

Ricard Huerta. (2006). Aula de Innovación Educativa. [Versión electrónica]. Revista Aula de Innovación Educativa 151

La ciudad escrita, museo cotidiano

Ricard Huerta

Este artículo plantea un recorrido por la ciudad, una nueva mirada hacia la realidad urbana incidiendo en los textos como foco de atención. Desde los planteamientos y el engranaje de la cultura visual, se trataría de aprovechar el entorno próximo al alumnado partiendo de su paisaje tipográfico.

Museos al aire libre en cada calle

Pensamos que el espacio del museo establece un criterio de separación entre la realidad cotidiana y unos fondos custodiados que merecen el máximo respeto y atención. Con ello descuidamos que cada ciudadano aporta constantemente elementos de interés visual a nuestro entorno próximo. En las calles de la ciudad encontramos tiendas, cafeterías, almacenes, talleres, mobiliario urbano, furgonetas, carteles, escaparates, anuncios, kioscos, grafitis... Se trata de artefactos visuales que tienen un aspecto común: todos disponen de textos en su diseño.

Frente al interior fortificado del museo, las calles son espacios abiertos, recorridos de entidad pública, sitios de tránsito por donde podemos circular libremente. Recrear nuestra vista y aprender del discurso cultural que nos ofrecen los artefactos visuales de la ciudad es una tarea que nos puede ayudar a entender muchos de los intereses del alumnado. La ciudad, sus calles y avenidas, son para todos los públicos, también para nuestros alumnos.

Armados de cámara digital

Partiremos de la observación y aprovechamiento del espacio público como entidad "museable", es decir, como portador de significados que pueden servirnos para desarrollar estrategias educativas, ubicándonos en un espacio abierto, cotidiano, próximo, exento de un mecanismo demasiado rígido o de unos límites impuestos. Proponemos visitar la ciudad detectando y analizando los elementos gráficos que atraen nuestro interés, especialmente los símbolos alfabéticos y las composiciones con letras que se encuentran en vallas, rótulos, grafitis, letreros, pantallas, señales y otros artefactos visuales, sean publicitarios o de otra índole. Aconsejamos que la visita se prepare con antelación, que se elija un recorrido concreto, y que se valore la posibilidad de destacar algunos elementos atractivos.

La cámara de fotos (el alumnado realizará su propio reportaje gráfico) será nuestra aliada en la descripción de las imágenes del recorrido. Fotografiar el entorno próximo ayuda a entender mejor el paisaje al que ya estamos habituados, creando afinidades con ciertos estímulos en los que no habíamos reparado anteriormente. De este modo, generamos una afinidad selectiva y una serie de nuevas complicidades con aquello que ya resultaba familiar.

Enseñar de letra o ¿qué nos enseñan las letras?

La tipografía está presente en cada paso que da el alumno (y también el maestro): desde el uso del teclado del ordenador hasta la lectura de infinidad de mensajes escritos, entre los cuales la mayoría proceden de las pantallas (televisión, internet, videojuegos). Este uso desmesurado de las letras tipográficas en la opción tecnológica no se corresponde generalmente con el escaso conocimiento que se tiene del alfabeto, y menos aún cuando las carencias se refieren a lo que han influido históricamente aspectos como la imprenta, el grabado o bien la tradición cultural tipográfica en un sentido amplio (desde las capitulares romanas inscritas en piedra hasta los titulares de revistas impresas). Los signos del alfabeto disponen de una importante carga histórica y cultural. Se puede abordar un planteamiento nuevo de la tipografía como argumento educativo, ya que la esencia fronteriza de la letra tipográfica (entre el lenguaje gráfico y el lenguaje verbal escrito) permite plantear una serie de procesos desde la transversalidad. La tipografía se constituye de este modo en elemento determinante de nuestros procesos de comunicación.

Teniendo en cuenta que una de las tareas primordiales del educador consiste en enseñar a leer y escribir a sus alumnos, ¿podemos permitirnos tal desconocimiento de los artefactos visuales que constituyen una de las bases culturales de nuestra tradición? Convendría que los educadores dispusiesen de una serie de nociones imprescindibles para su trabajo: el conocimiento de la historia, la evolución social y cultural, los factores técnicos y también las pautas ideológicas que han marcado los signos de la escritura. ¿Por qué a los educadores no se les ofrece la oportunidad de conocer mejor esta herramienta básica de su trabajo?

