
Álvaro Sobrino

Tipopiratería

Es necesaria una reflexión común sobre el mercado de las tipografías y su diseño. Frente a la piratería, tienen que existir otras soluciones alternativas, más allá del discurso moral de las *foundries* y la penalización del usuario.



La piratería de tipos es, si cabe, y a juzgar por las experiencias que me cuentan mis amigos tipógrafos, más dolorosa y sangrante que la de los paquetes de software o la de la música, o la del cine, o la de las fotocopias de libros. Porque si programadores, músicos, cineastas o escritores viven o esperan vivir de su talento, el tipógrafo es víctima de su propia obsesión, y no solo renuncia a poder vivir de su trabajo de tipógrafo, sino que además cae en las redes de la distribución, que como suele suceder en estos casos, son peores que el pirata de consumo.

Hay en esto una parte de ética: como en la música o en cualquier otra propiedad intelectual, lo de piratear es un bofetón para el que vive de los derechos devengados. Pero a partir de ahí, y siempre con la ley como rasero último, hay que analizar y no son precisamente las *foundries* nadie para echar nada en cara a los usuarios: si ahora se rasgan las vestiduras enarbolando como bandera suya la propiedad intelectual del diseñador de tipos, hasta hace bien poco cuando la piratería de usuario no era posible eran ellos quienes se fusilaban a cañón las tipografías, los unos a los otros, los otros a los unos, y lo que es peor, no se denunciaban en un mezquino pacto tácito de no agresión en el que el auténtico perjudicado era siempre el «royaltero». Y habrá quien diga que tan malo es lo uno como lo otro. En absoluto, entre usar una fuente sin pagar (el pirata usuario) y piratear un diseño para enriquecerse vendiendo miles de copias (no doy nombres que con estas cosas no se juega) media un abismo.

Viene esto a cuento por la insistencia de algunos representantes de las distribuidoras de *fonts* por mantener un discurso apocalíptico y «pseudomoral» en contra de la piratería.

O sea, que argumentación legal, la que quieran. Pero moralinas y sermones, ni uno.

Como con la música, habrá que empezar a pensar en articular fórmulas de uso y disfrute y de comercialización. Y aunque las fundiciones se aferren a su caduco modo de mercadeo, donde ellos siempre ganan y el diseñador sufre en silencio, esto va a precisar de nuevos modos de entender el negocio, en los que la desaparición del coste distribución (bendita internet) dará protagonismo a los autores frente a los mercaderes.

Como los músicos —de momento unos pocos y los demás ya vendrán—, que ya están empezando a entender que las discográficas están a su servicio y no al revés. Y habrá que distinguir entre usos y usos, y no les vendría mal a esos fenicios de la letra empezar a mirarnos a los diseñadores y diseñadoras como prescriptores en lugar de vernos como resignados compradores o indeseables delincuentes. No es muy distinto de lo que sucede con los médicos y los laboratorios. Y así lo han entendido ya, por ejemplo, los fabricantes de papeles especiales, y no les va nada, pero que nada mal.

Y en la espera, apoyemos a esos pequeños grupos de tipógrafos que anteponiendo la pasión al *business* investigan, proponen nuevas maneras de hacer, de entender y de vender el diseño de tipos. En ellos y no en los mercaderes está, sin duda, el futuro de la tipografía.

Tengo un amigo que cada vez que compra un cedé de música en el top manta¹, le manda tres euros al autor, a través del club de fans. Es una idea peregrina, pero mola.²

-
1. La expresión popular top manta se refiere a la actividad de mostrar discos «piratas», generalmente CDs musicales y DVDs de video comerciales, en la calle para venderlos a precios muy por debajo de los discos legales. Esta actividad es ilegal, y en cuanto se acerca un agente de policía, los vendedores recogen su muestrario tan rápido como pueden y huyen. Los discos están sobre una manta o sábana extendida, de ahí su nombre, por lo que suele ser fácil y rápido recoger los discos.
 2. N. del E.: Mola (del verbo molar) equivale a la expresión mexicana «padre» o «padrísimo» y a la caibena «chévere».
-

Publicado el 28/01/2008

Los artículos publicados no expresan la opinión de FOROALFA sino la de sus autores. Los editores no asumen responsabilidad alguna por su contenido y/o autoría. Se permite la reproducción total o parcial del material, siempre que se cite claramente el nombre de la fuente (FOROALFA), el nombre del autor, el título del artículo y la URL (<http://www.foroalfa.com>), tanto en medios impresos como en medios digitales. En el caso de reproducciones totales en medios digitales, todos los créditos deberán figurar tanto en el encabezado como en el pie del texto reproducido. En ningún caso deberá incluirse el signo © (*Copyright*).