Yo *cacho* que el 2014 cuando Wanderers estuvo a punto de salir campeón y le ganó 2-0 al Colo. No, ese día, al final del partido el Wanderers iba ganando y al saber que la U había hecho un gol y ganó 1 a 0, para uno fue triste en el momento. En la barra todos quedaron tristes, para la *cagá'*, igual fue *cuático*. Que más, el descenso del 2009. Yo me acuerdo que era chico y mi abuelo me invitó al estadio. Ahí fue las primeras veces que empecé a venir al estadio.

**¿Con él viniste siempre?**

Sí, ocho años.

**¿De dónde vienes tú?**

Del Cerro Toro

**Pregunta N°2**

**¿Qué tiene en común el hincha de Wanderers con la ciudad de Valparaíso?**

Tiene una semejanza porque Wanderers... El hincha, es sufrido de por sí y la gente de Valpo también es sufrida, tú lo ves con los incendios, la gente sale adelante como siempre, como buen chileno también. Entonces esa es una semejanza que se hace. Y por ejemplo, uno para ser porteño tiene que ser wanderino, sino no es porteño. Por ejemplo igual con las otras hinchadas yo no sé cómo hay gente que es nacida y criada aquí en

Valpo, puede ser del Colo y no va ni al estadio, eso es fome.

**Pregunta N°3**

**¿Y cuál sería la diferencia con los de Everton entonces?**

Los del Everton, ellos son distintos a nosotros. El hincha porteño es más de calle, es más choro y los otros no.

**¿Son más pitucos?**

Sí, son más *pitucos*

**Pregunta N°4**

**¿Cuáles son los lugares de Valparaíso que identificas con Wanderers?**

El "Roma", la Plaza Echaurren, la Sotomayor, todos esos lados. Para allá para el Parque Italia donde está la sede.

**Entrevistado N°3**

Hincha de Wanderers.

Entrada a Tribuna Andes.

**Pregunta N°1**

**¿Cuál es el hito más importante que has tenido con el equipo y cómo lo viviste?**

**Respuesta:** Yo, de chico soy del Wanderers, más que nada porque la gente de Valparaíso, siempre se identifica con Wanderers. Y el hito más importante, no me acuerdo. En realidad la última vez que Wanderers fue campeón el 2001, yo tenía como 8 o 10 años y no pudimos ir al estadio porque en realidad el último partido fue en Santiago. Y si me acuerdo porque de las pocas veces que compartí con mi papá algo importante. Entonces, es un súper bonito recuerdo que tengo porque es la última vez que fue Wanderers campeón y fue un acontecimiento que viví con mi papá.

**Pregunta N°2**

**¿Qué tiene en común la ciudad de Valparaíso con el equipo? Además de la historia, ¿Qué lugares tienen en común?**

En realidad, Valparaíso es Wanderers. Donde tu vayas vas a encontrar banderas del Wanderers, o algo que esté pintado del Wanderers, gente con la camiseta de Wanderers, o sea, como te digo yo, independiente de que seas del equipo o no, si eres de Valparaíso te vas a sentir representado por Wanderers y vas a querer a Wanderers. Apoyarlo sea como sea. Yo creo que es un sentimiento que es inherente a la ciudad.

**Pregunta N°3**

**Y con respecto al hincha por ejemplo, ¿Cuál es la diferencia con los de Everton?**

El hincha de Wanderers va a estar siempre. Siempre. Vamos a criticar, a *putear* quizás a los jugadores, pero el hincha siempre va a estar en las buenas y en las malas. Si el Wanderers se va a la B, ahí va a estar la hinchada. Siempre vamos a estar al pie del cañón con Wanderers porque como te digo, es propio del puerto. Es como el patrimonio de la ciudad.

**Entrevistados N°4 y 5**

Hinchas de Everton.

Entrada a Galería Visita.

