

Paseos estéticos urbanos y turismo tipográfico en Paraguay

Urban Aesthetic Walking and Typographic Tourism in Paraguay

Ricard Huerta (ricard.huerta@uv.es). Director del Grupo CREARI de Investigación en Pedagogías Culturales (GIUV2013-103) Instituto Universitario de Creatividad e Innovaciones Educativas. Universitat de València.

RESUMEN

La presente investigación introduce el concepto de “turismo tipográfico” como un ámbito de acción en el que se combinan las experiencias personales y los usos sociales del diseño. El concepto “turismo” adquiere aquí una dimensión complementaria, una gama de posibilidades que incluye la idea de “ser turista en la propia ciudad” o la propuesta de generar imágenes a partir de encuentros visuales. Unir “turismo” con “tipografía” supone implementar una serie de posibilidades nuevas, que van desde el disfrute del paseo (el andar desde un posicionamiento estético, tal y como propone Francesco Careri) hasta la búsqueda de realidades más complejas, como puedan ser la reflexión sociológica o las pulsiones artísticas. Mantenemos intacto nuestro deseo de utilizar el arte y el diseño como fuentes de conocimiento y como prácticas educativas, al tiempo que generamos nuevas urgencias de tipo patrimonial. Hemos incorporado la metodología de la Investigación Educativa Basada en las Artes (ABER Arts Based Educational Research), por lo que el uso de imágenes resulta esencial en el documento. El trabajo de campo ha supuesto un acercamiento a la realidad del Paraguay como caso de estudio.

PALABRAS CLAVES: Diseño, Tipografía, Turismo, Arte, Educación.

ABSTRACT

This research introduces the concept of "typographic tourism" as a sphere of action in which personal experiences and social uses of design are combined. The concept "tourism" acquires a complementary dimension here, a range of possibilities that includes the idea of "being a tourist in one's own city" or the proposal of generating images from visual encounters. We join "tourism" with "typography" to implement a series of new possibilities. We link elements that range from the enjoyment of the walk (walking as an aesthetic act, as Francesco Careri proposes) to the search for more complex realities, such as sociological reflection or the artistic dimension. We maintain our desire to use art and design as sources of knowledge and educational practices. We generate new emergencies of patrimonial type. We have incorporated the methodology of ABER Arts Based Educational Research; for this reason the use of images is essential in this document. The fieldwork has involved an approach to the Paraguay's reality as a case study.

KEYWORDS: Design, Typography, Tourism, Art, Education.

Fecha de recepción: 29.08.2018 Fecha de aprobación: 24.10.2018

Introducción

El presente trabajo incorpora el concepto de "turismo tipográfico" para referirse a la posibilidad de recorrer entornos urbanos partiendo de la presencia de las letras del alfabeto en el paisaje de la ciudad. Debido a nuestra adscripción como profesionales de la educación artística, esta propuesta incluye un fuerte apego a lo educativo, ya que el diseño de tipografías (y de las letras en general) es un oficio que siempre ha estado implicado de forma directa con la enseñanza. Desde pequeños hemos

aprendido a leer y a escribir en la escuela, lo cual repercute de manera importante en nuestra percepción de la realidad. Pero también es cierto que siempre se nos habló del alfabeto como un elemento de mediación, es decir, que las letras solamente tenían un uso final en tanto que elementos del lenguaje verbal. Es así como hemos crecido, viendo en las letras un elemento subsidiario de su función lingüística, es decir, como una parte accesoria y secundaria del lenguaje verbal escrito. Nos han enseñado a detectar y reproducir las formas caligráficas y tipográficas del alfabeto siempre como meros puentes hacia significados lingüísticos. Lo que nos gustaría es que pudiésemos superar esta tradición un tanto nefasta, ya que nunca tiene en cuenta el valor de las letras como artefactos visuales. Es decir, pensamos que las letras del alfabeto tienen valor propio en tanto que imágenes, de manera que el valor de las letras como imágenes conlleva la posibilidad de descubrir en los signos del alfabeto un modo de representación eminentemente visual. Así pues, animamos a los usuarios del alfabeto (es decir, a la población en general) a disfrutar de las letras como formas visuales, con lo que ello supone en tanto que artefactos cargados de valores simbólicos, formales, históricos, políticos, económicos y culturales. En este sentido, nuestra investigación parte del ámbito de la cultura visual y de la tradición de los estudios culturales. Partimos de la idea de que transitar la ciudad puede convertirse en un paseo

enriquecedor si lo asociamos al descubrimiento de los textos que inundan el paisaje urbano.