El concepto tecnificado de los saberes tipográficos ha relegado al ámbito de los especialistas el interés por la forma de las letras y su papel en la composición de textos. El desconocimiento del engranaje tipográfico convierte a maestros y alumnos en caldo de cultivo de un sistema aprehendido pero no identificado, con lo cual su adscripción cultural queda truncada.

Los letreros del barrio, elemento expresivo

En la realidad escolar, y dentro del ámbito artístico, las prácticas de "composición libre" o de "actividades expresivas" han sido sustituidas por conceptos más amplios y porosos, entre los cuales cabe destacar la influencia del entorno en las decisiones de los individuos y los colectivos a los que pertenecen. La idea del "artista nato" se transmuta en un posible encuentro de la persona con su realidad cultural, más allá del mero escenario expresivo. Comprobamos que entre los alumnos de primaria (pero también se aprecia lo mismo entre los estudiantes universitarios) existe una mínima iniciación a la tipografía. Vemos que los conocimientos en este ámbito son tan escasos que un futuro maestro es incapaz de explicar razonadamente el motivo por el cual existen letras mayúsculas y minúsculas. Recomendamos los manuales de iniciación a la tipografía que citamos al final, los mismos que pueden ilustrar nuestro itinerario por las calles de la ciudad. Ello repercutiría muy positivamente en algo tan recurrente como la capacidad de dibujar de los maestros, y evidentemente de sus alumnos.

Animamos a los docentes a reivindicar el conocimiento del entorno urbano desde la celebración de su riqueza tipográfica. Tras la observación inicial, pasaríamos a la creación de un catálogo de imágenes por parte de los alumnos. Y después de esta fase de conocimiento, podemos elaborar propuestas gráficas (dibujos, pinturas, fotomontajes, manipulación digital de imágenes) en función de aquellos elementos iniciales.

Las letras de King Kong

Una de las películas estrella de la temporada, el *King Kong* de Peter Jackson, nos ayudará a encajar en las explicaciones del aula algunos elementos históricos y culturales. La campaña publicitaria de este film ha llenado nuestras calles de publicidad alusiva. La tipografía que se ha utilizado rememora la estética "art déco" que estaba de moda en la década de 1930, años en los que se realizó la primera versión y que coinciden con la edificación del Empire State, una época de la que podemos hablar al alumnado en nuestro recorrido cultural. Las películas de cine siempre disponen de un cartel anunciador y también de unos títulos de crédito iniciales y finales. En algunos casos, los directores miman de manera especial la parte gráfica de la producción. Esto se puede comprobar en el panorama internacional con múltiples ejemplos: ahora que ya se acerca el estreno de *M.I.III* (la tercera entrega de *Misión Imposible*) podemos destacar el grafismo de su título. En otras sagas de películas seriadas como *Matrix* o *Star Wars* las tipografías adquieren una significación especial, ya que la mercadotecnia que se establece a su alrededor necesita contar con imágenes identificadoras; en este caso, las letras (la imagen de marca) van íntimamente ligadas a la decodificación del mensaje visual. Hablar a los alumnos de este tipo de cuestiones crea entre ellos un enorme interés, ya que responde a una de sus bases culturales: las imágenes mediáticas, y desde luego no les es un tema ajeno. La calle se inunda de carteles.

Los otros signos escritos

Los estudios de *cultura visual* tienden un puente para originar encuentros entre los usos y criterios de los diferentes públicos, así como un entorno propicio al contacto con las nuevas voces, estimulando numerosos interrogantes que depara una sociedad en la que prevalece la diversidad, las culturas cruzadas y conexionadas. Fruto de esta mezcla de intereses es la aparición de lenguas diversas, en algunos casos de grafismos distantes. Gracias al poder que en los últimos años han ejercido las producciones japonesas de manga y también a la llegada reciente de ciudadanos de otros lugares del planeta, empezamos a familiarizarnos con multitud de caracteres no occidentales, textos escritos en otros alfabetos, o en ideogramas, muy diferentes a nuestro alfabeto latino. Puede que no entendamos el significado de estas escrituras, pero nos transmiten una idea mucho más enriquecedora de lo que son las culturas del mundo. Merece la pena dedicar un esfuerzo a comprender estas nuevas tipologías culturales, ya que nos ayudan a entender el mundo actual.

Resulta muy clarificador conocer la evolución de la escritura en las diferentes culturas. Para nosotros, occidentales europeos, el alfabeto latino es un elemento con el que estamos tan familiarizados que llegamos a clasificar el resto de escrituras como si se tratase de relatos exóticos.