**Pregunta N°1**

**¿Cuál es el hito más importante que han vivido con Everton?**

**(4)** El 2008. Porque mi familia es toda evertoniana, entonces no había vivido un campeonato, salir campeón. Entonces ese 2008 —él estaba chiquitito—, pudimos entrar al estadio y toda la experiencia que se vivió, porque nadie daba un peso por nosotros por decirlo así, fue genial. Eso fue lo más importante.

**Pregunta N°2**

**¿Qué es lo que tiene en común el hincha de Everton con la ciudad de Viña del Mar?**

**(4)** ¿Con la ciudad de Viña del Mar? La verdad es que no le encuentro mucho, porque el hincha del Everton es súper *aperrado* y yo encuentro que la ciudad de Viña no es *aperrada*. Porque es para “lo bonito”, lo que se ve. Y los del Everton no, vamos al choque como se dice, vamos a todo.

**(5)** Al final los hinchas de Everton no se encuentran en el centro de la ciudad, están en los cerros.

**(4)** De hecho nosotros salimos del cerro más evertoniano, que es el cerro Santa Inés.

**Pregunta N°3**

**¿Cuál sería la diferencia más grande entre el hincha de Everton y el hincha de Wanderers?**

**(4)** Es lo que decimos, el hincha de Wanderers en ese sentido yo lo encuentro más *aperrado*, debo recono-

cerlo. Va más al estadio que el hincha de Everton, que también tiene un grupo, el *cuiquito* por decirlo así que no. No va al estadio, no apoya. Cuando al Everton le está yendo mal, somos siempre los mismos los que vamos. Vamos los que realmente le importa y tiene corazón, y lo acompañamos de principio a fin. Esa es la diferencia que puedo hallar.

**Entrevistados N°6 y 7**

Hinchas de Everton.

Sector Tribuna Pacífico Visita.

**Pregunta N°1**

**¿Cuál es el hito más importante que han vivido con Everton y cómo lo vivieron?**

(6) Yo creo que cuando estaba Nelson Acosta el 2008. Jugamos con Miralles y Jaime Riveros, después jugamos en Argentina también.

**¿Y cómo vivieron ese momento?**

(7) Llorando

(6) Si, por supuesto. La pasión. Está esa campaña, y después cuando bajamos a Segunda División, que también es importante porque ser de un equipo es como un matrimonio, hay que estar en las buenas y en las malas. *(Altavoz con el relator del estadio interrumpe la entrevista)* Ahora, esto es un clásico, en Playa Ancha, eso tiene un valor agregado, no tiene que ver con el campeonato.

**¿Son de Valparaíso?**

(6) No, somos de Viña

**Pregunta N°2**

**¿Qué tiene en común la ciudad de Viña del Mar, con el hincha de Everton?**

(6) Yo te puedo hacer la pregunta al revés, porque hay mucho hincha porteño que son evertonianos y viven en Valpo, ¿te das cuenta?. Porque claro, ves gente que es de Villa Alemana, porque es gente que se ha cambiado al interior. Pero son dos equipos que llevan más de 100 años, son centenarios. Entonces mis abuelos, mi

abuelo, mi papá, mi hijo y los hijos de él van a venir con camiseta evertoniana.

**Es una cosa de tradición...**

(6) Sin duda. Pero hay que ver, la pasión del fútbol... Aparte la catarsis que uno hace. Estoy disfónico. Pero nada, el clásico es hermoso.

(7) Además, desde que tengo memoria que vengo aquí.

(6) Si, el desde chico chutaba abajo. Creemos también que la nueva administración, los mexicanos lo han hecho muy bien y le han dado el lado profesional al tema.

**Pregunta N°3**

**¿Qué tiene en particular el hincha de Everton, que se diferencie del de Wanderers?**

(6) Es una mística de tradición que se tiene por los abuelos. Porque un evertoniano se identifica por los cerros, como Aurora, Santa Inés. Hay lugares que son cien por ciento evertonianos y uno cuida eso. Ahora, la diferencia. Yo respeto mucho al Wanderers. Tienen una tradición ellos, mis mejores amigos son del Wanderers también, pero yo creo que el Everton es de Viña del Mar, como Wanderers es de Valparaíso y eso se respeta. Hoy día venía escuchando en la radio en el auto y los clásicos de los años '60 donde venía la familia, donde no existía esto de dividir los dos lados. Tu venías con canasto, traías tu jugueto y tu comida. Era una fiesta.

