

estão certas? Como podemos proteger nossa história de guerras e interesses alheios? Como coexistir e manter espaços mesclados? Como viver em uma cidade com tanta história e preservá-la? O que ficará para trás? O que irá resistir? E o que irá mudar?

Referências bibliográficas:

- Foucault, M. (2013). *O Corpo Utópico, As Heterotopias*. São Paulo: n-1 edições.
- Sabino, A. e Simões, R. (2013). *Geografia e arqueologia: uma visão do conceito de rugosidades de Milton Santos*. Campinas: LAP/NEPAM/UNICAMP.

Resumen: Río de Janeiro tiene mucho que explorar. Lo que el tiempo ha ayudado a construir ha cambiado la ciudad. Los lugares que se han mantenido e incluso conservado, que representan todo lo que ha vivido la ciudad, son una prueba de resistencia. A partir de los análisis de Foucault sobre las "Heterotopías" y del concepto de "rugosidad" del geógrafo brasileño Milton Santos, este estudio presenta algunas imágenes de estos escenarios.

Palabras clave: Río de Janeiro - ciudad - resistencia - Heterotopías - rugosidad.

Abstract: Rio de Janeiro has a lot to explore. What time has helped to build has changed the city. Places that have been maintained and even preserved, representing everything the city has been through, are proof of resistance. Based on Foucault's analysis of "Heterotopias" and Brazilian geographer Milton Santos' concept of "roughness", this study presents some images of these scenarios.

Keywords: Rio de Janeiro - city - resistance - Heterotopias - roughness.

(*) Pedro Cabral: Graduando em Comunicação Visual Design, na Escola de Belas Artes, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Bolsista de Iniciação Artística e Cultural, desde 2019. Designer responsável pelo site PHADEC (laboratório de pesquisa intitulado Photography: Art, Design & Communication). Trabalha ainda com motion design e como editor no campo audiovisual. **Jofre Silva:** PhD em Fotografia, pelo Central Saint Martins College of Art and Design, Universidade das Artes de Londres (1999). Diploma em Fotografia, pelo Goldsmiths' College, da Universidade de Londres (1992). Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Design da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Coordena o laboratório: Photography: Art, Design and Communication – PHADEC (<https://phadec.eba.ufrj.br/>).

Proyecto "Made in China": El uso de la tipografía como voz plástica en el ámbito del arte contemporáneo

Patricia Claudia Barrios (*)

Actas de Diseño (2024, julio),
Vol. 46, pp. 215-218. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2021
Fecha de aceptación: mayo 2023
Versión final: julio 2024

Resumen: El proyecto se centra en la investigación sobre cómo la tipografía puede ocupar un espacio protagónico en la obra artística, otorgándole una potencia visual impactante a partir de su función persuasiva, más allá de su función verbal. La utilización de materiales cotidianos y de bajo coste, comprensibles en forma unánime por el entorno; y la ecléctica elección de los mismos encaja a la perfección con el objetivo buscado. Las 14 piezas, concordantes con los 14 días de cuarentena, presentan un fuerte sentido retórico y una voz crítica a la situación pandémica de la COVID-19. Todo es simple pero no obvio, lográndose una narrativa visual multifacética y asombrosa.

Palabras clave: Arte y tipografía – retórica – ironía – COVID-19 – *Made in China* – lo cotidiano.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 218]

La tipografía siempre ha sido uno de los distintivos para hablar de aquellas cuestiones que diferencian el arte y el diseño, pero desde que los artistas han utilizado las letras como un elemento más en sus composiciones para crear sus estrategias artísticas, ya no observamos el uso de la misma desde una perspectiva peyorativa, sino todo lo con-

trario. Cada elemento tipográfico empleado por los artistas comprende una función concreta en sí misma con una intención anticipada en el discurso narrativo planteado. Lo que *a priori* participaba como elemento diferencial de oposición entre las disciplinas del arte y el diseño, hoy se ha convertido en andamiaje conceptual para la

construcción de relatos narrativos en las obras artísticas. Día a día, la tipografía ha ido ganando terreno, formando parte activa del lenguaje plástico contemporáneo, permitiendo brindar una voz especial a las obras más allá de su significado verbal.