Tradiciones y tópicos respecto a los sus usos sociales y comunicativos del alfabeto

Durante más de cinco siglos la imprenta ha generado profesionales del diseño de letras, quienes se dedicaron a dar forma a los tipos móviles, esculpiendo y grabando los moldes de dichos tipos (Briggs y Burke, 2002). En cualquier caso, conviene recordar que entre los libros impresos siempre existieron los manuales de caligrafía, que consistían en colecciones de grabados en las cuales los especialistas dibujaban modelos de alfabetos para enseñar a escribir a mano. El oficio de maestro de escuela tuvo una relación estrecha con el aprendizaje de la escritura manual hasta hace pocas décadas, cuando desapareció la asignatura “Caligrafía” de los planes de estudios universitarios, especialmente en las carreras de humanidades. Quienes impartían la materia de Caligrafía eran en realidad profesores de dibujo. La caligrafía es el dibujo bello de las letras escritas manualmente (del griego *kalos* –belleza- y *grafos* -signo escrito-). Los diseñadores de tipografías siempre estuvieron muy atentos a los momentos estilísticos, tanto de la escritura manual como de los progresos técnicos y científicos. De este modo, la evolución de las formas de las letras está emparentada con la impresión de libros y con la escritura manual.



Figura 1. Incluso cuando no existe texto nos imaginamos que lo hubo en los elementos indicadores urbanos. Asunción. Fuente: propia }

Las poéticas paratextuales de los elementos urbanos nos animan a indagar en aquellos soportes que alguna vez tuvieron un texto anunciador, como ocurre en la imagen de la figura 1. Alguien diseñó unos textos que ahora ya no vemos. El trabajo del diseño de letras supone enfrentarse a numerosos elementos estilísticos y técnicos, convirtiéndose en un reto constante que produce avances y que en última instancia afecta a la población en general (Huerta, 2011). Desde que somos pequeños se nos adiestra en el uso de los instrumentos de escritura (lápiz, bolígrafo, papel), y se nos insiste en la relación de las letras con lo verbal y lo literario. Pasamos muchísimas horas aprendiendo a leer y escribir, sin que nunca nadie nos hable del alfabeto

como forma visual. Siempre nos hablan del alfabeto como complemento de los usos del lenguaje. En la escuela (y también en la secundaria o la universidad) nunca nadie le dedica ni un momento a conocer el alfabeto, a manejar la historia de las letras, a descubrir el poder comunicativo de estos signos visuales que utilizamos cada día, ya que las letras están en todos los teclados que manejamos (ordenador, dispositivos móviles), y solamente por ello deberíamos conocer un poco mejor su potencial expresivo y cultural.

En los últimos años se han incrementado las tendencias en las que toman importancia las letras en como formas visuales. El *lettering* y las diferentes modalidades de caligrafías creativas están triunfando entre usuarios de todas las edades, tanto si se usan como técnicas de expresión como si son empleadas como terapias artísticas. También en el mundo de los videojuegos se ensalza la labor del diseño tipográfico, así como su uso en decoración de ambientes, tanto personales como públicos (restaurantes, bares, centros educativos). Podemos comprobar que existen distintas aplicaciones o programas online mediante los cuales los usuarios pueden crear su propio alfabeto a partir de su caligrafía, algo que acaba convirtiendo la letra personal en una posibilidad informática de rango creativo. Así las cosas, debemos asumir que el poder de las letras como imágenes, si bien no es algo que se encuentre fácilmente en la educación formal (escuelas, universidades), sí que ha

adquirido una presencia relevante en los ámbitos informales. Podemos encontrar cursos de *lettering*, talleres de escritura creativa para diseño de letras, y todo un amplio panorama de opciones (tanto presenciales como online) para acercarnos a las letras como formas visuales con posibilidades artísticas.



Figura 2. Diseño tipográfico de empresa de transporte. Itaguá. Fuente: propia

Disfrutar de las letras en tanto que diseño creativo nos permite apreciar nuestro entorno desde una nueva perspectiva, más dinámica y atrevida. En la figura 2 vemos un diseño de *lettering* aplicado a un autobús. Se trata de una modalidad muy particular, algo que se sale de los cánones

de las multinacionales del transporte, ya que está impregnado de un carácter local muy poderoso y llamativo.

