

TIPOGRAFÍAS CHILENAS EN EL MERCADO INTERNACIONAL: HACIA EL ESTABLECIMIENTO DE UN ESTADO DEL ARTE¹

CHILEAN FONTS IN THE INTERNATIONAL MARKET: TOWARDS THE ESTABLISHMENT OF THE STATE OF ART

Roberto Osses Flores², Universidad de Chile, Santiago, Chile
Mauricio Adasme Salazar³, Universidad de Chile, Santiago, Chile

Resumen

Este proyecto consiste en un registro, clasificación y examen de diversos antecedentes vinculados a las fuentes chilenas que actualmente se comercializan a nivel global a través de internet. Busca constituirse como un primer aporte para la elaboración de un estado del arte del mercado de la tipografía chilena, como un paso más, para el desarrollo, comprensión y valoración de la disciplina en la región. La mayor parte de los datos que conforman este estudio, fueron extraídos directamente de MyFonts, que es hoy, la distribuidora de fuentes más importante del mundo. El registro se ha ejecutado entre los años 2011 y 2018, recopilando antecedentes tales como el listado completo de fuentes chilenas que están a la venta en la plataforma, sus respectivos autores y fundiciones, la cantidad de variantes que posee cada fuente y otros detalles similares. Sumado a esto, se han incorporado algunos puntos de análisis propios, como la presencia o ausencia de serifas o la clasificación estilística de cada alfabeto. Los resultados se expresan a través de tablas y gráficos que resumen los datos y los visualizan de forma ordenada y sistémica, para que cualquier persona pueda conocer cuáles son las dimensiones y principales características de este “mercado tipográfico chileno”. Algunos detalles clave que se pueden encontrar son: la intensa progresión productiva en los últimos tres años, la ascendente participación de las mujeres, la baja producción de fuentes para texto continuo o la predominancia del estilo humanista sans, entre otros. Por último, es importante mencionar que las categorías de información que se han ido creando siguen en aumento, a medida que lo hacen, se van estableciendo cruces y relaciones que ayudan a comprender mejor el fenómeno estudiado, dando así la posibilidad de continuar publicando los avances.

Palabras clave

diseño de fuentes digitales; mercado internacional de fuentes; tipografía chilena

Abstract

This project provides a compilation, classification, and examination of diverse sources related to the Chilean fonts that are currently globally commercialized throughout the Internet. This research aims to become a first step in the elaboration of a state of the art of the Chilean font market, and a contribution to the development, understanding and valuation of the discipline in the region.

Most of the data in this study was extracted directly from MyFonts, which is today the most important distributor of fonts in the world. The registry was executed between 2011 and 2018, and it compiled records such as the complete list of Chilean fonts available for sale in this platform, their respective designers and foundries, the numbers of font styles of each one and other similar details. In addition, we have incorporated some points of analysis, such as the presence or absence of serifs or the stylistic classification of each alphabet. The results are expressed through tables and graphs that summarize the data and shows the information in an organized and systematic way, so everyone can get to know the dimensions and main characteristics of the “Chilean font market”. Some key details which can be found here are: the intense productive progression of the Chilean fonts in the last three years, the ascending participation of women, the low production of fonts for continuous text or the predominance of the humanist sans style, among others.

Finally, it is important to mention that the categories of information that have been created increase constantly, and as they do, data crossing and relationships are established in a way that supports a better understanding of the phenomenon studied. From this research it is possible to extract the opportunity of continuing publishing the progresses.

Keywords

Chilean fonts; digital type design; international font market

Introducción

A fines de los años noventa, los avances tecnológicos que vivió nuestra sociedad influyeron en el campo disciplinar y promovieron en la tipografía, a través del diseño de fuentes digitales principalmente, un fuerte impulso evolutivo (Castillo y Álvarez, 2003; Hernández, Hernández y Vergara, 2013; Ramírez, 2006). Al tiempo, este estímulo es considerado también como una manifestación representativa de América Latina en general (Cadena, 2017; Doreste, 2016; Osses, 2017). En Chile, este proceso puso en evidencia la desvinculación de la tipografía con los marcos académicos de la enseñanza de diseño (Castillo y Álvarez, 2003; Gálvez y Ramírez, 2009) y, por ende, la falta de una “escuela profesional” como detalla Ramírez (2006).

Con una celeridad sustentada en el entusiasmo y la pasión, marcada a su vez por un espíritu de desarrollo colectivo, la tipografía nacional pasó de ese estado reflexivo y de cuestionamiento inicial, a desarrollarse de forma más profesional y sostenida (Hernández et al., 2013). Así también fue incorporada como materia en los programas académicos de diseño en el país (Osses, 2013) y surgieron incluso cursos de especialización en el diseño de fuentes, lo cual, sumado a instancias como la Bienal de Tipografía Latinoamericana, que se inició en 2004, contribuyó a la proliferación de nuevos profesionales, tanto en la región (Corbeto y Garone Gravier, 2015) como en nuestro país (Ramírez, 2006). En la *Política de fomento del diseño 2017–2022* publicada por el —hoy— Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2017), se detalla que:

Desde 1999 comienza a tener crecimiento la formación en el ámbito del diseño de fuentes digitales, el que presenta factores de emprendimiento y comercialización internacional a través de los nuevos formatos de comercio electrónico, y donde la empleabilidad es reemplazada por la autogestión y la especialización de los agentes del sector (p. 21).

Esta cita es relevante porque pone en evidencia que una de las potencialidades de esta labor, ya que, además de contribuir al desarrollo mismo de la disciplina, fomenta una actividad emprendedora que se abre paso en mercados globales. Lo interesante de esto, es que el diseño de fuentes involucra en sus procesos, aspectos que resultan esenciales para un desarrollo económico sostenible, no se está exportando materias primas ni se están utilizando recursos finitos, más bien se trata de “narrativas o valores culturales”, como lo ha definido la investigadora Florencia Adriasola (2016).

El estudio

Este proyecto está centrado en el desarrollo de un catastro de fuentes chilenas que se han comercializado

internacionalmente a través de MyFonts (myfonts.com) entre 2011 (año inaugural para las fuentes nacionales en el sitio) y 2018. Además del recuento de antecedentes asociados, como sus autores y las fundiciones en las que se inscriben. El estudio se ha realizado entre los meses de septiembre de 2018 y abril de 2019 en la ciudad de Santiago de Chile, la principal herramienta tecnológica empleada para la recopilación y organización de los datos fue el programa Microsoft Excel.

El objetivo principal de esta investigación es contribuir al conocimiento, difusión y desarrollo de la disciplina tipográfica en Chile y en Latinoamérica. Se busca que quienes revisen los antecedentes aquí expuestos, puedan emplear esta información para generar nuevas contribuciones al desarrollo del mercado de fuentes digitales y, también, para analizar críticamente la manera en que este campo está evolucionando. Por último, se pretende contribuir a la comprensión y disposición de una línea de acción profesional, hasta hoy poco difundida.

Antes de revisar los antecedentes recopilados, es fundamental entender la mecánica esencial de la comercialización tipográfica hoy. En ese sentido, el esquema básico está dado por A) un diseñador de tipos; B) una fuente digital; C) una fundición tipográfica; y D) una distribuidora de fuentes. Así, quien diseña una fuente, puede acudir o no a una fundición que lo represente, y lo mismo con una distribuidora. Un diseñador o diseñadora de tipos puede hacerse cargo de crear la fuente y distribuirla directamente, evitando cualquier tipo de intermediarios. La desventaja de esto es que, si bien en la intermediación de una fundición y/o distribuidora se cobran comisiones, los volúmenes de venta aumentan de forma considerable, reportando grandes beneficios para él o los autores. Este incremento en las ventas está relacionado principalmente como el posicionamiento de marca de la fundición o distribuidora con la cual se vincule el diseñador.

Metodología del estudio

MyFonts, la mayor distribuidora de fuentes en el mundo

Para llevar a cabo este estudio fue necesario seleccionar una plataforma de distribución de fuentes que nos permitiera un muestreo amplio, consistente y representativo del corpus general del mercado. Una distribuidora comercializa fuentes de diversas fundiciones, por lo tanto, es posible contar con un volumen más alto de alfabetos y con una variedad más amplia de diseñadores. La distribuidora escogida fue MyFonts, debido a que es el mayor repositorio tipográfico actualmente en el mundo, con más 130.000 fuentes disponibles para descarga, según declara en su sitio web. Por otro lado, en este portal podemos encontrar alrededor de 650 diseñadores de tipos y cerca de 900 fundiciones.