El proyecto se centra en la investigación sobre cómo la tipografía puede ocupar un espacio protagónico en la obra plástica, otorgándole una potencia visual impactante a partir de su función persuasiva, mucho más allá de su función verbal; logrando así, poner en tela de juicio la idea de que la tipografía sólo puede utilizarse en el ámbito del diseño gráfico y la publicidad.

Norberto Chaves lo explica así: “Aparte de su obvia función verbal, la tipografía posee una dimensión semiótica no verbal, icónica, que incorpora por connotación significados complementarios al propio nombre”. (Chaves, Norberto: *La imagen corporativa*, Barcelona, GG, 2005, p. 38). Este trabajo de investigación pretende demostrar cómo las letras también se comportan como imagen y son presentadas como elementos gráficos con intención totalmente estética desvinculada de su función lingüística. Como afirma Jasper Johns: “El proceso artístico transcurre a partir de la percepción”. De este modo, ella es el criterio central que rige la creación y, en la producción artística de Johns, tiene lugar a partir de dos actos individuales fundamentales del ser humano: el acto de ver y el acto de pensar”. (Soria, 2011, p.13).

El presente trabajo se erige en búsqueda de espectadores que vean y sientan, no sólo a través de las emociones, sino también a través de un acto reflexivo. Acerca del pensar, Bruno Munari afirma que el pensamiento piensa y la imaginación ve; y que la memoria es fundamental para que se produzca el acto reflexivo.

La inteligencia le sirve al individuo para explorar el mundo exterior mediante manipulaciones y operaciones lógicas, y así poder comprender las cosas y los fenómenos que lo rodean [...]. Todo lo que se ha comprendido queda fijado después en la memoria, en sus tres sectores principales; es decir, en el de corta duración, en el de larga duración o en el de las funciones genéticas.” (Munari, 2018, p. 21).

Bruno Munari (1977) expone sobre las relaciones entre cosas que se conocen.

El producto de la fantasía, como el de la creatividad y el de la invención, nace de las relaciones que el pensamiento establece con lo que conoce. Es evidente que uno no puede establecer relaciones entre lo que no conoce, ni tampoco entre lo que conoce y lo que no”. (Munari, 2018, p. 31).

No es una acción sencilla sino que cada idea requiere de información específica. Se toman las cosas que conocemos y se desarticulan hasta obtener elementos simples, luego se las reorganiza en búsqueda de significado. Por ejemplo, la idea de la música *pop* no era inventar nuevas historias, sino la de contar la misma historia de un modo más interesante; en eso consiste la narrativa visual tipográfica aquí planteada, cuya meta no es crear arte, sino la de experimentar arte.

El proyecto está dirigido a estudiantes y profesores de Bellas Artes y Comunicación visual, y a todas las personas interesadas en experimentar en el rico campo de la tipografía creativa como posible voz plástica dentro del ámbito del arte contemporáneo.

Para ello, se ofrece una investigación exhaustiva y una detallada gama de ejemplos de utilización de las letras a través del encuentro con elementos comunes y trillados, con una intención anticipada de expresar mensajes retóricos mediante formas sutiles y el uso de la ironía. Aplicando luego, para su construcción, técnicas artesanales de recorte, montaje, grabado y bordado sobre materiales textiles, papeles y cartulinas.

El contenido de la investigación se divide en tres apartados. El primer apartado está dedicado a la contextualización de la tipografía en la historia del arte y el diseño; y a la selección de artistas y diseñadores referenciales que utilizan letras en sus obras. El segundo apartado propone denominar las características generales de la tipografía y sus recursos, desde una mirada sintáctica, semántica y pragmática, enmarcando a la tipografía como principio estructurante, como voz retórica y como práctica artística. Y el tercer apartado describe el proyecto artístico de la investigación, con la descripción técnica y el análisis conceptual de la serie *Made in China*, cuyo desafío ha sido retratar lo cotidiano, es decir, el entorno socio-político y económico de la pandemia de la COVID-19.