Figura 1. Rótulo de estética oriental. Comercio con grafías diferentes al alfabeto latino



Las letras son dibujos

El alfabeto, la letra, la caligrafía y la tipografía como puntos de referencia de una serie de propuestas. Una cosa sabemos: el maestro sabe escribir. Esto lo afirman los mismos que aseguran que "no saben dibujar". Lo importante es que acepten la escritura (tanto la escritura manual como sus composiciones en el ordenador) como un verdadero espacio gráfico, una forma de representación válida que también sirve para transmitir sus propios intereses como diseñadores (o como dibujantes). Si el alumnado entra en esta dinámica de autoafirmación y de sana conciencia de sus propias posibilidades, entonces podremos conseguir muchas y más valiosas estrategias de aprendizaje. El maestro y su alumnado deben conocer la realidad impregnada de tipografías en la que viven.

Cuando analizamos un anuncio, si bien las imágenes dan la sensación de llevar la parte más convincente del relato publicitario, observamos que son los textos y las letras que lo conforman el apartado de mayor anclaje (Barthes, 1957). La publicidad es uno de los lenguajes más sofisticados, en el cual se ven implicados las distintas generaciones. Estos códigos intergeneracionales nos ofrecen un buen ejemplo de la capacidad del lenguaje publicitario para llegar a públicos diversos. El trabajo tipográfico de dichos anuncios será de gran interés para conocer los hábitos culturales y sociales que pretende generar tanto el anunciante como el creativo.

Figura 2. Picasso en Bancaixa. Las calles y edificios de las ciudades establecen criterios de orientación gracias a los textos inscritos en sus paredes



Combinar las referencias culturales para desembocar seguidamente en un apartado más productivo, la arquitectura de la ciudad ofrece ejemplos interesantísimos. Observar y dibujar (o bien fotografiar, grabar en vídeo o pintar) la ciudad conlleva la aceptación de los mensajes gráficos que cubren las arquitecturas. Cuando elaboramos en clase el tema de la ciudad y sus representaciones, necesitamos utilizar los elementos tipográficos para comprender ciertas asociaciones estilísticas. Los procesos de cambio en la imagen de la ciudad son constantes, en ocasiones traumáticos, pero siempre se detectan en las letras que lo escriben.

Figura 3. Hollywood en Valencia. Rótulo de tienda junto al escenario arquitectónico de una casa modernista



Flirteando con la ciudad

Creemos que la ciudad puede ser considerada como un auténtico paisaje de letras. Proponemos el desarrollo de una nueva lectura de la ciudad. Que se observe con más detenimiento su entorno. Que se "lean" los edificios, las calles, las tiendas, los centros comerciales, los cementerios, las plazas, los medios de transporte, los anuncios... Animamos a los alumnos a fotografiar dichos parajes próximos con sus cámaras digitales. Los alumnos detectan una presencia masiva de letras y tipografías en su hábitat (marcas, publicidad, señales, rótulos, carteles), lo cual servirá posteriormente para analizar de manera crítica el uso de dichos materiales.

Figura 4. Restauraciones e impermeabilizaciones. Curiosa muestra de comunicación tipográfica urbana, medianera con anuncio pintado



Deseamos ayudar a los ciudadanos a conocer, comprender, respetar, valorar, disfrutar, cuidar y transmitir su patrimonio, en este caso de índole local, aunque se puede ampliar la propuesta a otros ámbitos geográficos. También así, generando actitudes críticas, se puede contribuir activamente a la mejora del patrimonio en un contexto próximo (Calaf, 2003).

Hemos hablado de:

Educación
Diseño curricular
Desarrollo curricular
Formación del profesorado
Didáctica de la lengua

Bibliografía

CALAF, R. (coord) (2003): *Arte para todos. Miradas para enseñar y aprender el patrimonio*. Gijón. Trea.

HOOPER-GREENHILL, E. (1998): *Los museos y sus visitantes*. Gijón. Trea.

HUERTA, R. (1994): *Funció plàstica de les lletres*. Picanya. Edicions del Bullent.

- (2004): *Cultura visual a Ontinyent*. Ontinyent. Caixa Ontinyent.

JUANOLA, R. (1989): "La percepción del entorno, un museo abierto". *Cuadernos de Pedagogía*, 167, pp. 29-31.

TSCHICHOLD, J. (2003): *La nueva tipografía. Manual para diseñadores modernos*. València. Campgràfic.

Dirección de contacto

Ricard Huerta
Universidad de Valencia
ricard.huerta@uv.es