Uno de los espacios de internet que sigue a MyFonts en términos de cantidad de tipos disponibles es FontShop (fontshop.com), que cuenta con alrededor de 16.900 fuentes, 11.200 familias, 340 fundiciones y la abultada cifra de 3.880 diseñadores. Este último número parece exagerado si tomamos en cuenta la relación entre cantidad de fuentes de MyFonts (130.000) y los respectivos diseñadores que están detrás de dichos alfabetos (650). Esto se explica por dos motivos principales. El primero tiene que ver con que la cifra total de fuentes que exhibe MyFonts (130.000), el cual se obtiene contando por separado cada una de las variantes de una misma familia (thin, regular, bold, etc.) y distinguiendo, además, entre fuentes estándar y fuentes para web. Estas últimas pueden tener incluso más de una extensión de archivo para funcionar correctamente en distintos navegadores de internet. Como segundo punto, los 3.880 diseñadores que declara FontShop se obtienen

incluyendo a cada una de las personas que pertenecen a las distintas fundiciones presentes en el sitio y que han participado o contribuido al desarrollo de alguna fuente. Por ejemplo, el estudio Dalton Maag figura con 21 diseñadores de fuentes.

Además de los detalles descritos acerca de MyFonts y su preponderancia en la distribución internacional de fuentes, podemos sumar un antecedente fundamental, el cual proviene de un trabajo que ha servido como base para muchos de los puntos tratados en esta investigación. *Font purchasing habits survey 2018* es un estudio realizado por Mary Catherine Pflug (2018), en donde la autora a través de una rigurosa encuesta y un análisis muy detallado, da cuenta de numerosos datos, que incluyen desde las motivaciones que llevan a una persona a comprar una determinada fuente, hasta el uso que finalmente recibe dicho alfabeto. En este reporte se expone claramente que

Tabla 1

Método de filiación territorial

		Autor nacional	Fundición nacional	En territorio nacional
Fuente	SQUALO	x	x	--
Autor	Juan Pablo de Gregorio			
Fundición	Letritas			
Fuente	AMSTER	x	--	x
Autor	Francisco Gálvez			
Fundición	Pampatype			
Fuente	CAFÉ BRASIL	--	x	x
Autor	Sofía Mohr			
Fundición	Latinotype			
Fuente	COSTANERA	x	x	x
Autor	Raúl Israel			
Fundición	W Foundry			

Nota. Se buscan coincidencias de origen vinculadas a la nacionalidad del autor, la nacionalidad de la fundición y el país en donde la fuente fue desarrollada. Esta correspondencia entre dos o los tres parámetros, determina la filiación territorial o lugar de origen de la fuente tipográfica.

Fuente: Elaboración propia.

el proveedor de fuentes por excelencia en los países del primer mundo es MyFonts, con un 77% de las preferencias, seguido de Google Fonts con un 43% y de DaFont con un 39%. Estos últimos porcentajes pueden resultar llamativos, pues se trata de dos espacios en donde las fuentes se distribuyen de forma gratuita (Google Fonts y DaFont), sin embargo, debemos tener en cuenta que en gran parte de Europa y en los Estados Unidos existe una legislación clara respecto de la comercialización y uso de fuentes tipográficas, a diferencia de lo que ocurre en América Latina. Esto puede dar paso a una valoración más alta por parte del público de las fuentes comerciales, ya que estas pasan, por ejemplo, por filtros de calidad que en sitios como DaFont ni siquiera existen.

Método de filiación territorial: tipografías “chilenas”

Dado que esta investigación busca configurar un inventario exclusivo de tipografías chilenas, es necesario precisar de qué forma se ha determinado que una fuente pueda ser considerada como propia de Chile. Aun cuando puede resultar muy interesante e incluso necesario abrir este debate, hemos de considerar que el contexto de este trabajo nos obliga a tomar una decisión para poder avanzar en su desarrollo. Por tanto, el método propuesto y los criterios que se usan como base, no apuntan a establecer una verdad absoluta, buscan más bien dar sustento y ayudar a sistematizar los parámetros de la investigación en curso, manteniendo en resguardo la objetividad del juicio.

Con el fin de poder ejecutar este método de filiación territorial se han definido tres criterios esenciales: A) la nacionalidad del autor (declarada en MyFonts); B) la nacionalidad de la fundición (declarada en MyFonts) y C) el país en donde la fuente fue desarrollada (corroborada solo en casos específicos). Básicamente se trata de comparar los tres datos, y de existir una coincidencia, se está ante una fuente que se considera como chilena. Es decir, que se puede dar una coincidencia entre dos: A+B, A+C, B+C, o una coincidencia total: A+B+C.

En el caso de haber más de autor, se ha considerado al primero del listado como principal. El chequeo del país en el que se ha desarrollado la fuente, se da únicamente en casos en los cuales el autor es extranjero o la fuente se comercializa en una fundición extranjera.

En la Tabla 1 es posible observar algunos ejemplos que sirven para dejar más claro el funcionamiento del método.

Definición de categorías para el inventario

Las categorías de información fundamentales del registro fueron extraídas directamente de la información que provee MyFonts en cada una de las respectivas fuentes que ahí aparecen. Al ingresar a cualquiera de las secciones que se proponen en el sitio de la distribuidora, van apareciendo

listados de fuentes que se identifican por su nombre y por la fundición en la que se inscriben, además se detallan automáticamente la cantidad de *font styles* que corresponden a las distintas variantes que componen la familia (light, italic, etc.), los precios de las diferentes licencias, y se exhiben también los reconocimientos que la fuente ha obtenido, si es un *best seller* o fue una *hot new font*, por ejemplo. Una vez que es seleccionada una familia tipográfica y se ingresa directamente a ver sus particularidades, es posible encontrarse con una exposición más detallada e interactiva de sus glifos, características especiales, especificaciones técnicas, precios y detalle de licencias. Sumado a esto se puede distinguir también una lista de etiquetas. Por último, existe (en MyFonts) una sección llamada “About this font family” en la cual como es obvio, se pueden hallar más antecedentes respecto del origen de la fuente, inspiraciones o sus fines, sumado al nombre del *designer* y del *publisher*, es decir del autor y la fundición respectivamente. Para cerrar, encontramos también la fecha de debut de la fuente en la plataforma.

Categorías complementarias

Tomando en consideración todo lo anterior se establecieron las siguientes categorías como base para el registro de información: nombre de la fuente, nombre del diseñador(es), nacionalidad del diseñador(es), nombre de la fundición, país de la fundición, cantidad de variantes de la fuente, fecha de debut en MyFonts.

Con el fin de complementar los datos de base extraídos de MyFonts, se determinó incluir algunas categorías complementarias de información las cuales sirven para dar más profundidad al registro y para disponer de un cuerpo de antecedentes complejo, el cual permite a su vez, generar más cruces y propiciar a partir de esa diversidad, un análisis más completo.

Las categorías complementarias surgen a partir de un ejercicio muy simple de identificación. El reconocimiento se ejecutó en tres puntos específicos: A) identificar si es una fuente para texto continuo o una fuente *display* (para títulos); B) identificar si la fuente posee o no serifas; C) identificar a qué grupo estilístico corresponde. Las primeras dos categorías se ejecutaron mediante dos pasos: 1) una revisión de la información proveída por el(los) autor(es) y la fundición respectiva y 2) un examen visual de las proporciones, estructura y terminaciones de la fuente. La clasificación tipográfica está basada en la propuesta publicada por Maximilien Vox en 1952 y que una década más tarde incorporó oficialmente la Asociación Tipográfica Internacional (ATypI), sistema conocido hoy como Vox-ATypI. Si bien esta clasificación ha sido y está siendo cuestionada por no ser lo suficientemente flexible para incorporar las diversas fuentes que se han ido creando, aún se mantiene