Posibilidades educativas y creativas de las letras como formas visuales

Queremos insistir en la importancia de la escritura y del diseño de letras como elementos de comunicación y creación. Al mismo tiempo nos acercaremos a la problemática de la inclusión y la diversidad (temas clave en educación) a través del estudio de lo que podríamos denominar tipografías disidentes, es decir, ejemplos de letras que representan las formas visuales alternativas (Escobar, 2011), especialmente cuando están ubicadas en el espacio público (letreros, grafitis, indicadores). Todo un reto en el que se unen creatividad, diversidad, inclusión y educación en diseño para mejorar la sociedad. Si a todo esto añadimos la idea del “turismo tipográfico”, entonces podemos empezar a identificar una serie de posibilidades culturales y económicas que convierten el disfrute de las letras en un nuevo escenario de implicaciones. Cuando estas letras están pintadas por autores anónimos que diseñan sus propios letreros, entonces aparecen curiosos intentos de disidencias formales y conceptuales. Quisiera manifestar mi predilección por los letreros pintados a mano, por artesanos anónimos, elementos gráficos que cumplen con lo que Ticio Escobar considera arte popular, un tipo de arte que “moviliza tareas de construcción

histórica, de producción de subjetividad y de afirmación de diferencia” (Escobar, 2011: 25).

Suele entenderse por “arte” todo aquello vinculado a las artes más convencionales, a las artes mayores, a las bellas artes (dibujo, escultura, pintura, grabado). Si bien todavía existen foros o grupos en los que se plantean así las cosas, cabe decir que nosotros nos alejamos de este enfoque, ya que trabajamos desde la perspectiva de la cultura visual (Fasanello, 2014). En los estudios de cultura visual valoramos positivamente todos los artefactos visuales, desde un cartel hasta una pintura renacentista. Ambos son artefactos visuales, y todos ellos nos sirven para estudiar las estrategias visuales, tanto como usuarios, como cuando nos convertimos en creadores de imágenes. Todo aquello que sea eminentemente visual es útil para estudiarlo y utilizarlo como material de disfrute y aprendizaje (Ramon, 2017).

Nuestras peculiares estrategias de trabajo e investigación nos llevan a ordenar y manejar la información como mecanismo creativo con posibilidades educativas. Queremos dar a conocer a usuarios de todas las edades miradas originales e innovadoras hacia las derivas del diseño (especialmente cuando se trata de tipografías o de letras de creación en general). Desde la cultura visual rompemos las diferencias que anteriormente se establecían entre bellas artes, artes aplicadas, diseño,

arte popular, o incluso con las imágenes de los medios de comunicación. Gestionamos un nuevo escenario plural y diverso en el que todo lo que es eminente visual puede analizarse desde amplias perspectivas. En este sentido las pedagogías culturales se conciben como pedagogías críticas, trabajando con herramientas pedagógicas como materia prima de activismo. Es desde esta perspectiva que nos interesa el trabajo de Francesco Careri, quien ha sabido delimitar el alcance de los paseos urbanos como práctica estética (Careri, 2002), al tiempo que en sus recientes trabajos propone mejoras de orden social y urbanístico (Careri, 2015).



Figura 3. Cartel anunciador de *Óptica Viluz*. Areguá. Fuente: propia

En la imagen de la figura 3 vemos un elemento anunciador de una óptica en Areguá. Esta imagen nos permite enlazar con una tradición centenaria, según la cual los locales de los artesanos eran indicados en el exterior por un elemento u objeto referido a su oficio. En este caso, unos lentes anuncian que estamos ante una óptica. Las geografías del arte nos permiten reflexionar y actuar sobre la realidad en la que vivimos. Las artes visuales están directamente vinculadas a los dominios de la imagen, y en esta misma línea de significados conviene recordar que estamos muy influenciados por las poderosas representaciones mediáticas. En este sentido, el impulso que están adquiriendo iniciativas como las “artografías” o la investigación basada en las artes constituye una buena muestra del afán por mejorar y adecuar las artes y la educación en artes a los nuevos entornos del mundo de los usuarios, especialmente desde la investigación y la educación en diseño (Huerta, Alonso y Ramon, 2018). Como propone James Haywood Rolling Jr. (2017: 494): “Arts-Based Research becomes arts-based educational research when the aim of art + design practices is to address problems rooted in educational discourse, such as the learning paradox”.

Además del argumento académico del modelo de investigación que planteamos, cabe incidir en otro indicativo que atañe a la mejora de

nuestra situación en términos generales, ya que apostamos por interpretar lo artístico y educativo desde lo social y reivindicativo, fomentando una mayor implicación de personas de todas las edades (especialmente docentes), desarrollando estrategias novedosas desde las cuales se construyan sugerentes enlaces con la realidad (Giroux, 2013).