La serie consta de 14 obras, concordantes con los 14 días de aislamiento que se debe guardar a modo de cuarentena ante la presencia de la enfermedad, con utilización de la tipografía de modo protagónico. El núcleo que vincula estas experimentaciones tipográficas es la utilización de materiales cotidianos y de bajo coste, que logran un fuerte sentido significativo y retórico al ser manipulados de modo artesanal y minucioso con técnica de *readymade*. Todas las obras reflejan la marcada influencia de los referentes mencionados en el apartado 1 y presentan las características de los argumentos expuestos en el apartado 2, además son autonómicas y son el resultado de miradas subjetivas y profundas de comprometido quehacer artístico, presentando una fuerte voz crítica a la situación pandémica actual.

El trabajo de carácter retórico y plástico posee una voz distintiva propia, cuya premisa principal es demostrar que el contenido puede anticiparse a la forma; y que el significado, el sintagma es potenciado por el recurso utilizado. Los materiales y los elementos cotidianos seleccionados son comprensibles en forma unánime por el entorno; y la ecléctica elección de los mismos encaja a la perfección con el objetivo buscado.

De esta manera, una exhaustiva selección de objetos comunes y trillados se convierte en herramienta de lenguaje tipográfico contemporáneo. Las letras acrílicas de una marquesina, descartadas en un contenedor de escombros; carteles festivos de cartulina; letras de bricolaje; plantillas plásticas del tipo *stencil*; letras inyectadas en caucho; bolsas comerciales de nailon y de papel *kraft* pertenecientes a tiendas españolas de renombre; y retales textiles de mercadillo, forman parte de una batería de obras tipográficas con renovada expresividad plástica.

Asimismo, un felpudo hogareño de caucho se convierte en una rama tipográfica de linotipia, carteles de cartulina de feliz cumpleaños en patrones tipográficos, letras de madera de bricolaje en monotipos, letras deacrílico obtenidas en una liquidación por cierre en sellos; y plantillas plásticas de *stencil* en el típico instrumental de estarcido, propio del arte callejero.

Todo es simple pero no obvio; y es una invitación a segundas lecturas y a una reflexión crítica del presente temporal compartido que mediante una labor meticulosa y extensa de limpieza formal, logra una exquisita narrativa visual de carácter multifacético, siempre en búsqueda del asombro y la complicidad con el espectador.

Referencias bibliográficas

Munari, B. (2018). *Fantasia, invención, creatividad e imaginación en las comunicaciones visuales*, Barcelona, GG.

Soria, M. (2011). *Jasper Johns: las huellas de la memoria: Institut Valencià d'Art Modern, 1 febrero - 24 abril 2011*, Valencia, IVAM.

Bibliografía

Adams, S. (2017). *Colorpedia. Diccionario del color para diseñadores*. Barcelona, España: Promopress.

Ambrose, G. y Harris, P. (2015). *Genios del diseño. Métodos y procesos de los pensadores creativos*. Barcelona, España: Blume.

Ambrose, G. y Harris, P. (2005). *Layout. Bases del diseño*. Barcelona, España: Parramón.

Bancaja. (2011). *Jasper Johns. La huella de la memoria*. Valencia, España: IVAM.

Bancaja. (2004). *Los talleres didácticos del IVAM. 1998-2005*. Valencia, España: IVAM.

Bankov, P. (2005). *I make posters every day*. Rusia: Pareto print.

Belinche, D. (2011). *Arte, poética y educación*. La Plata, Argentina: Edición Argentina.

Bergström, B. (2017). *Tengo algo en el ojo. Técnicas esenciales de comunicación visual*. Barcelona, España: Promopress.

Blackwell, L. (1993). *La tipografía del SXX*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Bonnevier, J. (2013). *Fashion Exposed*. Barcelona, España: Promopress.

Bramston, D. (2010). *Bases del diseño de producto. Materiales*. Barcelona, España: Parramón.

Carrere, A. (2009). *Retórica tipográfica*. Valencia, España: Universidad Politécnica de Valencia.

Carson, D. (1996). *El diseño gráfico después de the end of print*. Ciudad de Buenos Aires, Argentina: Librería Técnica CP67.

Carter, R. (1997). *Diseñando con tipografía 3, color y tipografía*. Barcelona, España: Rotovisión.

Carter, R. (1995). *Tipografía experimental*. Barcelona, España: Index Book.

Cole, D. (2008). *Diseño textil contemporáneo*. Barcelona, España: Blume.

