

Con las manos en las letras: entrevista a Sandra García y Dafne Martínez (Tipastype)

Marina **Garone Gravier***

Recibido

7 de mayo de 2024

Aceptado

30 de septiembre de 2024

* **Marina Garone Gravier** es doctora en Historia del Arte por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Es investigadora titular definitiva del Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la UNAM. Es investigadora correspondiente del Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas de la Universidad de Buenos Aires. En 2012 fundó el Seminario Interdisciplinario de Bibliología (SIB-IIB-UNAM), en 2024 el Seminario Mujeres y Estudios del Libro (SEMEL-IIB-UNAM) y en 2017 cofundó la Red Latinoamericana de Cultura Gráfica. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores e investigadoras (SNI I) Nivel III y miembro de la Academia Mexicana de la Lengua (silla XXX). Sus líneas de investigación son: la historia del libro, la edición, la tipografía y la cultura visual de México y América Latina; la cultura impresa en lenguas indígenas, y las relaciones entre edición y género.

Uno de los campos de innegable crecimiento en el diseño gráfico ha sido la creación de tipografías. Desde los años noventa del siglo pasado, hemos observado un aumento ascendente en el número de creadores de esta área, así como también de exposiciones, bienales y también de la incorporación de asignaturas en los grados y especializaciones de posgrado en este sector. Sin embargo, algunas de las formas en que esos practicantes del diseño tipográfico han llegado a sus oficios no son del todo conocidas y me atrevería a decir que son aún menos conocidas cuando se trata de diseñadoras mujeres. Por lo tanto, considero que las entrevistas y aproximaciones biográficas a algunas de las tipógrafas latinoamericanas es una oportunidad singular para conocer cómo piensan, cómo se han formado y saber qué quieren compartir con los otros diseñadores y estudiantes. Invito al lector a asomarse a las ideas de Sandra García y Dafne Martínez, creadoras de Tipastype. Estoy segura de que la lectura de esta entrevista, organizada en cuatro partes, dejará no sólo una mejor imagen de quiénes son ellas, sino que también será foco de inspiración para varias personas.

PARTE I

Vida, pasatiempos y formación inicial¹

MGG: ¿Qué consideran fue determinante en sus historias de vida para convertirse en quiénes son hoy?

SG: Para mí es difícil elegir un punto de inflexión, pero podría decir que venir a estudiar tipografía en México ha sido una de las experiencias más vitales y emocionantes de mi vida. Lograrlo dependió un poco de la suerte y una dosis de movilidad social. Aquí, mi carrera como diseñadora de letras se ha ido forjando poco a poco y he tenido la oportunidad de escribir, publicar y sembrar una pequeña semilla.

DM: Veo mi vida como una serie de decisiones concatenadas que poco a poco y de manera inconsciente han ido formando mi camino. Creo que un punto importante fue la decisión que tomé de dejar mi primer trabajo en una agencia de publicidad y tratar de averiguar qué me hacía sentir pasión y seguir ese camino. Esa decisión implicó una exploración de “pasatiempos” que me llamaban la atención, una búsqueda de un trabajo que me permitiera tener tiempo para realizar dicha exploración, estudiar un posgrado posteriormente y buscar una independencia laboral como profesional autónomo para finalizar.

¹ En adelante, Marina Garone Gravier se identificará como MGG a lo largo de la entrevista; Sandra García, como SG; y Dafne Martínez, como DM.



▲
Dafne Martínez, muestra del espécimen de Adia, 2023.

МГГ: ¿Qué pasatiempos tienen?

DM: Bueno el primero desde adolescente leer, en general, me gusta leer literatura en específico cuentos y novelas, me encanta la ficción y la ciencia ficción. También disfruto mucho el cine, mi género favorito es el terror psicológico, pero también me encantan los dramas, finalmente, la música... soy una persona que trabaja con música y vive con música todo el tiempo. Para cuidar un poco el cuerpo me gusta nadar.