Figura 4. Letrero en la ciudad de Encarnación donde se indica la distancia a Asunción y a Buenos Aires. Fuente: propia

En la imagen de la figura 4 vemos un letrero de metal (sujetado por dos palos de madera) en el que leemos en letras mayúsculas más grandes

“Encarnación”, y debajo en tipografía más pequeña, aunque también en mayúsculas “Asunción 370 kms” “Buenos Aires 1154 kms.” Si tenemos en cuenta que la antigua ciudad de Encarnación quedó prácticamente sepultada por el embalse que la cubrió de agua, entonces este indicador adquiere un significado especial, ya que no solamente se trata de insistir en su condición de ciudad de frontera (entre Paraguay y Argentina), sino que remite a las dos capitales de las cuales es eje de comunicación. Actualmente la ciudad de Encarnación intenta recuperar su memoria utilizando elementos patrimoniales. El edificio que vemos al fondo es una reconstrucción de la antigua estación del tren. Si nos referimos a todas estas cuestiones que aluden a la historia, el patrimonio y la identidad, entonces estamos acercándonos a una realidad en la que se establecen criterios de respeto y concienciación. Alguien ha decidido que este letrero fuese de estas dimensiones y estas características concretas, por lo que no podemos quedarnos con la primera impresión, sino perseguir los posibles significados que contiene.

Debemos integrar el diseño en los dominios de la educación artística, al mismo tiempo que reivindicamos una mayor formación en artes para toda la ciudadanía (Hernández, 2013). Estamos convencidos de que esta formación va a resultar beneficiosa en muchos sentidos, tanto desde el punto de vista de la utilidad y la creatividad, como desde la faceta del goce estético y la capacitación para disfrutar de los dominios de las

artes. Uno de los grandes retos que debe asumir la sociedad actual es la educación en las libertades individuales y colectivas, teniendo en cuenta que dicho reto supone incorporar un mayor conocimiento de las posibilidades de la imagen. Proponemos una educación en artes y diseño que defienda la apreciación crítica de lo personal y lo social desde la mirada y la cultura, visibilizando, respetando y apoyando la diversidad, ensanchando las miradas hacia territorios amplios y diversos (Huerta y Alonso-Sanz, 2017). En mis investigaciones intento acercar la tipografía y las caligrafías de creación a la práctica educativa, de modo que uno a mi experiencia docente la pasión por el alfabeto (Huerta, 2013).



Figura 5. Tapa metálica de Corposana en Itaguá. Fuente: propia

Cuando vemos en la figura 5 una tapa metálica de la empresa del agua Corposana descubrimos un modelo peculiar de indicador tipográfico en el que no solemos detenemos ya que permanece oculto a nuestra vista cotidiana por el hecho de encontrarse en el suelo. No solemos mirar hacia el suelo o hacia lo alto, lo cual supone una pérdida de informaciones que nos impiden, en muchos casos, conocer otras realidades que contienen unas poéticas visuales particulares. También debemos indagar en la historia para conocer los motivos de muchas circunstancias actuales (Secretaría Nacional de Cultura, 2016).

Una metodología híbrida que une el estudio de caso con la investigación basada en las artes.

Analizamos la perspectiva de las tipografías del Paraguay desde la investigación a través del estudio de caso. Stake señala que el estudio de caso no es una opción metodológica, sino una elección sobre el objeto a estudiar. Como forma de investigación, un estudio de caso es tanto el proceso de indagación sobre el caso como el producto de la indagación (Stake, 2005). Las fotografías que incorporamos al estudio no pretenden sólo "ilustrar" el texto, sino que constituyen por sí mismas un verdadero estudio con imágenes o relato gráfico, una metodología ambientada en la Investigación Basada en las Artes. El reto de una metodología híbrida encaja con el uso de temáticas poco habituales.

Nuestra investigación combina la metodología del estudio de caso con la Investigación Basada en Artes (Arts Based Research). Las imágenes refuerzan la parte gráfica del estudio, ya que contamos con una documentación que aportan las fotografías (realizadas por el propio autor del estudio). Las artes visuales ofrecen territorios generosos desde donde atisbar los procesos urbanos. Los resultados permiten plasmar en imágenes aquello que deseamos contar sobre cada ciudad, sobre cada lugar visitado. Es a partir de estas experiencias artísticas que conseguimos plantear nuevas dudas y desarrollar formas innovadoras de indagar, en este caso en el entorno urbano. Al mismo tiempo recuperamos los espacios de la memoria, construyendo así una mirada particular hacia la ciudad en la que se unen los recuerdos, las presencias, las ausencias, y ante todo un deseo de mejora que se orienta hacia el futuro. La investigación basada en las artes nos permite reflexionar desde las imágenes, en este caso a partir de las fotografías, sin perder de vista la gama de posibilidades que nos ofrece el diseño en todas sus manifestaciones, así como todas las tecnologías que parten de la imagen como vehículo de transmisión.