**Se mezclaban...**

(7) No con el miedo que te puedan matar...

(6) No te explico cómo tuvimos que bajarnos nosotros *(indicando que se taparon la camiseta)*

**Entrevistado N°8**

Mauricio, Hincha de Everton.

Sector Tribuna Pacífico Visita.

**Pregunta N°1**

**¿Cuál es el hito más importante que ha vivido con Everton y cómo lo vivió?**

**Respuesta:** Bueno, el año '76 en primer lugar, yo tenía 10 años. Era como uno cuando es fanático a los 10 años de edad, sumamente identificado y lo viví en familia, con mucha alegría, llorando, viendo las dos definiciones. Salir a la calle, esperar el bus del club. Después el 2008 lo mismo, el otro título también, una jornada maravillosa con todo lo sorpresivo de darle vuelta la final a Colo-Colo en Viña. Es lo mismo, con la celebración y todo, siempre así. Y te diría que cada fin de semana es un hito para nosotros, porque hay una historia de amigos, de familia donde a través de más de 40 y tantos años que venimos al estadio, seguimos al Everton lo más que podemos, a tomar parte. Y en ese sentido, cada fin de semana representa en sí mismo un hito de poder acompañar al equipo en las buenas o en las malas. Y ahora que lo preguntas, a propósito de clásicos, nosotros hoy día hacíamos recuerdo de familia, hay wanderinos como toda familia en la Quinta Región...

**Pregunta N°2**

**¿Qué tienen en común con Viña del Mar? ¿Lugares con los que se sienten identificados?**

Así como Wanderers tiene una identidad con Valparaíso, Everton tiene una identidad con Viña, absolutamente. Ahora, en cuanto a atributos, de la ciudad y del hincha, yo diría que somos así como la ciudad de gente tranquila, amistosa, afable, hospitalaria. Hay un

sentido también de apertura, una cosa internacional, el tema turístico, las raíces inglesas también. ¿Lugares? Sausalito sin duda. O sea, Everton, Viña, Sausalito, todo ese complejo que hay ahí, el arbolar, la laguna, el bosque, más toda la parte deportiva, la universidad. Hay barrios, todos los barrios que hay ahí, Santa Inés, Gómez Carreño, todos los alrededores, Forestal, etc. El interior mismo, Concón para allá, Peñablanca, Villa Alemana, Quilpué, etc. Es más que Viña del Mar por así decirlo. Pero atributos como de ciudad diría eso. Hoy día Viña del Mar es una ciudad muy identificada con el deporte. El Everton a donde va se le conoce como Everton de Viña del Mar. Así como Santiago Wanderers de Valparaíso, como el apellido va implícito en el nombre y son clubes plenamente identificados con sus ciudades y lo representan muy dignamente. Otra cosa también, es que es una característica del hincha viñamarino es que es muy exitista, o sea, tu tienes que hay entre 3.000 y 5.000 personas que van siempre y aparecen en todas. Cuando al Everton le va bien lleva 7.000 a 8.000 y esos 3.000 que llegan se ponen a pifiar y todo. Pero es un poco parte del chileno igual.

**Pregunta N°3**

**¿Cuál es la mayor diferencia entre un hincha de Everton y uno de Wanderers?**

Sin entrar en odiosas comparaciones digamos, es como lo que más sale a flote cuando se tratan de ofender los hinchas. Yo diría que el hincha porteño es más sufrido, tengo esa impresión. Tienen una identidad con los colores que los lleva a vivir siempre, valga la redundancia, como "loro en el alambre". Como que siempre esta ahí. Hoy día de hecho institucionalmente tiene la lamentable, a mi juicio, de estar en manos de gente que no es wanderina.