Tabla 2

Todas las fuentes chilenas comercializadas en MyFonts desde 2011 a 2018

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Andes	Andes Condensed	Antartida Rounded Essential	Alboroto	Amster	Antonietta	Aromatica	Alquitran Pro
Bock	Andes Italic	Courtney	Andes Rounded	Australia Skate	Aromo	Aromatica	Alquitran Rust
Cachiyuyo	Antartida	Dans Le Toilette	Arquitectura	Balzac	Assemblage	Atlan	Alquitran Stencil
Dans Le Cuisine	Antartida Rounded	Dulce Pro	Arquitectura Office	Barranco	Bach	Balzac Dirt	Axios
Dulce	Antartida Essential	Estandar	Arquitectura Standard	Beauchef	Basic Sans	Big Foot Forest	Biscotti
Elemental Sans Pro	Australis Pro	Four Seasons	Australis Pro Swash	Blanc	Basic Sans Cnd	Bike Park	Blauth
Farola	Bosque	Grota	Berenjena	Boho	Basic Sans Narrow	Bike Park Two	Cagliari
Fatta	Comalle	Handy Cut	Bototo	Brocha	Becky	Boston	Canilari
Fidel	Dans Le Jardin	In A Jar	BRC	Bronto	Bikini Season	Caprina	Cannon
Fierro	Dans Le Noël	Kahlo Rounded	Children One	Corporative	Bowie	Catrina	Catshape
Fonton	Indigena	Love Story	Clasica	Corporative Sans	Bowl	Checkin Script	CF Santiago
Guadalupe	Julieta	Magallanes Condensed	Consuelo	Corporative Soft	Branding	Clarence Cyrillic	Costanera
Legan	Kahlo	Milica	D Hanna	D Blues	Camila	Clarence Two	Darwin Rounded
Los Lana Pro	Lolita	Moderna	D Sari	D Hanna Soft	Camo	Condell Bio	Ding
Machi	Los Niches	Moderna Condensed	D.I.Y. Time	Decour	Camo Dirt	Darwin Pro	Emy Slab
Merced	Magallanes	Pasarela	Darwin	Decour Soft	Cenzo Flare	Diploma Script	Fibra One
Mija	Magallanes Essential	Pirata	Darwin Office	Forest Puyehue	Chercán	Estampa Script	Fuse V.2 Printed
Muralista	Pantano Pro	Roble	Dsert	Galpon	Clarence World	Fibra	Glatt
Pantano	Ride my Bike	Roble Alt	Estandar Rounded	GoGipsy	Condell Bio Poster	Forest Two	Hartwell
Patagon	Romeo	Sánchez Slab	Froh	Goodfriend	Corporative Sans Rounded	Forjada	Helios Antique
Pincoya Black Pro	Sánchez Condensed	Santis	Garden	Grota Rounded	Corporative Sans Rounded Cnd	Geometrica	Hermann
Printa	Schwager	Trend	Grota Sans	Grota Sans Rounded	Cover Sans	Hatter Cyillic Display	Igna Sans
Proteína	Tikal Sans	Trend Hand Made	Guakala	Janmeid	Culinary	Hatter Display Pro	Internacional
Regia Sans Pro			Infamy	Konga Pro	Fondue	Informative	Joane
Sánchez			Koni Black	Lolapeluz	Fuse	Informative	La KonyBlack
Selaive			Lettre	Mari&David	Fuse V.2	Isabel Condensed	La Picá Pro

Suisside			Lilirun	Nordikka	Gardenia	Isabel SemiCondensed	Liliana
			Loyola	Pintanina	Gaspo Slab	Isidora Sans	Loyola Round Pro
			Macabro	Revista	Globa	Javiera	Lumiere
			Macarons	Revista	Hernández Niu	Juno	Maipo Sans
			Marty	Ruba Style	Hogar	Kappa	Market
			Marty Spring	Sabores Script	Hogar Slab	Kappa Vol. 2	Mohr
			Munky Negra	Sharka	Isabel	Kawaii RT	Mohr Rounded
			Muro	Skatista	Isidora	La Picá	Monroe
			Newslab	Smile Pro	Kawak	Lota Grotesque	Multiple
			Nido	Styling	Konga Rock	Loyola Pro	Multiple
			Peral	Titular	La Mona Kids	Macabro Danger	Nikola
			Ria	Tobi Dirt	La Mona Pro	Mi Cocina	Notorious
			Ride my Bike Serif	Triump Rough	Latina	Mi Negra	Orquidea
			Ruba	Without Sans	LeBrush	Modérnica	Passiflora
			Schwager Sans		Lolapeluzá Sucia	Molde	Peckham
			Showcase		Los Lana Niu	Neftalí Pro	Primaria
			Showcase		Lupulus	Niemeyer	Ragüe Pro
			Street Animals		Marty Two	Nizzoli	Recoleta
			Tepu		Matcha	Noort	Resort
			Texta		Minnie Play	Nutmeg	Rita
			Trend Rough		Niva	Paprika	Ruda Two
			Triump		Oceanshore	Pequeña Neo	Salvatore
			Via Sans		Pequena Pro	Pintanina Pro	Samsara
			Zennat Pro		Prêt-à-porter	Platz Grotesk	Save the date
			Zurita		Prêt-à-porter	Porteña	Sonny Gothic Vol 2
					Queulat	Rawson	Spiro
					Queulat Condensed	Rogliano	Squalo
					Queulat Soft	Röijer	Squick
					Sana Sans	Sánchez Niu	Tobi Greek Cyrillic
					Snatch	Sonny Gothic	Tobi Pro
					Taberna	Spike Bot	Wozniak
					Touch me	Trenda	
					Urbani	Ulises	
						Weekly	

Fuente: Elaboración propia.

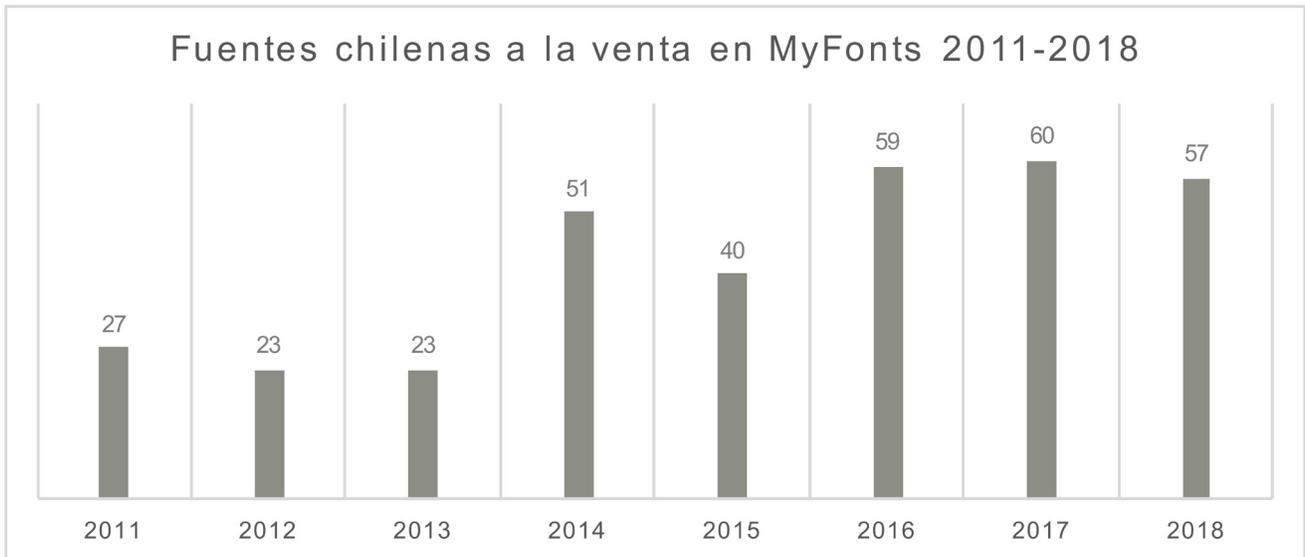


Figura 1. Fuentes chilenas a la venta en MyFonts entre 2011 y 2018.

Fuente: Elaboración propia.

como una de las más universales y conocidas, es por esto que se decide emplearla para el análisis. El único ajuste complementario al Vox-ATypI ha sido la incorporación del registro de fuentes dingbats. La determinación y clasificación por estilos fue efectuada también mediante la revisión de los antecedentes descritos por autores y fundiciones, y por la constatación mediante la inspección morfológica de proporciones, estructura, eje de inclinación y valor de contraste.

Antecedentes y visualizaciones

Fuentes chilenas en venta

El primer paso consistió en recopilar y hacer un listado completo de las tipos chilenas presentes en MyFonts entre 2011 y 2018, cuyo total equivale a 340 fuentes. Este registro se puede apreciar en la Tabla 2, en la cual las fuentes han sido organizadas por año y en orden alfabético. Es importante resaltar que la cifra total de fuentes declarada (340), puede diferir ligeramente de aquella que en primera instancia entregue MyFonts. Esto se debe a que, en algunos casos específicos, como la fuente *Revista* por ejemplo, diseñada por Paula Nazal y Marcelo Quiroz, posee —al menos— dos familias dentro de la misma; una didona y una manuscrita. En este caso nos vimos en la obligación de contabilizarla como dos fuentes distintas.

Al observar la Figura 1, se puede notar que durante los tres primeros años desde que se comenzaron a vender tipos chilenas en MyFonts, los márgenes de producción no superaron la veintena de fuentes. Fue en el año 2014

cuando hubo un crecimiento importante, pues la producción aumentó a poco más del doble, pasando de 23 durante 2013 a 51 en 2014.

En el periodo que abarca este estudio, 2017 ha sido el año más productivo para la tipografía chilena, con un total de 60 fuentes puesta a la venta. Sin embargo, es importante mencionar que, durante los últimos tres años, la producción se ha mantenido casi sin variaciones en ese mismo nivel.