SG: Tengo muchas curiosidades, pero la que ha cautivado mi corazón en estos días es la cerámica. ¡Es un espacio tan creativo y plástico! Siempre quise acercarme a ella y ahora que lo he hecho, me siento verdaderamente motivada, me aleja de la computadora, que absorbe buena parte de mi vida, es maravillosa, la recomiendo ampliamente; por otro lado, disfruto cuidar mis plantas, observarlas crecer, emocionarme cuando les salen nuevas hojas y, finalmente, cocinar para mis amigos, preparar galletas y pasta desde cero es una actividad que me llena de alegría.

МГГ: ¿Podrían contarnos cada una cuál fue su formación inicial?

DM: Estudié diseño gráfico y me interesaba especializarme en fotografía durante la carrera. Sin embargo, a medida que avanzaba, descubrí que me apasionaba más el diseño editorial. Por ello, decidí enfocarme en esa área y me especialicé como diseñadora editorial, centrándome especialmente en la tipografía. Siempre consideré a la tipografía como una herramienta fundamental en mi trabajo. Aunque en el plan de estudios de mi carrera se incluía una asignatura sobre tipografía, esta no se abordaba en profundidad. Por tanto, decidí investigar por mi cuenta sobre el diseño y la construcción tipográfica. Durante varios años, me dediqué al estudio y práctica de la caligrafía, lo cual me apasionó profundamente. Esta pasión me llevó a cursar una maestría en diseño tipográfico, donde descubrí que aún quedaban muchas cosas por aprender en este fascinante campo.

SG: Inicié como dibujante de arquitectura y durante mi práctica profesional, diseñando mobiliario, conocí a una amiga que estaba estudiando una carrera técnica en diseño. Cuando vi su trabajo, algo en mi corazón vibró y decidí ingresar a su escuela. Durante muchos años trabajé como diseñadora con esa formación técnica. Luego, por mi amor a las letras, decidí obtener una licenciatura para poder cursar la maestría.

МГГ: Además de la licenciatura tuvieron estudios de posgrado, ¿en qué medida esos estudios las marcaron y qué les aportaron?

DM: Sí estudié una maestría en Diseño Tipográfico. Esta maestría me ayudó a subsanar las carencias heredadas de la licenciatura sobre el uso tipográfico y también

me adentró en el diseño de tipografías. Creo que fue una base que más que respuestas me dejó muchas preguntas que después tuve que ir respondiéndome en un constante proceso autodidacta para poder ir adentrándome más en esta especialidad que es el diseño de tipografías.

SG: La maestría en Diseño Tipográfico abrió un mundo de conceptos y preguntas en torno al tema de la letra, estableció principios sobre el dibujo de las formas y su historia, y me introdujo al análisis tipográfico. Estas inquietudes, junto con el deseo de profundizar en el tema y mi curiosidad, me han permitido explorar aún más esta área del conocimiento por mi propia cuenta en lugares fuera de México.

PARTE 2

Creatividad, proyectos y clientes, negocio y proyección y la idea de generación

MGG: ¿Qué estímulos emplean para crear sus obras?

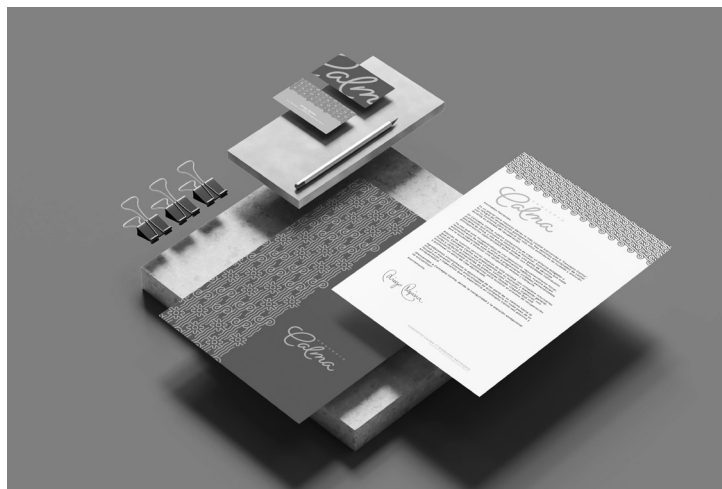
DM: Dependiendo del proyecto suelo encontrar estímulos o inspiración en los especímenes existentes muchas veces *online*, preferentemente impresos, me refiero a especímenes antiguos, del siglo pasado o antepasado, porque de ellos obtienes detalles gráficos en