**Entrevista a Carlos Vergara Constela, Sociólogo y co-autor del libro "Orgullo del Puerto..." el día 21 de noviembre del 2017, Parque Italia, Valparaíso.**

Parte de la fase de observación directa y diálogo con actores clave, se programó una entrevista con Carlos Vergara, co-autor del libro "Orgullo del Puerto. Las tramas invisibles y el sentido vertical de los imaginarios urbanos de Valparaíso a través de Santiago Wanderers" y experto en materias de vínculos sociales entre el fútbol y el territorio. La ventaja de entrevistar a Vergara radica en su residencia en Valparaíso y estudio de los hinchas de Santiago Wanderers, por lo cual además abarca conocimientos de la historia y la actualidad del Clásico Porteño desde una óptica académica. Por el hecho de realizar la entrevista durante la finalización del proyecto, se hicieron preguntas en relación a las conceptualizaciones construidas con anterioridad con el fin de corregir o replantear decisiones en la elaboración de la fuente y la pertinencia de la metodología utilizada. Además de profundizar en las imágenes proyectadas tanto por los hinchas del Clásico Porteño y las respectivas ciudades que habitan



**Pregunta N°1**

**Bajo la óptica del libro "Orgullo del Puerto", de la filiación de la identidad de Wanderers con la ciudad de Valparaíso, ¿Podrían encontrarse fenómenos similares en otros equipos de Chile?**

**Respuesta:** Sí, totalmente. Por ejemplo, en el libro había un prólogo de un compañero de nosotros, que también es porteño y wanderino a diferencia de nosotros, de los autores que ninguno es wanderino. Pero somos porteños, cosa que es muy extraña, porque se supone que uno dice: "ah, bueno Valparaíso es Wanderers y Wanderers es Valparaíso". Por lo tanto cuando tú dices: "sí, soy porteño y me gusta, y vacilo la identidad porteña, pero no soy wanderino", todos te dicen: "entonces no eres porteño". Es raro.

Entonces, sin saber, sin conocer, porque no conozco otras ciudades. Conozco un poco Santiago, porque durante 10 años viví en Santiago y tengo familia en el sur, familia en el norte. Y en base a eso, podrían haber casos muy similares, como Fernández Vial en Concepción, o Coquimbo, que también tiene una lógica muy de puerto y también se reivindica por ejemplo, la "piratería" en torno al equipo de fútbol. O también Arica, pero no sé si el tema de Arica pasa tanto con el fútbol, como por otros temas que tienen que ver a lo mejor más con lo militar o con lo nacional.

Pero sí en Coquimbo y en Concepción me parece que es muy claro que hay un vínculo o una construcción de un imaginario que se produce, o que tiene como centro al equipo deportivo de la comuna. Creo que por ahí seguro hay más casos. Iquique también podría ser un caso. Que esta idea de "tierra de campeones" aparece por el boxeo, después cuando el boxeo decae se traspasa al fútbol. Entonces como que todas esas re-

presentaciones recaen ahora en Deportes Iquique. Que todo eso que era de Estanislao Loayza y Arturo Godoy, como que se va para allá. Entonces, podría hacer ejemplos muy similares a los de Wanderers. Ahora, ¿que es lo que pasa en Valparaíso?, que nosotros nos creemos muy auténticos, muy diferentes a todos, por lo pronto, ahora, todo es "lo más". "Valparaíso es lo más mágico, es lo más bonito, es lo más triste, es lo más trágico", entonces siempre hay una exaltación de los atributos, que a lo mejor son los mismos atributos que encuentras en cualquier parte. En cualquier zona más o menos popular.