Diseñadores, diseñadoras y equipos

La creación de las fuentes tipográficas puede ser realizada por una persona, por varias o por equipos. En este caso se han registrado a los diseñadores y diseñadoras que participaron de forma individual y en coautoría en el desarrollo de las fuentes nacionales, además de aquellos grupos que se identifican como un equipo. Estos últimos, como se puede ver en la Figura 2, son solo tres: Latinotype Team, Bercz Design Studio y Mendoza Vergara. En la misma figura, se puede constatar que la cantidad de hombres que han participado en el desarrollo de las fuentes chilenas que están a la venta en MyFonts, corresponde a 47, lo cual es casi cuatro veces la cifra total de mujeres, que equivale solo a 12. Si se analiza únicamente la relación entre hombres y mujeres, excluyendo a los equipos, se puede notar que, en términos porcentuales, la relación es de un 80% en el caso de hombres y un 20% de mujeres.

De acuerdo con el criterio que se ha empleado para definir si una fuente es chilena o no, es posible establecer, que para que esto se cumpla, no es una condicionante que

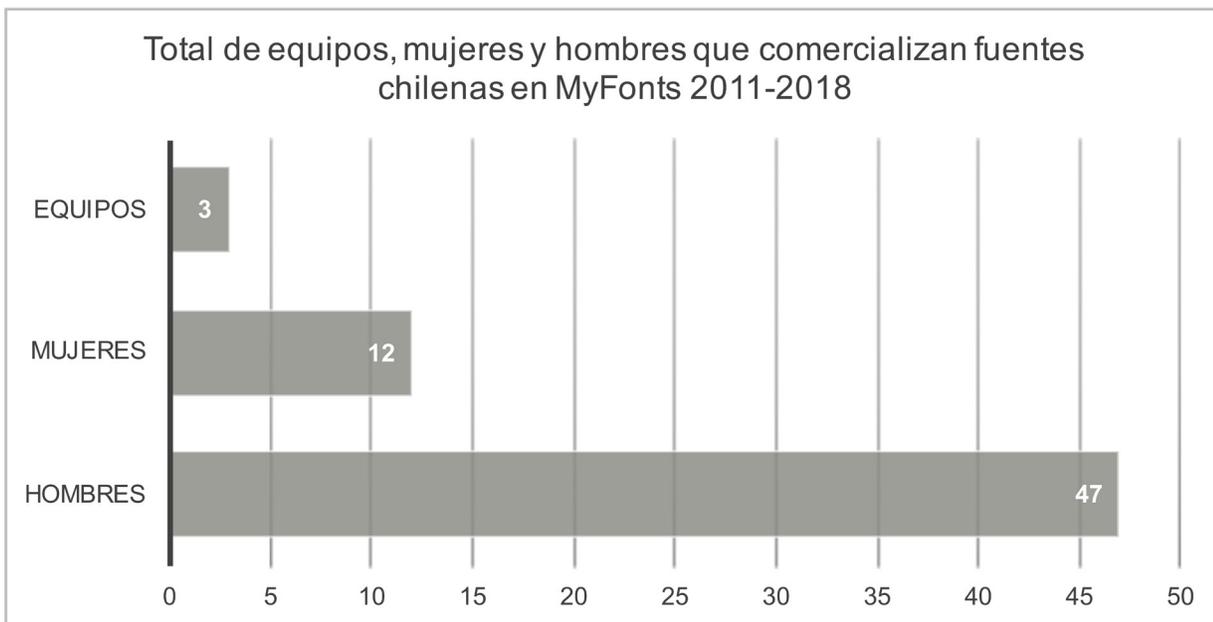


Figura 2. Número total de equipos, mujeres y hombres que comercializan fuentes chilenas en MyFonts entre 2011 y 2018.

Fuente: Elaboración propia.

quien diseñó la tipo sea una persona de nacionalidad chilena. Si se observa la Figura 3, lo primero es que el total de diseñadores y diseñadoras involucradas en el desarrollo de las fuentes nacionales, suman 59. Si bien la gran mayoría son de nacionalidad chilena (o al menos eso declaran en el sitio), ocho de ellos son extranjeros: tres de Argentina, dos de Brasil, uno de México, uno de Venezuela y uno de Rusia.

Retomando el análisis de la diferencia productiva entre hombres, mujeres y equipos, pero ahora poniendo foco no en el número de autores, si no en el nivel de participación de estos diseñadores y diseñadoras en la totalidad de fuentes chilenas presentes en MyFonts, se puede evidenciar, que las diferencias de participación por género se acentúan. De acuerdo con la Figura 4, es posible deducir que la participación de los equipos (13 fuentes) equivale solo a un 3%, mientras que la de las mujeres (64 fuentes) corresponde a un 15% y la de los hombres (345 fuentes) a un 82%.

Si se analiza solo el grupo de mujeres que han trabajado entre 2011 y 2018 en el desarrollo de fuentes chilenas presentes en MyFonts, se pueden notar algunos datos muy interesantes. En la Figura 5 se puede ver que las tres diseñadoras que más producen son: Guisela Mendoza, que ha creado o participado en el diseño de 18 fuentes; Paula Nazal, que ha trabajado en 17; y la brasileña Sofía Mohr, en 11 fuentes. Eli Hernández

es la cuarta mujer más participativa en el diseño de tipos nacionales, con siete en total, todas ellas comercializan sus fuentes principalmente a través de la fundidora Latinotype.

Tomando en cuenta que la diseñadora Sofía Mohr proviene desde el extranjero, Guisela Mendoza de Concepción y Paula Nazal de Los Ángeles, se evidencia que ninguna de las tres mujeres con mayor productividad tipográfica nacional es de Santiago. Este dato puede abrir algunas ramas de investigación y análisis, incorporando a la perspectiva de género nuevas variables.

Clasificación por estilos

Como hemos detallado antes, se ha incluido dentro de los datos recopilados una clasificación por estilos para cada una de las fuentes con base en el sistema Vox-ATypI. Los resultados se pueden apreciar en la Figura 6, en donde podemos notar que solo cinco grupos superan las 20 fuentes publicadas: mecanas, geométricas (sin serifas), humanistas sans, manuscritas y gráficas. De estas, las humanistas sans y las gráficas son por lejos los conjuntos más preponderantes con 84 y 135 fuentes respectivamente. Este particular predominio de las fuentes llamadas gráficas, se debe a que el grupo acoge a todas aquellas que surgen de dibujos hechos a mano y que generalmente están destinados a los títulos, por tanto, el conjunto es amplio y diverso.

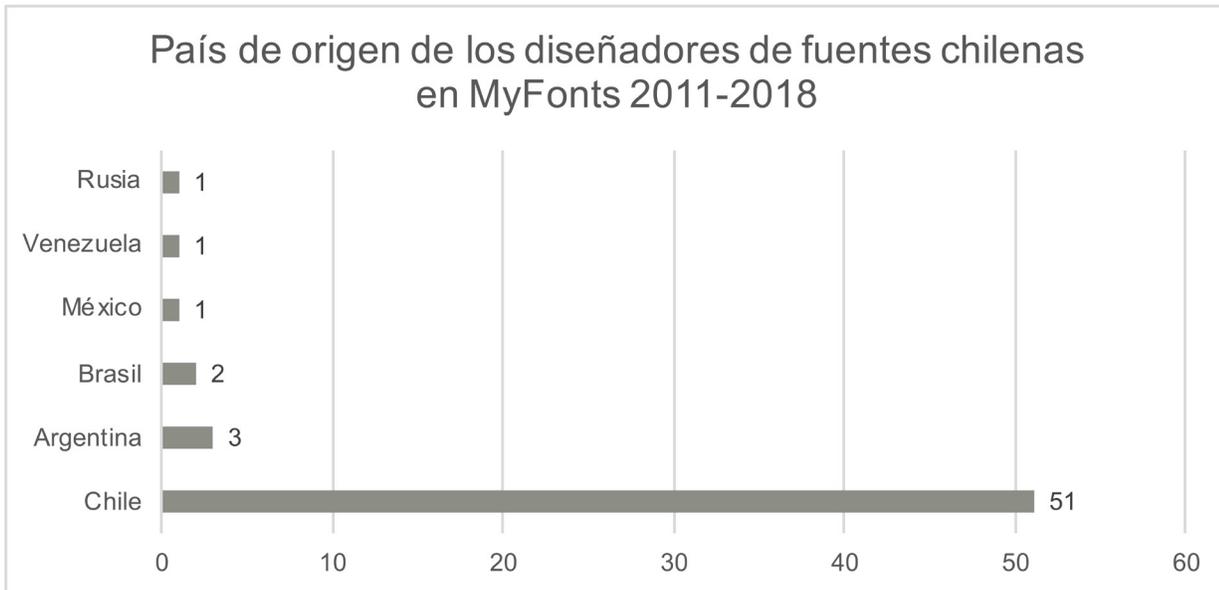


Figura 3. País de origen de los diseñadores de fuentes chilenas comercializadas en MyFonts entre 2011 y 2018. Fuente: Elaboración propia.