Chaves, N. (2005). *La imagen corporativa*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Edwards, B. (1994). *Aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro*. Barcelona, España: Urano.

Esteve de Quesada, A. (2001). *Creación y proyecto. El método en diseño y otras artes*. Valencia, España: Diseñarte.

Fernández, S. y Bonsiepe, G. (2008). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. San Pablo, Brasil: Editora Blücher.

Flamant. (2017). *Scripted. Custom lettering in graphic design*. Barcelona, España: Wang Shaoqiang.

Garfield, S. (2012). *Es mi tipo*. Ciudad de Buenos Aires, Argentina: Taurus.

Godoy, M. J. y Rosales, E. (2009). *Imagen artística, imagen de consumo*. Barcelona, España: Ediciones del Serbal.

Happy Letters. (2018). *El arte del lettering*. Málaga, España: Sirio.

Holzwarth, H. Werner, y Taschen, L. (2016). *Arte Moderno. Colonia*. Alemania: Taschen.

Hughes, P. (2015). *Diseño de exposiciones. De los aspectos técnicos al concepto de diseño*. Barcelona, España: Promopress.

Ingledeu, J. (2016). *Cómo tener ideas geniales. Guía de pensamiento creativo*. Barcelona, España: Blume.

Irujo, J. (2008). *La materia sensible. Técnicas experimentales de pintura*. Madrid, España: H. Blume.

Iscan, F. (1985). *Así se hace un collage*. Barcelona, España: Parramón.

Jackson, P. (2017). *Texturas en papel. Técnicas de diseño de superficies*. Barcelona, España: Promopress.

Jardí, E. (2007). *Veintidós consejos sobre tipografía*. Barcelona, España: Actar.

Kane, J. (2002). *Manual de tipografía*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Kirkendall, G. J. y Escalera, J. (2018). *El placer del lettering*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Leamy, S. (2017). *Lea este libro si quiere hacer buenos dibujos*. Barcelona, España: Blume.

Leborg, CH. (2013). *Gramática visual*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Longinotti, E. (2005). *Morfologías*. Ciudad de Buenos Aires, Argentina: Grin & shein haus.

Lupton, E. y Cole Phillips, J. (2009). *Diseño gráfico. Nuevos fundamentos*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Lupton, E. (2019). *El diseño como Storytelling*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Lupton, E. (2012). *Intuición, Acción, Creación. Graphic Design Thinking*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Lupton, E. (2016). *Pensar con tipos*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Marín Álvarez, R. (2013). *Ortotipografía para diseñadores*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Martínez, CH. (2014). *Manual de recursos tipográficos. Una guía para experimentar con tipografía*. Valencia, España: Campgráfico.

Meggs, P. (2000). *Historia del diseño gráfico*. D.F., México: Mc. Graw-Hill.

Morrill, R. (2019). *Vitamin T. Threads & Textiles in Contemporary Art*. London, Inglaterra: Phaidon.

Owen, W. (1991). *Diseño de revistas*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Raimés, J. y Bhaskaran, L. (2007). *Retro Graphics Cookbook*. Barcelona, España: Marcombo.

Renner, P. (2000). *El arte de la tipografía*. Valencia, España: Campgráfico.

Rivers, CH. (2011). *Taller de tipografía*. Barcelona, España: Promopress.

Rollie, R. y Branda, M. (2007). *La enseñanza del diseño en comunicación visual*. Ciudad de Buenos Aires, Argentina: Nobuko.

Ros, A. (2006). *Diseño gráfico*. Ciudad de Buenos Aires, Argentina: Editorial Argonauta.

Ruder, E. (1992). *Manual de diseño tipográfico*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