**¿Pero esa misma exaltación podría ocurrir en otros lados?**

Totalmente. En Arica, aman Arica, son locos por Arica. Pero es una afirmación como muy local, así muy cerrada, muy endógena de esos atributos, como un relato muy propio de acá, muy local. De hecho, mira, es una cuestión muy loca porque, esto es un área metropolitana, o sea uno llega hasta Limache, llega hasta Quintero, hasta Casablanca. Como que la ciudad más allá que tiene todavía grandes fardos rurales, o no-urbanizados, funciona en una lógica metropolitana. Y nosotros que vivimos en Valparaíso, después del Colegio Industrial es como que hay un hoyo negro. Entonces es muy, muy, muy hacia adentro. De hecho hay un fotógrafo que tiene un proyecto que es muy interesante que se llama "La Isla", que trata de resaltar esta sobre-determinación local de acá, de Valparaíso. Como que nos contactamos poco con Viña del Mar, la vemos lejana y estamos aquí al lado. Imaginate con el Interior, que es "el interior" y en verdad es Quilpué, Villa Alemana, Peñablanca, Limache, Olmué, pero para nosotros el Interior es todo algo lejano y desconocido que está allá.

**Se siguen viendo poblados...**

Más o menos. Y esto también es como un poblado.

**Pregunta N°2****¿Constituye el Clásico Porteño una manifestación cultural auténtica dentro de nuestro país?**

A ver, auténtica, en el sentido de que a lo mejor, los temas que salen a relucir son muy propios de la relación histórica entre Valparaíso y Viña del Mar. Ahora también cuando nosotros lo vemos desde el punto de vista desde el fútbol mediatizado, mercantilizado o incluso en las barras, podría ser como cualquier clásico del mundo o de Chile. Pero si tiene elementos que por lo menos, desde la segunda mitad del siglo xx emergieron con mucha fuerza a raíz del profesionalismo y también a raíz de Revista Estadio, que es fundamental en la narración del deporte en Chile, más allá de que uno pueda ser crítico o no con su postura, trazó durante 30 a 40 años la narración del deporte en Chile. Entonces, lo que podríamos considerar como auténtico, tiene que ver con la representación de cada imagen o con la representación de cada ciudad a través de una imagen sintética. Que en Valparaíso está muy ligado a lo portuario y que en Viña del Mar está muy ligado al balneario. Que tiene que ver con el borde costero, porque si bien ahora en Valparaíso, como que decimos "ojalá que nos abran el borde costero para poder transitar ahí", acá el borde costero siempre ha sido un espacio laboral. Siempre ha sido un espacio de trabajo portuario, de carga, descarga, de estibadores, de pesca y en Viña del Mar el borde costero ha tenido un uso que es de ocio, entonces esa relación, esa dicotomía si se quiere decir o esos dos pares que son muy lejanos a la vez son los que de alguna manera hacen resaltar la idea de algo auténtico en el Clásico Porteño. Puede ser por ahí.

Hay una cita muy interesante de Revista Estadio que precisamente habla de esto, porque esto también va generando ciertos estereotipos entre las personas y formas de identificarlas o no. Entonces es como el año 60 y tantos y es de Julio Martínez de hecho, que era el corresponsal que venía siempre acá y empieza a hablar sobre los dos arqueros: el arquero de Wanderers y el arquero de Everton. Y habla sobre el arquero de Everton, que le decían el "Gringo" Aguilar. Y es "alto, delgado, rubio", propio de Viña del Mar y por otro lado tenemos a Juanito Olivares –que Juanito Olivares es el ídolo máximo–, y Juanito Olivares es "bajo, de tez morena, es inconfundible como cualquier chico de la dársena y el cerro", entonces como que genera esos estereotipos y después dices "chuta, pero Juanito Olivares es de Viña" y Moisés Villarroel es de Viña y el "Keno" Mena que igual lo quieren hartos, es de Viña y Jorge Ormeño es de Viña, son todos de Viña, pero son de los cerros de Viña. Entonces los cerros de Viña como que no alcanzan a estar contenidos, quedan afuera de la imagen urbana de la ciudad-jardín, por lo tanto es súper fácil asimilarlos con Valparaíso porque los cerros de Viña son iguales a los cerros de acá, o son muy parecidos a los cerros de acá. Se vive de una manera similar, se ocupan estos tránsitos hacia arriba o hacia abajo. Está esta idea como del esfuerzo, el sacrificio. La gente significa su habitar en base a esos conceptos. Pero sirve como para poder mirar como esa narración periodística te genera un estereotipo que en verdad si lo quieres experimentar o si lo quieres exigir, no es tal. No es tal esa imagen urbana, o sea, Valparaíso también esconde un pasado aristocrático que hoy en día se legitima a través de la denominación UNESCO. Entonces no es tan, tan, tan popular Valparaíso, ni Viña es tan, tan, tan *cuico*. Pero si se ponen en juego esas dos cuestiones cuando es el Clásico.