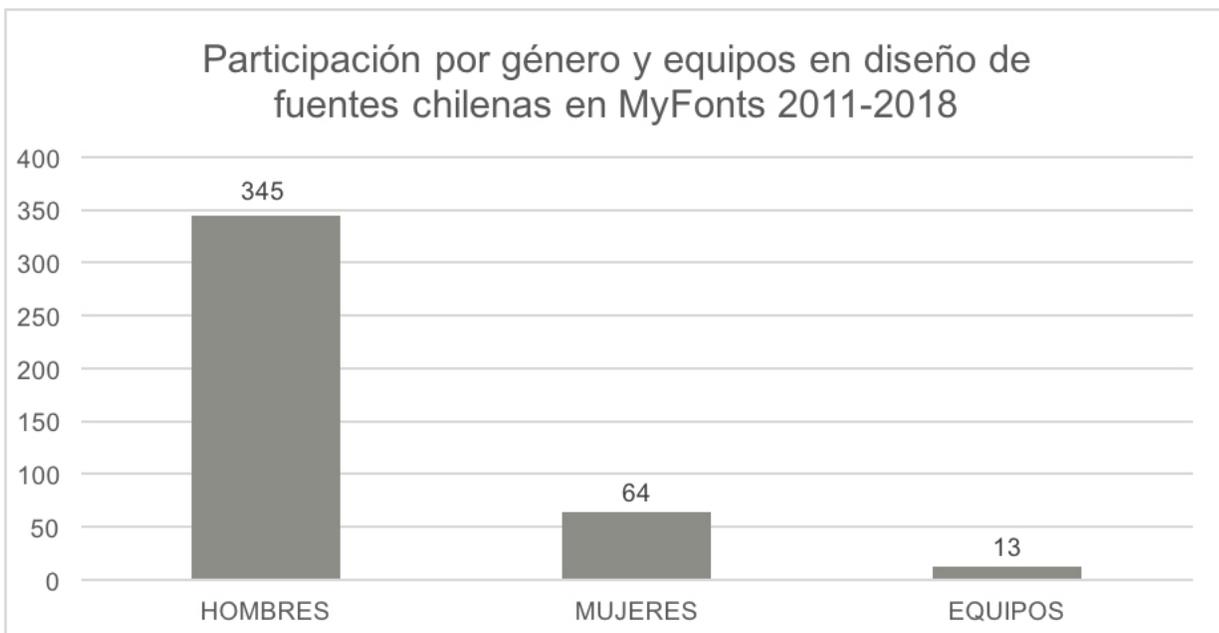


Figura 4. Participación por género y equipos en diseño de fuentes chilenas comercializadas en MyFonts entre 2011 y 2018. Fuente: Elaboración propia.

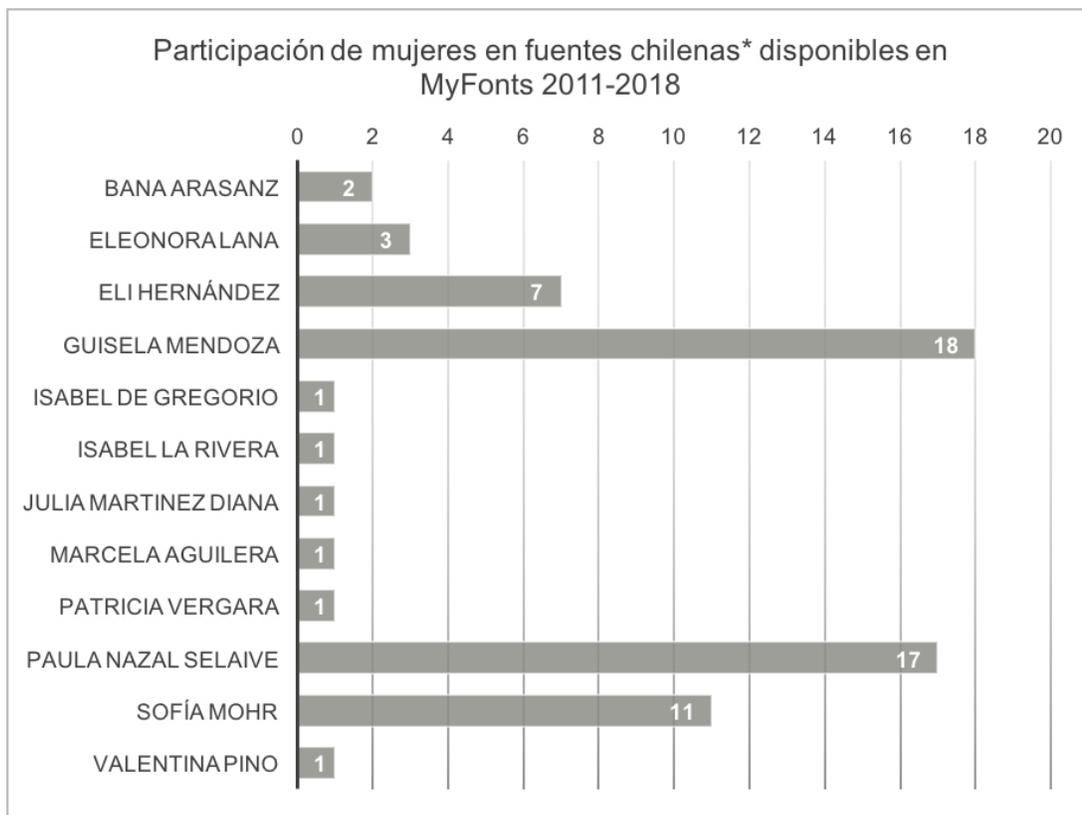


Figura 5. Participación de mujeres en fuentes chilenas disponibles en MyFonts entre 2011 y 2018 (incluye coautorías y excluye participación en equipos).
Fuente: Elaboración propia.

Fuentes para texto continuo y fuentes display

Considerando el contexto de origen y los objetivos declarados por los autores y fundiciones que están detrás de cada fuente y, sumando a esto una inspección estructural y morfológica, se ha llevado a cabo una clasificación entre aquellas fuentes creadas para su uso en texto continuo y las que se diseñaron para textos cortos o títulos, llamadas *display*. Entre los años 2011 y 2018 se publicaron 333 fuentes nacionales de carácter *display* en MyFonts, lo cual representa un 98% del total. En contraposición a las solo siete creadas para texto continuo, un 2%. En la Tabla 3 se expone el listado completo de estas últimas (texto continuo), con detalle de autores, fundiciones y el año de publicación en MyFonts.

Fuentes con serifas y sin serifas

Analizando los resultados de la Figura 7 es posible evidenciar, en primera instancia, que existe una marcada predominancia de diseños sin serifas, lo cual resulta lógico si se toman en consideración los datos de la Figura 6, que muestra que las humanistas sans, con 84 fuentes, representan una de las cifras de producción más alta del total, seguidas en este caso por las geométricas en donde el número llega a 28 unidades. Solo sumando estos dos grupos se obtiene casi un tercio del total de tipos disponibles para la venta.

Volviendo a la Figura 7 se puede apreciar que la productividad de fuentes con serifas se mantuvo casi sin variaciones entre 2011 y 2015, y que fue a partir del año 2016 cuando estas fuentes tuvieron un aumento de volumen en sus diseños, triplicando el valor de cuatro en 2015 a 12 en 2016. De ahí en adelante la cifra ha ido en aumento, lo cual ha generado a su vez, una disminución en la brecha entre las sin serifas y las con serifas. En 2015, las fuentes con serifas alcanzaron solo un 22% del total de la producción de fuentes sin serifas. En cambio, en 2018, ese porcentaje se elevó a un 60%.