Figura 6. Anuncio de venta de hielo. Caacupé. Fuente: propia

El análisis que nos permite la reflexión a partir de imágenes de la cotidianidad desborda cualquier otra modalidad establecida. Cuando leemos visualmente la imagen de la figura 6 nos sorprende inicialmente su composición formal. Se ha optado por centrar en la parte superior un letrero pintado a mano en el que leemos “Aquí venta de hielo” (escrito en letras mayúsculas sin rasgos). Los colores que se han usado para pintar este letrero son los mismos colores de la bandera del Paraguay (rojo, blanco y azul). La palabra “hielo” contiene, además, un sombreado de fondo en azul celeste, lo cual imprime más efecto visual e importancia (más elaboración formal). Tras el anuncio podemos ver una potente zona de azul intenso, marcada por la presencia de botellas de plástico. Se trata de recipientes para llenar de agua. Pero no se trata

de un tipo de agua cualquiera, ni tampoco de unos recipientes al uso. Estamos en zona de peregrinación, y las personas que acuden a la basílica donde se venera a la patrona del país optan por llenar estos recipientes con el agua de sus fuentes. Por tanto, el uso del color azul (símbolo de divinidad, en este caso de la Virgen), y de un material como el plástico (muy adecuado para transportar ya que no pesa), aportan a esta imagen, tomada en zona de índole espiritual, un rango específico, marcado por las creencias y las tradiciones religiosas.

La implicación personal en lo social y lo político desde la pedagogía crítica

Utilizamos como referente la pedagogía crítica, una forma de trabajo cooperado entre instituciones sociales y sujetos que trabajan con herramientas pedagógicas como materia prima de activismo (Desbordes de la Cultura, 2017). Desde una perspectiva crítica, las imágenes se convierten en elementos de uso social con un poder ilimitado. Urge conocer el poder de las imágenes, repensar sus usos y adecuarlas a nuestras necesidades. Para ello nos apropiamos de la cultura visual, que transita entre lo personal y lo social, mediante transformaciones y controversias, utilizando las imágenes cotidianas como elementos centrales, estimulando la creación artística y la apreciación crítica de las imágenes, aportando un marco epistemológico

y metodológico que permite construir modos de narrar experiencias de toda índole (Huerta, 2015).

El diseño, al igual que las imágenes, invade nuestras vidas y nuestra memoria. Estamos rodeados de objetos diseñados, de ciudades diseñadas y de anuncios diseñados. Ante tal evidencia, ¿no resultaría beneficioso que este tipo de mensajes visuales fuesen analizados adecuadamente? Soy partidario de hacerlo sin desintegrar excesivamente el conjunto o el entorno. Un anuncio, una pintura o un vestido forman parte de una coyuntura social, cultural y económica. Por eso no conviene descifrar los mensajes visuales aislándolos del entorno, sino que debemos aprovechar las características de dichos entornos para analizar mejor el mensaje visual que nos aportan (Huerta, 2010). Encajar la pieza en su ámbito adecuado es lo que la puede convertir en peculiar y única. Propongo aquí un acercamiento tácito hacia el trabajo de jóvenes creadores cuyos trabajos nos invitan a visitar y pasear por la ciudad comentando sus obras (en caso de tratarse de artistas urbanos).



Figura 7. Graffiti urbano en la ciudad de Asunción. Fuente: propia

El graffiti de la figura 7 constituye una transgresión y una apropiación tanto del espacio privado como del entorno público, por parte de quien realizó la pintada. Pero es además un acto creativo (no exento de vandalismo) de quien decidió marcar con su firma el muro. Se trata de una pintura en el muro, sencilla y efectiva, un *tag* (firma) acompañado de un elemento visual que representa los ojos, la nariz y la boca de quien suscribe la autoría. Vandálico o no, este acto constituye una realidad, un signo en la pared que representa a su autor. También las vallas publicitarias ocupan nuestro espacio público, aunque a diferencia de las creaciones en graffiti, los anuncios de las marcas están protegidos por su condición de mercado.

Las imágenes más incisivas y perdurables son las que nos asaltan desde los medios, que han sido (y siguen siendo) los universos mediáticos más representativos (Even-Zohar, 1990) junto con la incorporación más reciente de los videojuegos y las redes sociales. A mediados del siglo XX fueron la televisión y los conceptos económicos neocapitalistas quienes dieron una vuelta de tuerca al panorama simbólico y al nuevo acontecer político. En el siglo XXI se han abierto las puertas a las otredades, a las disensiones, a los nuevos territorios del pensamiento y la acción, aunque en términos económicos y políticos seguimos anclados a las tiranías neoliberales, al discurso de las multinacionales, y al desaguizado mediático (Zafra, 2017). En nuestro caso nos centramos en el poder de un tipo muy peculiar de imágenes: las letras.