### Pregunta N°3

#### En contraposición al fenómeno que sucede con la hinchada Wanderers, ¿Con Everton pasa lo mismo?

Yo creo que actualmente no. Porque a lo mejor sí, hasta los '60, los '70 podíamos pensar, Viña del Mar, antes de que empezara esta urbanización de los cerros que parte con Nueva Aurora, con Santa Inés, comienza a haber más población obrera en Viña del Mar, porque Viña del Mar más encima tiene un pasado mirista en los cerros súper potente y tuvo una industrialización, un auge industrial que también fue muy fuerte para después toda la cuestión que tiene que ver con la organización de la clase obrera. De hecho, habían más cordones industriales en Viña que acá en Valparaíso, si lo quieres ver así.

Hasta los '60, '70, incluso pasado a lo mejor. Claro, podrías decir que este Clásico expresaba una diferencia de clases, o de proletarios contra aristocráticos, puede ser. Pero después cuando Viña del Mar se urbaniza hacia arriba, hay mucha gente de acá que se va para allá y mucha gente de Santiago que llega a Viña o de otros lados que llega a Viña y no construyen su identidad en base a esta idea de ciudad-jardín. De hecho, a mí me parece muy llamativo que en Viña la gente arriba dice "voy a Viña", como si estuviese fuera de Viña al estar adentro de Viña y la hinchada del Everton me parece que es como cualquier hinchada. Tiene gente de todos los estratos socioeconómicos, pero no creo que desde Everton o desde Viña del Mar se profese o se trate de resaltar una condición más *high*, más *priula* de Everton. Es una impresión que me da a mí y también en los datos que hemos podido conseguir. Esto a nivel de hinchada, a nivel de "Los del Cerro", porque también nos tocó entrevistar dirigentes de Everton y dentro de la

conversación, nos decían "bueno, tu *cachái* que Valparaíso parte, donde parte el olor". Ahí a lo mejor si se puede encontrar ese tipo de afirmaciones identitarias que tienen que ver con una clase más aristocrática. Pero no creo que en la hinchada de "Los del Cerro" ni tampoco en gente evertoniana, que es evertoniana porque es de Viña, pero no afirmando una preferencia de una clase dominante o clase alta, sino porque es de Viña. Es interesante el fenómeno de Everton, porque es más complejo que el wanderino.

#### Porque es más lógico el de Wanderers.

El de Wanderers es más lógico. "Somos *choros* del puerto y somos *choros* y listo". Pero el *viñamarino* no, porque la ciudad no está reducida a su imagen urbana, la ciudad es súper compleja y por lo tanto también la forma de comprender y de sentir también la ciudad no es tan clara como acá.

### Pregunta N°4

#### ¿Se manifiesta la rivalidad entre Wanderers y Everton como una muestra de rivalidad entre ambas ciudades?

Sí, por lo menos desde Valparaíso totalmente. Desde Valparaíso sí o sí Viña es *cuico*. Viña es "mujeres en la playa", Viña es el Casino, Viña es el Reloj de Flores y se invisibiliza desde Valparaíso el Viña de los cerros. Y dices "Ah, verdad que Viña también es así", porque desde acá esa es la manera de concebir Viña del Mar que es una cuestión de hace 100 años, como que no asumimos la expansión urbana de la ciudad y por lo tanto también de población que no tiene que ver solo con la élite de Valparaíso que emigró a Viña del Mar como un suburbio y que desde ahí construyó una ciudad-jardín, sino que con poblados como cualquier ciudad de Chile