Fundiciones, fuentes y variantes

La Figura 8 nos muestra el total de fuentes chilenas con las que cada fundidora participa en el mercado. Debemos tener en cuenta que, si bien la mayoría de estas empresas están situadas en Chile, como es el caso de: Contrafontes, Cooperativa Tipográfica de Chile (CTCh), Latinotype, Los Andes, Letras, Mendoza Vergara, PeGGGO Fonts, QuintanaFont, Rodrigo Typo, Untype y W Foundry, existen también aquellas que pertenecen a otros países, como es el caso de PampaType de Argentina, TypeTogether de República Checa y TipoType y Underground de Uruguay. Estas casas tipográficas extranjeras actúan entonces únicamente como

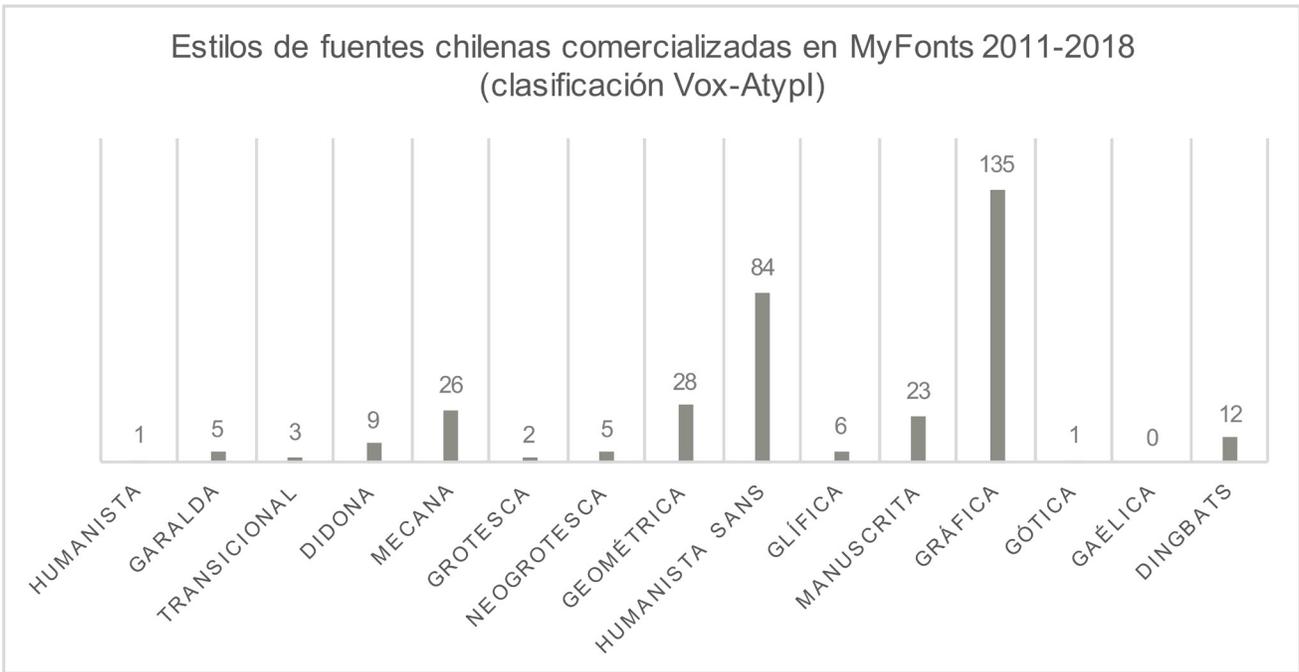


Figura 6. Estilos de fuentes chilenas comercializadas en MyFonts entre 2011 y 2018 (clasificación Vox-AtypI). Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3

Fuentes tipográficas para texto continuo creadas en Chile y comercializadas en MyFonts entre 2011 y 2018

Fuente	Autor (es)	Fundición	Año publicación en MF
Australis Pro	Francisco Gálvez	Latinotype	2012
Berenjena	Javier Quintana	Pampatype	2014
Amster	Francisco Gálvez	Pampatype	2015
Neftalí Pro	Franco Jonas	TipoType	2017
Noort	Juan Bruce	TypeTogether	2017
Nikola	Sergio Leiva Whittle Rodrigo López	Untype	2018
Hermann	Diego Aravena Silo Salvador Rodríguez	W Foundry	2018

Fuente: Elaboración propia.

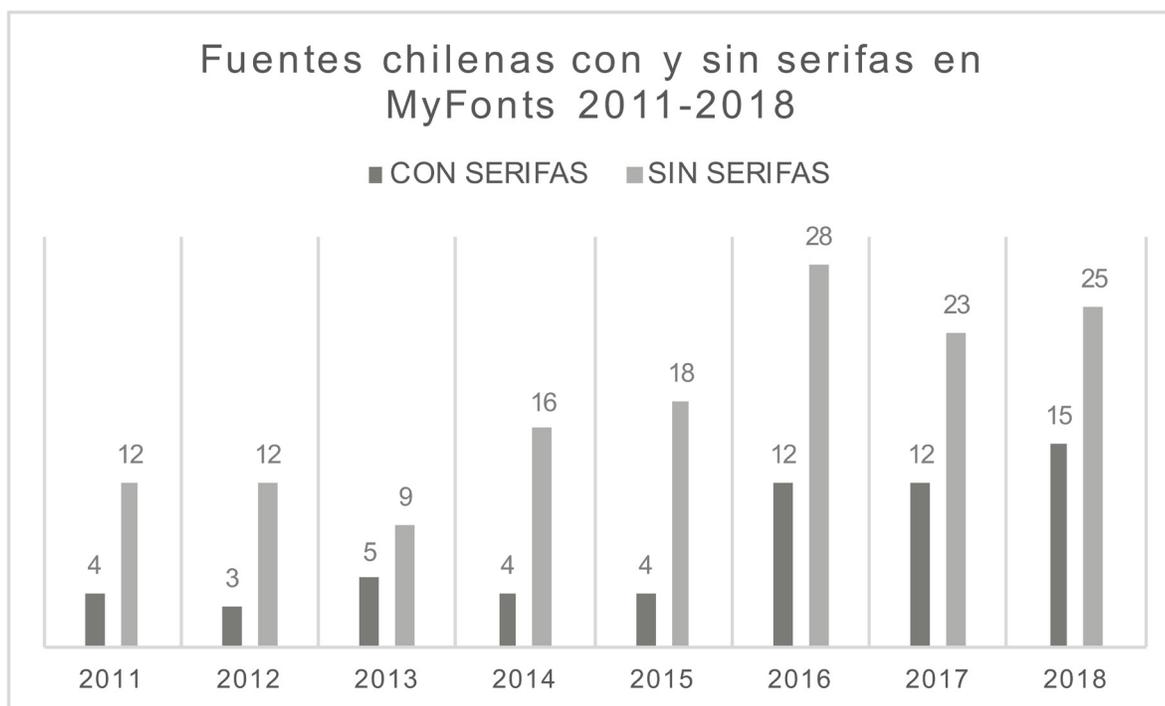


Figura 7. Fuentes chilenas con y sin serifas comercializadas en MyFonts entre 2011 y 2018.

Fuente: Elaboración propia.

distribuidoras de tipos chilenas en casos específicos, por tanto, su porcentaje de producción o nivel de participación solo debe entenderse en relación con el contexto de este estudio.

Si se profundiza en la inspección de la Figura 8, se observa que el predominio de Latinotype es evidente, ya que sus 160 fuentes representan más del doble de la actividad de su seguidora más cercana, la fundición Rodrigo Typo que registra 77 tipos a la venta entre 2011 y 2018. Luego de eso, la secuencia decrece de forma similar, puesto que W Foundry y Los Andes, registran 35 y 30 fuentes bajo su sello respectivamente.

Los datos proporcionados en la Figura 8, si bien ayudan a distinguir claramente el nivel de participación en la distribución que han tenido las distintas fundidoras, este puede ser complementado para evidenciar otros antecedentes igual de interesantes.

La Figura 9 ha sido configurada con los datos relativos a la cantidad exacta de variantes o font styles (como se les llama en MyFonts) que posee cada fuente. En ese sentido, estas cifras cambian bastante el escenario y la posición de cada fundición en el esquema de productividad, se ve alterada respecto de lo visto en la Figura 8. Si bien Latinotype sigue ocupando el primer lugar con amplia diferencia, sumando en total 2452 font styles, ya no es seguida por Rodrigo Typo, sino que ese puesto lo ocupa W Foundry con 838

unidades. La siguiente fundición en la lista es Los Andes con 514 variantes, que en el gráfico anterior también estaba situada sobre W Foundry.

El hecho de contar con la cantidad total de fuentes que distribuye cada fundición (Figura 8) y con la cifra íntegra de variantes o font styles (Figura 9), deja abierta la posibilidad de realizar un ejercicio muy simple e interesante: al dividir el segundo total (número de variantes) por el primero (número de fuentes), se puede obtener un promedio de variantes por cada fundición, es decir, contar con un índice de productividad distinto, e incluso, desde cierta perspectiva, algo más preciso que los dos anteriores. Decimos que este índice productivo es preciso e incluso fundamental, debido a que en la última "Encuesta de hábitos de compra de fuentes" (Pflug, 2018), estudio que se realiza hace varios años y que cuenta con una altísima participación a nivel global, se ha detallado que el factor determinante y principal característica que guía la compra de fuentes en el mercado internacional es la cantidad de font styles que posee una fuente.