A la fabricación de telas, el diseño de joyas o la decoración de interiores, consideradas tradicionalmente como artes aplicadas o artes menores, por el hecho de crear objetos útiles elaborados estéticamente, se unieron las manifestaciones mediáticas que se multiplicaron con la llegada del cine, las revistas impresas, la radio y la televisión. A los denominados medios de masas se les valoraba no tanto por su capacidad de crear imaginarios, sino por su potencial de difusión. En cada momento y lugar acontecen realidades bizarras y heterogéneas dispuestas a vulnerar cualquier intento de esencialidad extrema (Ancarola, Manonelles y Gasol, 2017).



Figura 8. Letrero de la marca *Tonina* en una pared de Asunción. Fuente: propia

Lo más habitual en los paseos urbanos es encontrar anuncios de marcas que impregnan los muros de publicidad directa (véase figura 8). Esto no quiere decir que no resulten aprovechables a la mirada del usuario, como es el caso del anuncio de Tonina, pero sí es cierto que se trata de logotipos que podemos ver en todas las ciudades del mundo. Para mejorar nuestra situación frente al consumismo exacerbado resultará interesante recuperar el espíritu del artesano. Richard Sennett define al artesano como la persona que “representa en cada uno de nosotros el deseo de hacer algo bien, concretamente y sin ninguna otra finalidad” (Sennett, 2013: 181). Observar y aprender de quienes hacen las cosas bien significa querer mejorar en las propias tareas e ilusiones. Crear imágenes utilizando letras supone hibridar lenguajes que contienen

información visual y códigos verbales. Las imágenes están cargadas de significados y simbologías, al igual que los textos literarios. Las imágenes generan hibridaciones. Todos somos híbridos y cambiantes, singularmente mestizos y heterogéneos.

Cabe recuperar las enseñanzas de Walter Benjamin, quien en sus trabajos nos desveló algunas de las claves de lo que actualmente vivimos y padecemos (Benjamin, 2005). Nos alertaba del uso pernicioso que podían hacer de los medios de comunicación las instancias dominantes del poder. El filósofo supo encajar varios factores que influyen en la hegemonización de las ideas, advirtiendo del uso de las imágenes globalizadoras como arma política e ideológica. Y también cabe hacer referencia a lo que en la tradición de las artes se ha menospreciado por haberse considerado prácticas de poca entidad. Las telas, encajes y bordados realizados por mujeres a lo largo de la historia han padecido un lamentable desprecio por parte de aquellos que han dictado las normas del gusto y de la calidad estética. Considerarlas trabajos menores o artesanales, y clasificarlas así por debajo de la línea que separa las grandes obras del resto de producciones, constituye un prejuicio que evidencia de nuevo la falta de equidad a la hora de valorar todo lo que no fue realizado por el hombre blanco occidental. Las estéticas anteriormente demonizadas surgen hoy en día como poderosas fuentes alternativas de creación (Laddaga, 2006). Las manifestaciones

locales aportan hoy en día un nuevo enfoque más abierto y espontáneo a la muy variada y rica opción estilística plural.



Figura 9. Letrero en la puerta de una institución de Asunción. Fuente: propia

El hecho de plantear que puedan existir “personas extrañas” ya dice mucho de quien encargó el letrero que vemos en la imagen 9. Pero a nosotros también nos interesa quién diseñó y pintó el letrero, ya que las letras pintadas a mano son un verdadero patrimonio cultural de la tradición paraguaya. Durante la estancia en Paraguay hemos tenido la oportunidad de conocer personalmente a don Manuel Maldonado, uno de estos calígrafos. A él le sorprendió que nosotros valorásemos su trabajo como algo extraordinario. Deberíamos atender más a las personas que están haciendo estas labores artísticas, habitualmente

anónimas, pero que ofrecen un valor patrimonial propio a la cultura local del Paraguay.