que sufrió un proceso de industrialización y que por lo tanto llegaron en masa a habitarla y que hay dificultades, desigualdades. Lo que sí es común entre ambas es que son las dos ciudades con más campamentos en Chile y que es clara la ubicación de los campamentos, porque es arriba en Viña y en *Valpo*, cerca del centro. A *pata* nos podemos demorar un poco, pero en colectivo llegamos en 5 minutos y acá estamos en el centro. Es como si tuvieses un campamento en Avenida Matta. Pero la lógica es esa, es estar cerca de los espacios laborales o cerca de los espacios donde puedes comerciar, porque en Viña igual hay mucho comercio ambulante, en Viña más restringido que acá.

#### Pero en el verano allá...

Pero igual, claro, o sea esa es la jugada de Viña. Pero desde Viña claro como lo hablábamos me parece que no es tan claro o a lo mejor no es con esa coherencia interna que se puede ver acá en Valparaíso, me parece que hay mucho más interseccionalidad en la identidad de los evertonianos y que reducirla al evertoniano de clase alta, sería un error en términos analíticos.

### Pregunta N°5

#### ¿Qué características son las que más resaltan en "Los Panzers" y "Los del Cerro" según su situación territorial?

Mira, la *choreza*, el puerto. La *choreza*, el puerto y la nostalgia también. Porque la nostalgia últimamente creo que ha estado en entredicho. Pero la *choreza*, acá se dice "somos *choros* del puerto", "esto es el puerto" y la idea de "*choro* del puerto" nace en los años 30 cuando el puerto se expande y es como lo conocemos hoy en día pero era porque también la ciudad estaba abocada al puerto y el puerto daba empleo para 1/5

de la ciudad y el resto estaba también en relación al puerto, o sea el comercio y todo. Entonces esa idea de "*choro* del puerto", como cuando dicen "vamos *pa'l* puerto" y acá ya no tenemos nada de puerto.

#### Se lo llevó San Antonio...

Se lo llevó San Antonio y lo que hay de puerto acá da 2.000 empleos, entonces no hay una vida portuaria, no hay trabajos vinculados al puerto, salvo algunas agencias de aduana y la gente que trabaja en TPS o algunos que son operarios de máquina, entonces esa idea de "*choro* del puerto" es muy evocativa, pero a la vez, también es muy actual, porque la idea de *choreza* se ocupa, se toma como un atributo, o como una disposición ante la adversidad, o ante las condiciones que también la ciudad está cruzada por un relato trágico, que ahora nosotros lo vemos con los incendios y va por ahí. Pero por ejemplo David Pizarro, que ahora no es un personaje muy grato acá y su condición de porteño ha sido puesta en entredicho, ponía en una polera "somos *choros* y nos vamos a volver a levantar" y esa cuestión fue puesta en la entrada de la ciudad después en un lienzo gigante por el municipio de (Jorge) Castro. Era muy sintomática también de lo que estaba pasando en ese momento en la ciudad, pero también muy sintomática de todo lo que ha ocurrido en base a la tragedia, al incendio, porque siempre hay incendios acá. Siempre hay incendios, esos fueron incendios grandes, gigantes, brutales, pero siempre hay incendios, siempre está ese problema. Y lo de la vivienda también. También eso significa una *choreza*. De llegar y habitar acá y construir nuestro propio hábitat...

#### Y que te da lo mismo...

...Y que te da lo mismo y que "nos la arreglamos" y que después la ciudad tendrá que hacerse cargo de urbani-

zar, pero esos dos atributos son muy claros. El aguante también, pero el aguante más extraído desde Argentina y que acá se resignifica. Como "aguante" podía ser ocupado con "w", acá se ocupa mucho "aguante" con "w" (*awante*), algo que aparece acá y es una hinchada que también dice que tiene mucho aguante, que es la más fiel de todas y un montón de cuestiones así. Ahora, no sé si eso creo que está un poco más restringido al mundo de barras, que igual es un mundo más o menos grande. Pero la idea de *choreza* y de significar este territorio como el puerto todavía, me parece que es una cuestión muy transversal. Salvo por algunos grupos nuevos, arquitectos, nuevos profesionales que han llegado a la ciudad y que tienen otras lógicas, les gusta Valparaíso más en la idea nostálgica o también de esta particularidad de cómo ha sido construida y que dicen que no sabemos lo que tenemos y cosas por el estilo. Pero así como la gente que se siente porteña y wanderina, *choreza* y puerto. La *choreza* es como un atributo del habitante y el puerto es como se significa el territorio. Me parece que eso es claro y es común hace mucho tiempo.