En la Figura 10 se pueden apreciar los resultados del índice de productividad, obtenidos de la división de total de variantes, por el total de fuentes en cada fundición. En este caso el promedio más alto lo tiene Letritas con 27 variantes, seguida por CTCh y W Foundry con 24 unidades ambas fundiciones. Latinotype, que se mantuvo siempre en lo

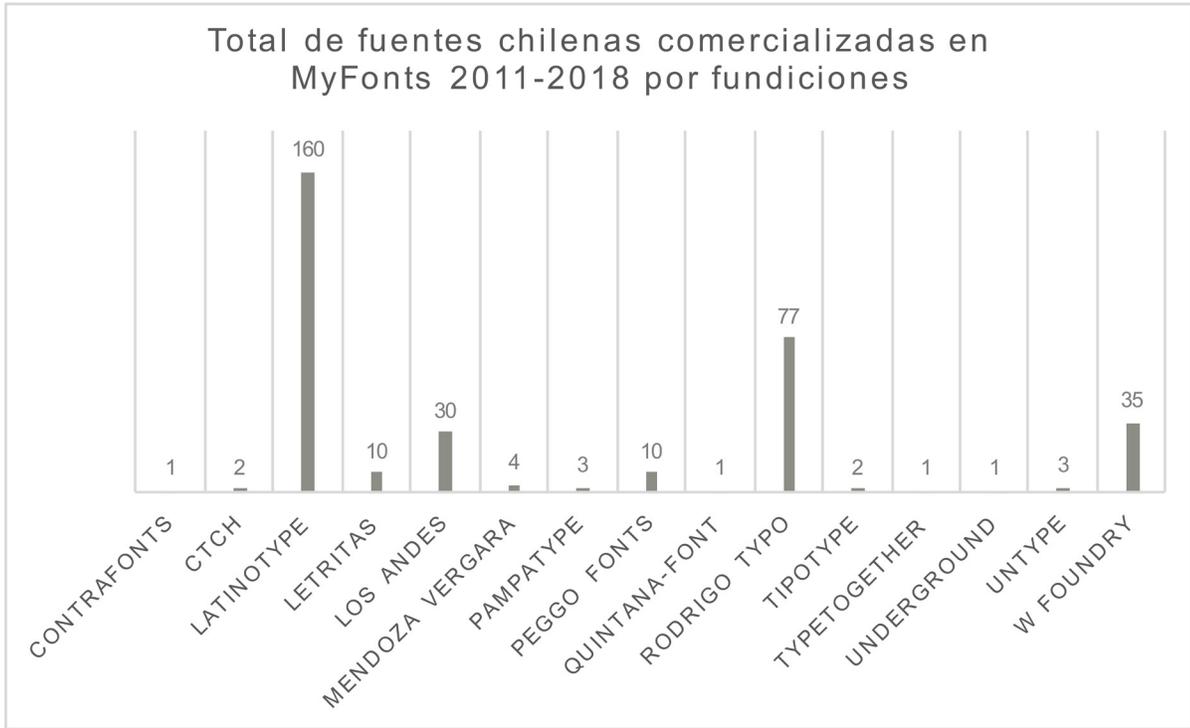


Figura 8. Total de fuentes chilenas comercializadas en MyFonts entre 2011 y 2018 por fundiciones. Fuente: Elaboración propia.

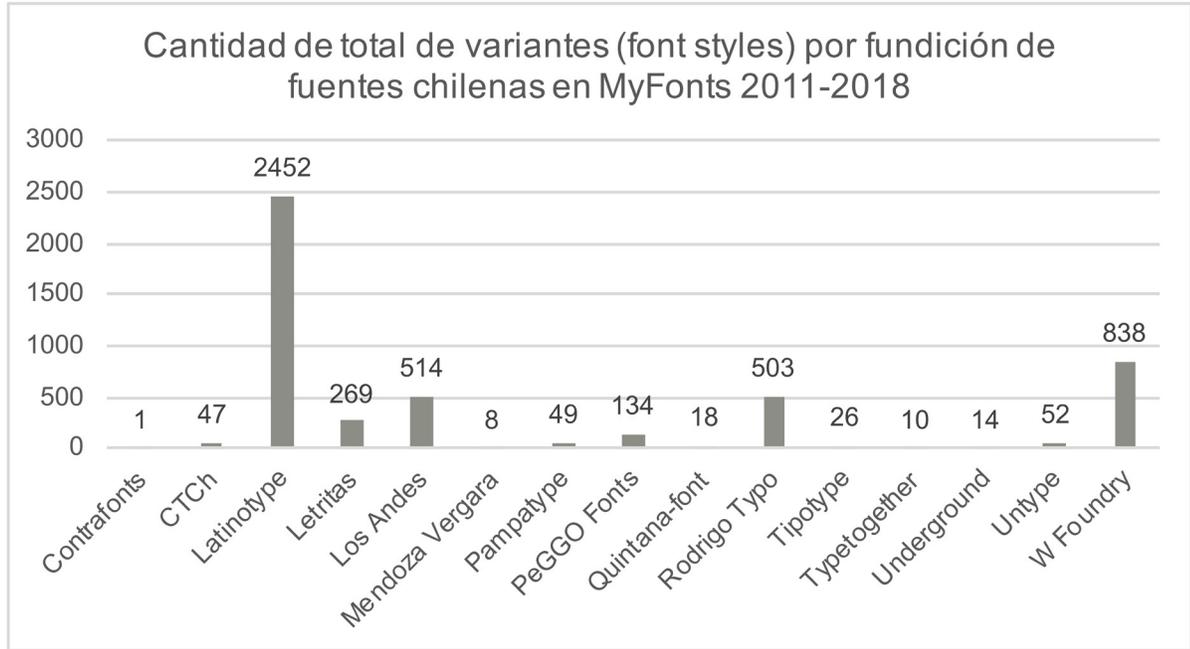


Figura 9. Cantidad de total de variantes (font styles) por fundición de fuentes chilenas comercializadas en MyFonts entre 2011 y 2018. Fuente: Elaboración propia.

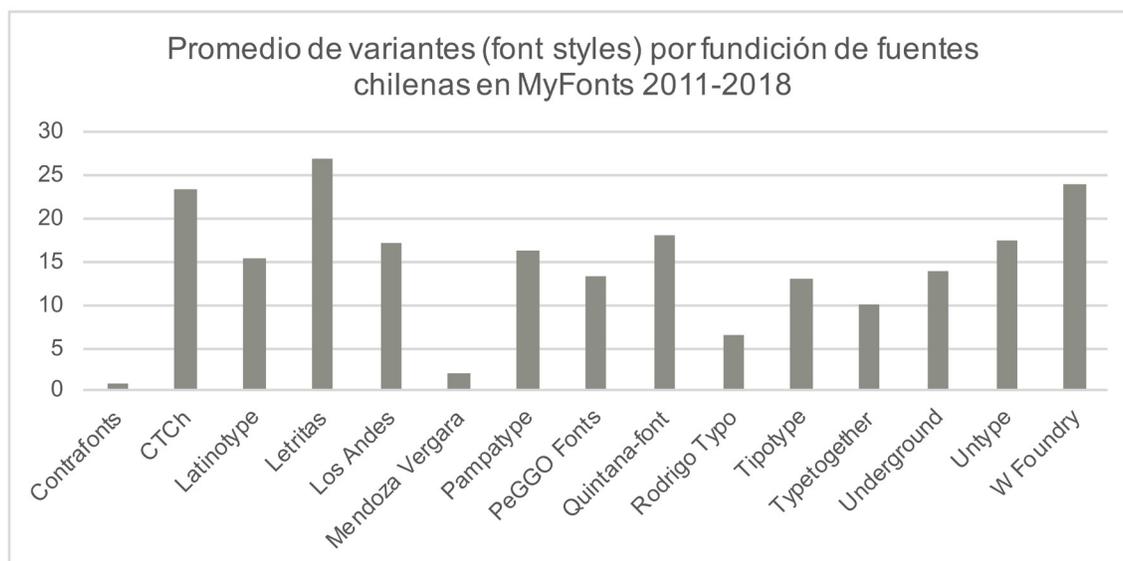


Figura 10. Promedio de variantes (font styles) por fundición de fuentes chilenas comercializadas en MyFonts entre 2011 y 2018.

Fuente: Elaboración propia.

más alto de los gráficos anteriores, baja drásticamente y solo alcanza las 15 variantes promedio. Sin duda, el caso más particular es el de Rodrigo Typo, que pasa de estar en los puestos más altos, a ser una de las tres fundiciones con más bajo promedio, con solo siete unidades.

Conclusiones

Como primer punto, es importante tener en cuenta que esta investigación y los resultados aquí expuestos, intentan alinearse con los planteamientos de la *Política de fomento del diseño 2017-2022*, vigente en nuestro país. En este documento, publicado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, se detalla:

la presencia de un nuevo nicho para los diseñadores independientes que se debe explotar aún más, acompañado del desarrollo de capacidades para el comercio electrónico y de la coordinación con el Servicio Nacional de Aduanas y el Servicio de Impuestos Internos, a fin de que el sector adquiera fuerza (2017, p. 54).

