

tpG: el pan nuestro

Por Víctor García

En 1986 al sur del Río Bravo nacía la revista tipoGráfica de parto natural. Veinte años después, se eclipsaba asombrosamente sumida en su propia luz.



En nuestro desempeño cotidiano, en pos de intentar comprender las claves para poder orientarnos en un mundo en cambio permanente, e interpretar las diversas realidades que asume nuestra profesión y el ingenio diverso expresado en multiplicidad de respuestas

posibles a nuevas y viejas necesidades conceptuales y prácticas de comunicación, desde siempre las publicaciones de diseño fueron, son y seguirán siendo como el pan.

Desde tiempo inmemorial el hombre domesticó el fuego; pronto hizo lo propio con el cereal; del que luego obtuvo la harina. El agua ya estaba allí desde el origen de los Tiempos. Esa sucesión de acontecimientos, descubrimientos, inspiración, invenciones y sospechas concluyó en algún momento convertida en pan. Satisfechas las necesidades primarias, sobrevendría luego la sofisticación y la diversidad: y el gluten primordial *metamorfosearía* en tortilla, hojaldre, pastel, *baguette*, *scone*, *brownie*, , *pretzel*, *croissant*; todo un universo nacido del principio original. Pero el pan primigenio evocará su doble condición: la de arquetipo metafísico, en tanto alimento del espíritu; y la hogaza humeante como fuente nutricia.

¿Podríamos afirmar que un individuo particularmente perspicaz inventó el pan? ¿Habría sido en cambio consecuencia de una creación colectiva, potenciada por la necesidad y el contexto? Solo cabe conjeturarlo...

Bread, brot, pain, pane... Lo mismo, pero ajeno

Mucho antes de aparecer la revista *tipoGráfica*, la imprenta ya estaba inventada y suficientemente perfeccionada. Las tipografías y sus aplicaciones no tenían secretos. Ni hablar del papel, ese indispensable príncipe de los soportes que también estaba disponible desde hacía milenios a través de los chinos y árabes, Samarkanda mediante. También se habían inventado las publicaciones periódicas. Y hasta las había específicamente de diseño: *novum/Gebrauchsgrafik*, *Idea*, *Graphis*, *Communication Arts*, y multitud de otras ya estaban ampliamente difundidas en el planeta Diseño. Aparentemente, ya todo estaba inventado y sólo cabía esperar mensualmente cada nuevo número con inexorable regularidad.

¿Estaba realmente TODO inventado? En el confín del mundo conocido, Rubén Fontana sospechaba que no; y armado de esa corazonada y no poca tenacidad, se propuso demostrarlo. La travesía duró veinte años, sus vicisitudes están ampliamente documentadas por la propia experiencia relatada en 74 apasionantes episodios que jalonaron la jornada. No es necesario agregar ni quitar nada, los 74 números de *tipoGráfica* son suficientemente elocuentes acerca de las implicancias de la empresa.

Durante ese itinerario, *tipoGráfica* demostró que una reflexión compleja, inteligente, inquisitiva y comprometida acerca del fenómeno tipográfico —que era hasta ese entonces patrimonio exclusivo del Norte—, era posible desde el lejano Sur.

Por efecto de esa novedosa e inesperada capacidad de conceptualización acerca de tipografía y diseño despertadas por *tipoGráfica*, asociada a la paulatina incorporación de las herramientas digitales que democratizaron la producción visual, se estaba por fin horneando nuestro propio pan. Una suerte de Declaración de Independencia.



El alfa y el omega: *tipoGráfica* Nº 1 y Nº 74. En el medio, pura miga.

Crónica de una ausencia anunciada

tipoGráfica no parece haber sido pensada para convertirse en un éxito editorial masivo. Los *best sellers* están sujetos a la implacable lógica del mercado; sus exigencias y concesiones. Debió incluso lidiar con factores endógenos: es un lugar común y hasta un prejuicio proverbial asociar a quienes ejercemos actividades vinculadas a lo visivo, con cierta pereza intelectual a la hora de la lectura. Y *tipoGráfica*, si bien estaba centrada en lo visual, por el tratamiento que hacía de esos componentes, era esencialmente una revista para leer, no solo para «mirar figuritas». Paradójicamente, hubieron colegas que solían comprar *tipoGráfica* para presumir, pero que raramente leían la totalidad de sus artículos. Es que *tpG* daba ciertamente prestigio a sus poseedores, aunque posiblemente sucediera con ella lo que se atribuye a la producción literaria borgeana: que tuviera más comentaristas que lectores.

Lo realmente extraordinario es que *tpG* se dejó de publicar en el la cima de su consideración local, regional e internacional, una actitud que ciertamente prestigia a la publicación y evidencia un auténtico respeto por sus lectores, acrecienta el misterio y abona el mito.

El fenómeno de su discontinuidad puede tener múltiples interpretaciones: que el ciclo estaba cumplido; que la oferta hemerográfica en español se había ampliado; que cambiaron los tiempos; y muchos otros. Sea lo que fuere, sucedió en 2006; y lo cierto es que, desde ese momento, nos quedamos sin «nuestro» pan.

Publicado el 14/10/2013



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/tpg-el-pan-nuestro>