Sandra García y Dafne Martínez, aplicación de la identidad gráfica para Adjetiva Editorial, 2023.



►
Sandra García, aplicación de la identidad gráfica para Calma, centro de recuperación postoperatoria, 2024.



los que puedes observar una variedad de soluciones para los mismos signos de siempre, investigar o concluir las relaciones que estas decisiones respecto al contexto histórico y la tecnología disponible en su momento, por otro lado, también encuentro inspiración en el ejercicio manual de la caligrafía y el bocetaje a mano.

SG: Mi pasión reside en entrevistar a clientes, indagar en sus necesidades y utilizar esa valiosa información para buscar referencias y recursos. Prefiero explorar Behance en lugar de Pinterest, y, sin lugar a dudas, me sumerjo en la lectura de los libros que forman parte de mi biblioteca, especialmente aquellos relacionados con el diseño gráfico.

En el ámbito de la tipografía, he descubierto un placer especial en la creación de fuentes *display*. Encuentro una fuente constante de inspiración en los proyectos de marca que desarrollo para mis clientes. De hecho, de esos proyectos han surgido un par de fuentes tipográficas que ahora se comercializan en internet. Además, encuentro gran utilidad en los ejercicios creativos como #36daysoftype, de los cuales han emergido

dos fuentes tipográficas que me llenan de satisfacción.

MGG: ¿Qué proyectos fueron los más significativos para ustedes y por qué?

[RESPUESTA DE AMBAS]: Nuestra travesía comenzó con la gestación de un sueño personal, la creación del libro *Elementype*. Este proyecto fue posible gracias a la colaboración con la fábrica de proyectos editoriales del Centro Nacional de las Artes (Cenart) y al estímulo económico proporcionado por los fondos de inversión del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (Fonca). Este libro nos ha brindado la oportunidad de viajar a distintas partes del país y de Latinoamérica para promocionarlo y compartir nuestra pasión y conocimiento.

Por otro lado, el proyecto Achtlí, dirigido a los primeros lectores, ha sido una fuente de gran satisfacción para nosotras. Nos ha abierto puertas a nuevos espacios y nos ha dado acceso a personas que nos han brindado un apoyo increíble. Desde la investigación en 2019, pasando por la charla para exponer sus resultados en Tokio a finales de ese mis-

mo año, hasta el desarrollo de la fuente y la pasantía en el Hoffmitz Milken Center for Typography at ArtCenter College of Design, en Pasadena California en 2022.

MCG: ¿A qué públicos les interesa dirigirse en particular (edades, géneros espacios, etc)?

[RESPUESTA DE AMBAS]: Nuestro enfoque profesional incluye el diseño de tipografía corporativa, tipografía personalizada para marcas, creación de marcas gráficas y servicios de diseño gráfico. Hemos centrado nuestros esfuerzos en cultivar nuestras pasiones y compartir nuestro conocimiento en los diferentes congresos y espacios a los que nos han invitado. En ese sentido, los espacios académicos siempre nos han brindado muchas satisfacciones.