- Samara, T. (2008). *Tipografía para diseñadores*. 850 tipos de letra y 40 gamas cromáticas. Barcelona, España: Blume.
- Santana, C. (2012). *Arte contemporáneo de América Latina*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Novedades Educativas.
- Thittichai, K. (2013). *Arte textil calor*. Badalona, España: Parramón.
- Trebbi, J. CH., Genevaux, CH. y Bounoure, G. (2017). *El arte del plegado. Vol. 2 Nuevas tendencias, técnicas y materiales*. Barcelona, España: Promopress.
- Trebbi, J. CH. (2014). *El Arte del Pop-Up: El Universo mágico de los libros tridimensionales*. Barcelona, España: Promopress.
- Triggs, T. (2003). *The typographic experiment*. Londres, Inglaterra: Thames & Hudson.
- Visocky O'Grady, J. y K. (2018). *Manual de investigación para diseñadores*. Barcelona, España: Blume.
- Willen, B. y Strals, N. (2009). *Lettering & type*. Nueva York, Estados Unidos: Princeton Architectural Press.
- Zappaterra, Y. (2007). *Diseño editorial. Periódicos y revistas*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Abstract: The project focuses on the investigation of how typography can occupy a leading role in the artistic work, giving it a powerful visual impact from its persuasive function, beyond its verbal function. The use of everyday and low-cost materials, unanimously understandable by the environment, and the eclectic choice of them fits perfectly with the desired objective. The 14 pieces, in accordance with the 14 days of quarantine, present a strong rhetorical sense and a critical voice to the pandemic situation of COVID-19. Everything is simple but not obvious, achieving a multifaceted and amazing visual narrative.

Keywords: Art and typography - rhetoric - irony - COVID-19 - Made in China - the everyday.

Resumo: O projeto se concentra na pesquisa de como a tipografia pode ocupar um papel de destaque no trabalho artístico, conferindo-lhe um poderoso impacto visual baseado em sua função persuasiva, além de sua função verbal. O uso de materiais cotidianos e de baixo custo, unanimemente compreensíveis pelo ambiente, e a escolha eclética desses materiais se encaixam perfeitamente no objetivo buscado.

As 14 peças, de acordo com os 14 dias de quarentena, apresentam um forte sentido retórico e uma voz crítica à situação pandêmica da COVID-19. Tudo é simples, mas não óbvio, alcançando uma narrativa visual multifacetada e marcante.

Palavras-chave: Arte e tipografia - retórica - ironia - COVID-19 - *Made in China* - cotidiano.

(*) **Patricia Claudia Barrios:** Formación Académica Universidad Politécnica de Valencia Máster Oficial en Producción Artística Universidad de Buenos Aires (UBA) Diplomado en Diseño Gráfico Instituto Superior Parque España Capacitación Pedagógica para Profesionales Universidad de La Plata Cursado Posgrado en Lenguajes Artísticos Escuela de Artes Visuales Martín Malharro Formación Básica en Escenografía Instituto Superior de Diseño Palladio Estilismo de Moda: Asesor Integral de Imagen Universidad Tecnológica Nacional Arte Textil: Fielto en 2D y en 3D Otras instituciones Arte Textil: Tejido en Telar maría y experimentación textil Experiencia Laboral Relevante, como: - Diseñadora gráfica freelance Enero de 1990 hasta ahora - Artista Visual en exposiciones Septiembre de 2007 hasta ahora - Investigadora en Arte textil experimental Junio de 2005 hasta ahora - Titular de reprografía digital de corta tirada Septiembre de 2019 hasta ahora - Diseñadora en Papel Marzo de 2017 hasta ahora - Profesora de tipografía, historia del arte y el diseño; y Tecnología gráfica Junio de 2010 a Febrero de 2018 - Profesora de taller de ilustración, comunicación y gráfica Febrero de 2017 a Febrero de 2018 - Profesora de introducción al Diseño, taller de Diseño II, Laboratorio de diseño y tecnología, Dibujo publicitario I y II Febrero de 2004 a Febrero de 2010 - Profesora de taller de Diseño III en la UBA Febrero de 1992 a Diciembre de 1995 Otros, como: - Ponente de Conferencias sobre creatividad e innovación en Congresos y Encuentros Latinoamericanos sobre arte y diseño Julio de 2011 a Julio de 2016 - Dictado de Workshops sobre temáticas de Arte, Diseño, Innovación y Creatividad Mayo de 2012 a Diciembre de 2017 - Profesora en técnicas de telar maría y Fielto 2D-3D Junio de 2005 a Febrero de 2018 - Investigadora y realizadora de proyectos educativos Junio de 2005 a Febrero de 2018 - Cotitular en reprografía gráfica Marzo de 1992 a Diciembre de 2004 - Distribuidora de libros y revistas sobre Arte y Diseño Julio de 2010 a Febrero de 2018.