**Esa vinculación que tienen con el puerto. Pensaba por ejemplo, en el caso del habitante de Viña la pierde un poco, como hablábamos de su vinculación con la ciudad-jardín. ¿Pero esa vinculación se mantendrá, no con la ciudad-jardín, sino con el balneario por ejemplo? "No bajas a Avenida Libertad, pero sí bajas a la playa", no sé si será así pero ¿podrá existir algo?**

Sí, la gente de Viña va mucho más a la playa...

**Aparte no tienes dónde...**

Acá, muy poco a la playa, y si vamos a la playa vamos a Viña y eso que tenemos Portales que está cerca, pero igual vamos a Viña a la playa. Pero claro, en Viña se

ocupa el borde costero como espacio público y hoy en día la gente quizás con más plata va para Reñaca o va para algunas partes de Concón y la parte de Viña, de 8 a 15 Norte, todo ese lado si tiene un uso más popular.

**De hecho cuando vengo a la playa, yo voy para allá y se nota la diferencia entre ese sector e ir a Reñaca y lo que te muestra la tele, entonces Reñaca no es lo mismo...**

No es lo mismo, ni es lo mismo que Caleta Portales que es donde se ponen los canales de televisión. Es un público mucho más popular el de esas playas. El viñamarino tiene eso de bajar a la playa, a diferencia del porteño que no va a la playa...

**Es que no la tiene**

Claro, no la tiene y no la ocupa tanto y si va, va para Viña y es como un gran acontecimiento. En lo otro tú tienes la playa ahí y de pronto vas a dar una vuelta a la playa por último.

# AGRADECIMIENTOS

En estas últimas páginas manifiesto la enorme gratitud que tengo con la gente que me acompañó durante el desarrollo del presente proyecto y la finalización de esta etapa universitaria.

Es por ello que, en primer lugar doy las gracias a mi profesor guía Roberto Osses por la apertura y la confianza entregada desde el tercer año en la universidad y brindarme las herramientas para poder formarme no solo como diseñador, sino como una persona dedicada al mundo de la tipografía y la enseñanza.

Además a mis amigas y amigos de Temuco y de Santiago quienes me brindaron ánimo y fuerzas durante este último año de trabajo, a pesar de andar desaparecido de la casa y la universidad.

Agradecer también el apoyo dado especialmente por Sara y Ceci, quienes conocí prácticamente durante este último periodo y han sido de notable ayuda y buenas conversaciones.

Y especialmente a Katty, por toda (de verdad toda) la paciencia y cariño en no-sé-cuánto tiempo que nos llevamos acompañando. Pero que siempre estamos, en las buenas, en las malas y especialmente, en todas esas en las creemos que el mundo tiene que cambiar.



## ◆◆ COLOFÓN ◆◆

Esta memoria de título se finalizó en **diciembre del 2017**, la misma semana en que Deportes Temuco clasificó a un torneo internacional por primera vez en su larga y complicada historia. En las páginas interiores, el cuerpo de texto y los gráficos fueron compuestos con la tipografía **Urbani**, diseñada por Salvador Rodríguez; los subtítulos con la tipografía **Ulises**, diseñada por Salvador Rodríguez y Diego Aravena Silo; y los títulos con la tipografía **Lupulus**, diseñada por Patricio Truenos; todas desarrolladas y distribuidas por la fundación W Foundry, a quienes admiro por la calidad de su trabajo y la buena onda.

2017

**TU**