La comercialización de fuentes tipográficas en el mercado internacional puede ser entendida como una respuesta adecuada al llamado hecho en el referido documento, pues estamos ante un grupo de diseñadores independientes, que comercializan productos digitales desarrollados por ellos mismos, los cuales se transan fundamentalmente en el mercado global a través de plataformas virtuales. Estos profesionales, coincidentemente señalan, que las condiciones para cumplir estas metas y tener éxito en el mercado

mundial, están relacionadas con la capacidad de mantener visibilidad en los rankings de ventas, estar constantemente potenciando la marca, trabajar como conjunto con dinamismo y disponer de una amplia diversidad de intereses disciplinares, además de dominar el uso de tecnologías que permitan optimizar el trabajo (Hernández, Hernández y Vergara, 2013).

En la misma línea de lo expuesto en el párrafo anterior, este trabajo puede servir como un aporte, para corroborar si es posible que la comercialización de fuentes tipográficas chilenas, tenga algún tipo de implicación en la reciente alza de “las exportaciones asociadas a servicios creativos, como los de diseño gráfico, industrial, y de interiores” que se detalla en la política de fomento referida (2017, p. 54).

Respecto del estudio mismo, el hecho de saber de forma precisa, que como país contamos con 340 fuentes tipográficas comercializándose internacionalmente (en 2018), que la producción ha ido en aumento y que, del total mencionado, más de la mitad se produjeron en los últimos tres años, nos ayuda a ponderar al diseño de fuentes digitales, como una alternativa profesional bastante válida para nuestro medio. Tomando en cuenta además, que su relevancia radica en que es un área que presenta varias características clave para el desarrollo profesional de la disciplina en la actualidad, como los “factores de emprendimiento y comercialización internacional a través de los nuevos formatos de comercio electrónico, y donde la empleabilidad es reemplazada por la autogestión y la especialización de los agentes del sector” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, CNCA, 2017, p. 21).

Otro aspecto importante de señalar y tener en cuenta, es la participación de las mujeres en este mercado. Dentro de la *Política de fomento del diseño* se expone, por ejemplo, como un desafío a nivel educativo, comprender las circunstancias que generan la baja tasa de participación femenina en el sector de confección (51,8%), versus la masculina (72,4%), pese a ser una carrera eminentemente cursada por mujeres (95,8%), y donde también existe una brecha de ingreso, pues el salario de las mujeres corresponde al 78,9% del recibido por hombres (CNCA, 2017, p. 32). Si bien el número de mujeres que se dedican al diseño de fuentes es 12, frente a un total de 47 hombres. Cuando se revisa su participación activa en la producción de tipos, las cifras corresponden a 64 y 345 fuentes respectivamente. Por tanto, si se calcula un promedio de participación por género, nos encontraremos con que cada hombre diseña o colabora hoy en el desarrollo de siete fuentes, frente a cada mujer que crea o participa en el diseño de cinco. Lo cual, sin duda, deja en evidencia una brecha bastante menor de lo que se podría pensar inicialmente.

La razón principal de la clara predominancia productiva de fuentes display, sin serifas y de estilo humanista sans, radica en las tendencias de mercado y el nivel de la demanda, pues la tipografía de retail está articulada como una respuesta a las exigencias de dicho mercado. No se produce necesariamente aquello que nos interesa, atrae o importa, sino más bien, aquello que más se vende, si lo tenemos claro, las posibilidades de éxito serán mayores. Los fundadores de Latinotype han sostenido, en ese sentido, que

el desafío para diseñar fuentes comerciales es encontrar el equilibrio entre las preferencias personales y la demanda real del mercado, es decir, es necesario comprender el mercado para proponer nuevos diseños. La observación es fundamental. Por eso analizamos estilos de vida, la cultura visual asociada a ellos y las marcas que los representan (Hernández et al., 2013).

Al pensar en las proyecciones de este estudio, se puede realizar una estimación de al menos tres puntos. Tomando en cuenta que este artículo representa una mirada inicial al mercado tipográfico, en donde básicamente se recopilan y exponen datos, un siguiente paso consistirá en profundizar la investigación, sosteniendo la mirada en territorio nacional, pero ejecutando un cruce riguroso de los antecedentes recogidos. Esto con el fin de hallar posibles tendencias o encontrar razones que expliquen determinados acontecimientos visualizados en la recopilación. El hecho de entender y clarificar por qué se producen —por ejemplo— más fuentes sin serifas o por qué estas ocupan los primeros lugares en las *best sellers*, ayudará a

proveer de información relevante a muchas personas que pretenden ingresar a este espacio o mantenerse activas en él. Un asunto no menor, tomando en cuenta que, como ha sostenido el destacado diseñador argentino Rubén Fontana, existen profesionales “en casi todos los países de la región, que viven de esto” (Castillo y Freire, 2013).

Un segundo punto, en cual se está trabajando, consiste en incorporar nuevas categorías de registro y análisis, vinculadas —en este caso— con el potencial retórico, significados o conceptos inherentes a cada una de las fuentes chilenas que se comercializan. Para tales fines, se ha estado sometiendo la descripción de cada fuente, hecha por los mismos autores o fundadoras en MyFonts, a un análisis de texto, mediante una herramienta digital llamada Parts of speech (parts-of-speech.info) (Toutanova, Klein, Manning & Singe, 2003), la cual fue creada en la Universidad de Stanford y permite identificar palabras clave inherentes a su origen o finalidad, como por ejemplo, los adjetivos presentes en un escrito. Hasta el momento, conceptos como la limpieza y neutralidad son los que más se repiten entre las fuentes chilenas que hemos analizado en este proceso.

Por último, se pretende realizar una ampliación y diversificación de los contextos territoriales. Abarcar el estudio de la producción de otros países además de Chile, permitirá tener una visión más panorámica del acontecer del mercado a nivel regional y su articulación internacional. Se están recopilando datos de países como México, Argentina y Brasil, los cuales tienen una presencia similar a Chile en el mercado global de fuentes digitales.

Referencias bibliográficas

- Adriasola, F. (2016). Economía creativa: de materias primas a diseño con valores culturales. *Revista 180*, 37, 28–33.
- Cadena Flores, S. (2017). *Tipografía; historia, significado y conceptualización*. Recuperado de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_publicacion.php?id_libro=651
- Castillo, E. y Álvarez, P. (2003). Notas sobre la tipografía en Chile. *Tipográfica tpG*, 58, 20–25.
- Castillo, E. y Freire, S. (2013). Entrevista a Rubén Fontana. *Revista Diseño*, 6, 50–59. Recuperado de <http://www.revistadisena.com/entrevista-a-ruben-fontana/>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, CNCA (2017). *Política de Fomento del Diseño 2017–2022*. Recuperado de <http://www.cultura.gob.cl/politicas-culturales/disenio/>
- Corbeto, A. y Garone Gravier, M. (2015). *Historia de la tipografía*. Barcelona: Editorial Milenio.

- Doreste, C. (2016). *Panorama cuantitativo de la tipografía latinoamericana: bienal tipos latinos (2012-2014-2016)* (Tesis de máster). Universitat Autònoma de Barcelona, España. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2016/hdl_2072_266718/2015_2016_doreste_cesar.pdf
- Gálvez, F. y Ramírez, R. (2009). Una fuente hecha a medida para La Tercera. *Offset. Revista de Edición*, 1, 22-24.
- Hernández, D., Hernández, M., y Vergara, L. (2013). Fundación digital Latinotype. *Revista Diseña*, 5. Recuperado de <http://www.revistadisena.com/fundicion-digital-latinotype/>
- Osses, R. (2013). Profesor Mauricio Amster. En las bases de la enseñanza de la tipografía en Chile. *Revista 180*, 32, 18-23.
- Osses, R. (2017). *Orígenes de la tipografía en Chile. Impresos de la Colonia y la Independencia*. Santiago de Chile: Ediciones Biblioteca Nacional.
- Pflug, M. C. (2018). Font purchasing habits survey 2018. Recuperado de <http://fontpurchasinghabits.com/>
- Ramírez, R. (2006). Bienal de Tipografía Letras Latinas: una oportunidad para el desarrollo de un pensamiento propio. *Revista 180*, 17. Recuperado de <http://www.revista180.udp.cl/index.php/revista180/article/view/177>
- Toutanova, K., Klein, D., Manning, C., & Singe, Y. (2003). Feature-Rich Part-of-Speech Tagging with a cyclic dependency network. En *HLT-NAACL 2003 Volumen 1* (pp. 252-259). Stroudsburg, PA: Association for Computational Linguistics

Notas

1 Recibido: 4 de junio de 2019. Aceptado: 30 de enero de 2020.

2 Contacto: robert.osses@uchilefau.cl

3 Contacto: mauricio1902@gmail.com