Aprender a ser turista tipográfico en la ciudad

El neoliberalismo insiste, con aires de posmodernidad, en convencernos de que no podemos hacer nada contra una realidad social, histórica y cultural de carácter excluyente, lo cual es rotundamente falso. En su trabajo *Becoming Critical*, Carr y Kemmis desarrollaban la idea de generar comunidades de profesionales críticos. El texto más difundido de estos autores (Carr y Kemmis, 1988) defendía la investigación acción (*Action Research*) que utiliza como método las narrativas personales y la autorreflexión. Como docentes podemos y debemos compartir desde la base del respeto, la curiosidad y la rebeldía (Huerta, 2018). Paulo Freire nos alienta en la práctica educativa transformadora, denunciando el malestar que produce la ética del mercado, y apoyando la solidaridad como forma de lucha capaz de promover e instaurar la ética universal del ser humano. Esta dimensión utópica tiene en la pedagogía de la autonomía una de sus posibilidades (Freire, 2015). La teoría crítica en educación exige combinar la teoría y la práctica educativas, promoviendo comunidades críticas. John Elliott ha insistido siempre en profundizar en la dimensión ética de la educación, destacando que el trabajo docente no debe ceñirse a los objetivos o los

resultados, sino que debe estar pendiente de los principios que rigen el aprendizaje significativo (Elliott, 1990).

Cuando observamos la ciudad como turistas culturales generamos un acto de creación, ya que nos convertimos en espectadores activos (Barthes, 1982). El acto de crear produce satisfacción, y genera aprendizaje. Al fotografiar una tipografía urbana celebramos las posibilidades gráficas del entorno (Barthes, 1990). Una persona creativa resuelve problemas, pero sobre todo se replantea las cuestiones desde ámbitos originales y novedosos. La creatividad también se puede compartir. No solamente hay personas creativas, también hay colectivos creativos, cuya esencia consiste precisamente en la colaboración y la cooperación, alimentando entre sus componentes el espíritu innovador. Si compartimos en redes nuestras imágenes de tipografías urbanas sorprenderemos a nuestros lectores con elementos curiosos de la ciudad. La idea del saber situado está en la base de los nuevos planteamientos de la creación artística y de la educación en artes (Camnitzer, 2000). Pasamos de la *ekphrasis* (la recreación escrita de materiales visuales) a la *hypothyposis* (el reencuentro con las imágenes a partir de sus explicaciones en textos escritos). Las letras inundan nuestras fotografías, y con ello rendimos un verdadero homenaje visual a la tradición milenaria del alfabeto, al diseño y a su enseñanza (Huerta, Domínguez y Barbosa, 2017).



Figura 10. Espléndido panel tipográfico en Villarrica. Foto: R. Huerta.

El encuentro con las tipografías manuales de las paredes del Paraguay nos remite a la tradición artesana de este país (Capdevila, 2016). Además de valorar sus tejidos y bordados (ñandutí, ao poí), y sus fabulosa creación cerámica (recomendamos visita al Museo Andrés Barbero y también al Museo del Barro), hemos de tener en cuenta la creación tipográfica de los letreros caligráficos paraguayos, un elemento patrimonial que conviene estudiar y disfrutar.



Figura 11. Letreros artesanos en la carretera de San Miguel. Fuente: propia

Recomendamos conocer el Paraguay desde diferentes perspectivas, ya que se trata de un país con numerosos atractivos turísticos. Pero también queremos dejar constancia de la posibilidad de recorrer esta geografía exuberante a través de sus letras, de sus letreros, de sus tipografías creativas. Hemos podido recoger centenares de ejemplos interesantes en varias ciudades del país (de los que aquí hemos dejado constancia con unos pocos ejemplos en las imágenes), y animamos a los investigadores en diseño y en turismo a valorizar esta artesanía de la letra que tanto seduce al caminante.

Conclusiones

Al investigar sobre las manifestaciones gráficas del alfabeto detectamos que se da poca importancia a los letreros diseñados manualmente por artistas anónimos. Cuando conocemos un país como el Paraguay nos damos cuenta de la riqueza de estas manifestaciones artísticas populares. Fomentar el disfrute de los diseños de letras supone incentivar la investigación sobre artes y diseño, lo cual significa igualmente impulsar la formación continua en artes y diseño. Al efectuar recorridos tipográficos urbanos redimensionamos el papel de las artes y el diseño entre la población que goza como turista. Dar importancia a las caligrafías creativas significa superar la exclusividad de las técnicas artísticas tradicionales, generando así nuevos procesos estéticos.

Hemos optado por repensar las posibilidades de las artes visuales en las iniciativas turísticas utilizando un lenguaje gráfico de largo alcance (histórico y estético) como es el lenguaje visual del alfabeto latino. Al mismo tiempo avivamos el uso de la fotografía en las prácticas habituales de turismo, ya que investigamos con imágenes para reconsiderar los hábitos adquiridos. Es muy efectivo entusiasmarse con el arte desde la performatividad artística, lo cual permite compartir en redes nuestros descubrimientos como observadores del panorama

urbano. Resulta importante disfrutar del arte en todas sus dimensiones y en todos los ámbitos, y el arte popular está lleno de sorpresas que debemos conocer y valorar. Al darle un valor patrimonial a los letreros caligráficos y a las tipografías urbanas en general establecemos un juego constantemente implicado entre textos escritos e imágenes.