En términos de difusión, siempre hemos apoyado todas las iniciativas relacionadas con el género femenino. En nuestras redes podrán encontrar convocatorias a becas y eventos que respalden el trabajo de todas las personas que se identifican como mujeres. En resumen, tenemos dos áreas de interés: la profesional, enfocada en un mercado corporativo, y la de difusión, orientada hacia la promoción y educación.

MCG: ¿Cómo establecen las cotizaciones y precios de sus creaciones?

[RESPUESTA DE AMBAS]: Hace siete años, al comenzar nuestro camino, nos adentramos en este importante aspecto del negocio. Para establecer tarifas justas para todos los involucrados, no sólo consultamos a colegas nacionales e internacionales, sino que también evaluamos minuciosamente los recursos que hemos dedicado a nuestra empresa. No nos referimos únicamente al equipo y

software, sino también a los estudios realizados, cursos tomados, viajes emprendidos, libros leídos y todo el conocimiento adquirido en el proceso. Esto es lo que consideramos como parte de nuestra experiencia. Tenemos plena conciencia de la calidad excepcional de nuestro trabajo y, en función de ello, establecemos nuestras tarifas. Consideramos todas las variables posibles y distribuimos estos costos de manera equitativa en todas nuestras cotizaciones.

MCG: ¿Para qué tipo de medios y soportes trabajan de manera preferencial o en cuáles han tenido mayor impacto?

[RESPUESTA DE AMBAS]: Nuestro estudio, además de trabajar con diseño de tipografías tiene un fuerte enfoque editorial, podríamos decir que han surgido oportunidades muy interesantes en esa área que amamos, los libros nos introdujeron al diseño de tipografías. En segunda instancia está el desarrollo de marcas, que nos permite crear piezas únicas y diferenciadas para cada uno de nuestros clientes.

MCG: ¿Se identifican con alguna generación profesional, específicamente de tipógrafos?, en caso de que no se identifiquen generacionalmente con nadie, ¿se identifican con algún grupo en particular?

[RESPUESTA DE AMBAS]: No, no nos alineamos específicamente con ninguna generación en particular. Llegamos en un momento en que la tipografía en Latinoamérica comenzaba a florecer y había una escasez notable de mujeres en el campo. Sin embargo, tampoco fuimos las pioneras. Además, nuestra posición no nos permite participar en las numerosas becas para mujeres (que no existían en nuestra juventud) debido a

que ya superamos el límite de edad establecido en muchas de ellas. Nos encontramos en una situación un tanto ambigua.

PARTE 3

Competencia profesional, educación tipográfica en México y la región y su posición en el mundo

MGG: ¿Qué opinan de los premios, certámenes y competencias en el campo de la tipografía y cuál es su experiencia en ellos?

DM: Pienso que los concursos, por un lado, son una manera de medir la calidad de tu trabajo a nivel nacional o internacional, que por el resultado te pueden dar desde reconocimiento que funcione como estímulo personal para continuar tu carrera, un estímulo económico para continuar un proyecto o hasta un reconocimiento que te avale ante ciertos círculos permitiéndote integrarte a nuevos proyectos o nuevas oportunidades.

Sin embargo, también creo que muchos concursos son un negocio en el que te están vendiendo reconocimiento y, por otro lado, una vez que tu trabajo ha alcanzado cierto estándar, el ganar un concurso se convierte en algo muy subjetivo, ya que depende más del gusto, bagaje y pensamiento personal de

cada jurado que de la calidad o trascendencia de tu proyecto. En este sentido pienso que son un arma de doble filo, que uno debe elegir en cuáles creer y apostar, cuándo y con qué proyecto, así como con qué objetivo y no permitir que un resultado positivo o negativo afecte o merme tu ánimo respecto a tu trabajo.

SG: Desde mi perspectiva los concursos de diseño y tipografía representan una excelente oportunidad para validar la calidad de tu trabajo ante tus colegas y potenciales clientes. Sin embargo, en la actualidad, es evidente la existencia de numerosos certámenes que simplemente buscan obtener beneficios económicos, además de que carecen de reconocimiento y validación por parte de la comunidad profesional.