Referencias

Ancarola, N., Manonelles, L. y Gasol, D. (eds.) (2017). *Polititzacions del malestar. Dret a l'angoixa. L'art i els processos creatius com a instrument per canalitzar el malestar*. Barcelona: Raig Verd.

Barthes, R. (1982). *Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós.

Barthes, R. (1990). *La cámara lúcida*. Barcelona: Paidós.

Benjamin, W. (2005). *El libro de los pasajes*. Madrid: Akal.

Briggs, A. y Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus.

Camnitzer, L. (2000). *Arte y enseñanza: la ética del poder*. Madrid: Casa de América.

Capdevila, R. (2016). Julián y Josefina: de la indagación americanista al descubrimiento del arte popular paraguayo. Cuadernos Salazar #4, 28-33.

Careri, F. (2002). *Walkscapes: el andar como práctica estética*. Barcelona: Gustavo Gili.

Careri, F. (2015). *Stalker /Savorengo Ker. Dal campo nomadi alla casa di tutti*. Linaria: Roma. DOI: [10.978.88907017/40](https://doi.org/10.978.88907017/40)

Carr, W. y Kemmis, S. (1988). *Teoría crítica de la enseñanza. La investigación-acción en la formación del profesorado*. Barcelona: Martínez Roca.

Desbordes de la Cultura (2017). *Desbordar Barcelona. Un relat alternatiu de la cultura a la ciutat*. Barcelona: Pol·len Edicions.

Elliott, J. (1990). *La investigación-acción en educación*. Madrid: Morata.

Escobar, T. (2011). *El mito del arte y el mito del pueblo. Cuestiones sobre arte popular*. Asunción: CAV Museo del Barro.

Even-Zohar, I. (1990). Polisystem Theory, *Poetics Today*, 11 (1), 9-26

Fasanello, A. (comp.) (2014). *Cultura visual, Investigación y Educación Artística*. Montevideo: IENBA.

Freire, P. (2015). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Giroux, H. (2013). When Schools Become Dead Zones of the Imagination: A Critical Pedagogy Manifesto, *Truthout*.

Hernández, F. (2013). La cultura visual en los procesos de documentación sobre cómo los jóvenes aprenden dentro y fuera de la escuela secundaria, *Visualidades*, 11, 2, 73-91.

Huerta, R. (2010). *Museo tipográfico urbano*. València: PUV.

- Huerta, R. (2011). *Ciudadana letra*. València: Institució Alfons el Magnànim.
- Huerta, R. (2013). La tipografía en el cine: análisis de cabeceras y créditos de películas como estrategia educativa desde la cultura visual. *Archivo de Arte Valenciano*, 94, 351-366.
- Huerta, R. (2015). *La ciudad y sus docentes. Miradas desde el arte y la educación*. Barcelona: UOC.
- Huerta, R. (2018). Miradas urbanas del profesorado iberoamericano desde la cultura visual. *Magis Revista Internacional de Investigación en Educación*, 10 (21), 55-76. DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.m10-21.mup>
- Huerta, R. y Alonso-Sanz, A. (eds.) (2017). *Entornos informales para educar en artes*. Valencia: PUV.
- Huerta, R., Alonso-Sanz, A. y Ramon, R. (eds.) (2018). *Investigar y educar en diseño*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Huerta, R., Domínguez, R. y Barbosa, A. M. (2017). Investigar para educar en diseño y otras urgencias de la educación artística. *EARI Educación Artística Revista de Investigación*, 8, 10-23. DOI: <https://doi.org/10.7203/eari.8.10790>
- Laddaga, R. (2006). *Estética de la emergencia*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Ramon, R. (2017). Pedagogías visuales y artísticas en torno al objeto cotidiano. *Artseduca*, 18, 30-53.

Rolling, J. H. (2017). Arts-Based Research in Education. En Leavy, P. (ed.) *Handbook of Arts-Based Research*. New York: Guilford, pp. 493-510.

Secretaría Nacional de Cultura (2016). *Más allá de la Guerra. Aportes para el debate contemporáneo*. Asunción: Libros del Ocaso.

Sennett, R. (2013). *El artesano* (2013) Barcelona: Anagrama.

Stake, R. E. (2005). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.

Zafra, R. (2017). *El entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Barcelona: Anagrama.