Personalmente, he tenido la oportunidad de desempeñarme como jurado en concursos prestigiosos como el TDC y el LADAWARD, entre otros. Durante estas experiencias, he observado una notable falta de calidad, precisión, enfoque y claridad en la presentación y justificación de las propuestas participantes. Quizás esta carencia se deba a la timidez y falta de experiencia de algunos al momento de presentarse en eventos de alcance internacional. Por otro lado, considero fundamental que los eventos de este tipo proporcionen retroalimentación a los participantes y al público en general sobre las propuestas presentadas. Los concursantes invierten una gran cantidad de tiempo y esfuerzo en sus trabajos, por lo que resulta justo y necesario que reciban al menos un resumen o análisis general de lo observado durante el concurso.



▲
Sandra García, distintivo visual para los hoteles Emporio, 2024.

MGG: ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades de la educación tipográfica

actual?, ¿cuáles son los espacios de oportunidad que aún no han sido atendidos por la tipografía regional?

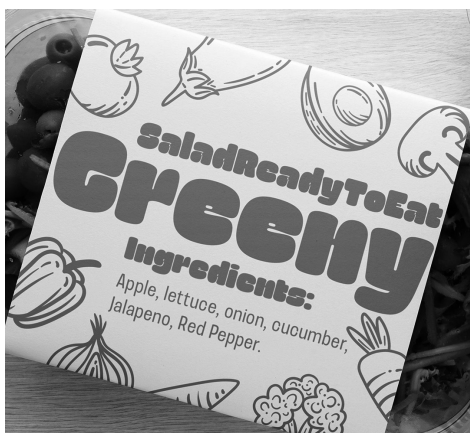
[RESPUESTA DE AMBAS]: Siendo objetivos, en Latinoamérica, solo la Universidad de Buenos Aires ofrece estudios superiores continuos en diseño de tipografías. Aunque existen otros cursos que sirven como introducción al diseño de letras, para profundizar en esta área es necesario buscar en otros lugares o incluso considerar mudarse a otro país.

Hay muchas oportunidades disponibles, especialmente en México, que cuenta con una tradición más arraigada en este campo que otros lugares de América Latina. Es importante destacar que muchos profesionales actuales han tenido la oportunidad de viajar al extranjero para adquirir los conocimientos necesarios. Ahora, muchos de ellos ejercen como docentes a tiempo parcial o completo, y las nuevas generaciones están muy familiarizadas con la tecnología, lo que las sitúa a la vanguardia de las tendencias actuales en el mundo de la tipografía.

Nuestro rezago posiblemente radique en la falta de una entidad, institución o academia que los reúna bajo una misma estructura con ideales claros y una dirección hacia la educación de calidad. No obstante, es innegable que en México existe un gran talento en este ámbito.

▼
Dafne Martínez y Sandra
García, muestra de la
tipografía *custom*
Especial, 2022.





▲
Sandra García, aplicación de la tipografía *retail*
Sandhouse, 2023.

MGG: ¿En el escenario tipográfico mexicano cuáles consideran que son los mayores retos, obstáculos y oportunidades que una mujer debe enfrentar?

[RESPUESTA DE AMBAS]: Cuando empezamos hace siete años en este ámbito, lo hicimos con la convicción de que los espacios laborales disponibles en el país eran escasos o limitados, así que era crucial crear un entorno donde pudiéramos expresarnos plenamente y potenciar nuestras carreras estableciendo nuestro propio estudio.

De manera similar, al iniciar la serie de publicaciones *La tipa de la semana* (que duró aproximadamente cuatro años), nuestro propósito era destacar la abundancia de mujeres profesionales en la industria. Buscábamos demostrar que “Sí hay muchas mujeres profesionales en el medio”, desafiando así el discurso predominante que afirmaba lo contrario: “No hay muchas o no hay buenas mujeres en el ámbito tipográfico”.

Dicho esto, podemos notar que el panorama ha experimentado ciertos cambios y ahora hay muchas más mujeres activas,

estudiando y destacando por su propio mérito. Un ejemplo de ello son las muchas mexicanas que han sido ganadoras de la beca Malee, un premio internacional que otorga 5000 dólares para estudios en tipografía y que ha permitido que otras mujeres puedan seguir adelante con sus sueños de ser tipógrafas. Sin embargo, esto también resalta otro obstáculo: la falta de estudios formales en México. Por esta razón, la obtención de becas se vuelve fundamental. Sería deseable que se estableciera un programa de becas en México para estudios en tipografía, convirtiéndose así en una realidad.

MGG: ¿Cuáles son las mayores diferencias entre el campo profesional de la tipografía en México y América Latina respecto del resto del mundo?

[RESPUESTA DE AMBAS]: No disponemos de cifras exactas sobre esta problemática en particular, pero basándonos en nuestra experiencia profesional y en las observaciones realizadas como jurados en diversos certámenes, identificamos varios obstáculos significativos. Uno de ellos es la limitación económica que dificulta el acceso al conocimiento necesario en este ámbito. Otro desafío importante es la barrera del idioma. Aunque México destaca por su alto nivel de bilingüismo en inglés y español, esto no es común en otros países de América Latina, lo que puede dificultar la comprensión de documentación en otro idioma y, por ende, el acceso al conocimiento. Por tanto, es esencial promover la creación de contenido en español, como libros, blogs, videos y *podcasts*, que nos permitan contar con fuentes de consulta en nuestro idioma.

En cuanto al talento, América Latina cuenta con profesionales tan talentosos

como en cualquier otra parte del mundo. De hecho, muchos diseñadores latinos están colaborando con grandes empresas como Adobe Fonts, Sandoll, Google y otros líderes de la industria.

PARTE 4

Tipografía y prospectiva: palabras finales

MGG: ¿Podrían darnos tres recomendaciones dirigidas a las diseñadoras que quieran enfocarse en el ámbito de la tipografía?

[RESPUESTA DE AMBAS]: En nuestras conferencias más recientes, hemos enfatizado en la importancia de abrazar nuestras vulnerabilidades y obstáculos como auténticos impulsores creativos o chispas que nos inspiran a llevar adelante nuestras ideas y proyectos. Basándonos en esto, compartimos nuestras recomendaciones.

- **Duda:** para adentrarnos en el mundo de la tipografía, tuvimos que renunciar a ciertas cosas, cuestionar lo que estábamos haciendo. Sin embargo, al mismo tiempo, debíamos tener la certeza de que las letras definían nuestra pasión.
- **Cultivar una pasión:** descubrir el amor por la tipografía implicó para nosotras recorrer un largo camino, ya sea a través del diseño editorial o la enseñanza en el campo. Para muchas personas, especialmente las generaciones más jóvenes, el interés por la tipografía puede surgir gracias a un profesor inspirador o la asistencia a un festival de tipografía desconocido previamente. Lo fundamental es que, una vez que encuentres esa pasión, la explores en profundidad.
- **Continúa explorando:** posiblemente, ésta sea la parte más crucial, la tipografía ofrece un vasto territorio de posibilidades creativas, que abarcan desde el *lettering* hasta el rotulismo, la programación, el diseño de tipografías y el *branding*. La tipografía está presente en todos los ámbitos y no es necesario limitarse al trabajo en la computadora. Es esencial tener sólidas bases históricas, investigar constantemente, leer mucho y nunca permitir que la curiosidad se apague.

MGG: Les agradecemos mucho haber abierto sus sensibilidades y habernos compartido sus ideas, especialmente, para que los jóvenes estudiantes observen las oportunidades que hay en el campo del diseño tipográfico en general y, de manera especial, cuando lo ejercen las mujeres. ►