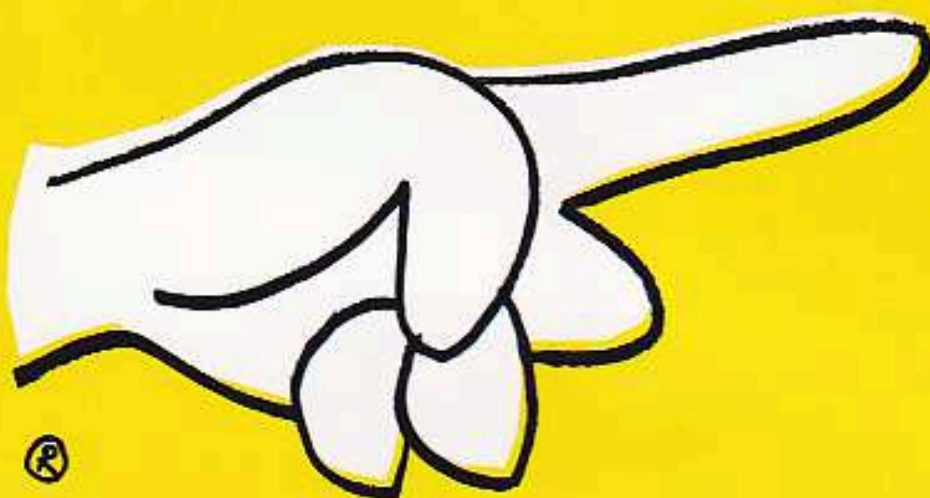


# visual





Aluminio, metracrilato y vinilo. No ha cambiado tanto. Y cuando pretendes hacer algo que se salga de los estándares que nos marca la industria, tienes que volver a la imaginación, al oficio artesano, a la complicidad...  
(Carlos Rolando)

## La señalización, la identidad y la ciudad

*La comparación es inevitable si afrontamos un periodo de veinte años, en el que la evolución de las tecnologías ha supuesto un cambio drástico en el diseño, no tan sólo en el modus operandi sino en la misma esencia del trabajo del diseñador. De un modo parejo, los procesos industriales para la creación de elementos de señalización e identidad visual se han transformado.*

**Lluís Morillas:** Hace veinte años trabajábamos de otra forma. El proceso, el nuestro, era manual, y acababa también en un resultado hecho a mano. Las soluciones se desarrollaban teniendo en cuenta desde el principio como se llevaría a término la pieza: los materiales, el peso y el volumen... hoy podemos trabajar con total libertad, imaginar lo que queremos sin preocuparnos de si será posible o no llevarlo a cabo. Cuando tenemos la solución gráfica perfectamente definida es cuando nos planteamos cómo se materializa.

**Jordi Torres:** Veinte años más tarde, no es tanto lo que ha cambiado. Quizá se ha perdido el artesano, el virtuoso, el rotulista que pintaba a mano y que aportaba oficio. Y no creo que se haya sustituido la calidad del acabado, el ordenador y los procesos industriales tan nuevos han conseguido una perfección que tiene sin embargo limitaciones, que aquel artesano no tenía o las subsanaba con imaginación.

**Morillas:** No lo decía tanto en positivo, como que es mejor ahora, sino como constatación de una realidad: ese cambio existe y tiene aspectos positivos y otros menos positivos.

**Carlos Rolando:** Aluminio, metracrilato y vinilo. No ha cambiado tanto. Y cuando pretendes hacer algo que se salga de los estándares que nos marca la industria, tienes que volver a la imaginación, al oficio artesano, a la complicidad... y ahí es importante la implicación de las personas y las empresas que están en este negocio. Por supuesto, lo más rentable es hacer muchos rótulos mediante procesos mecanizados, pero eso no siempre es suficiente.

No tarda la conversación en derivar por otros derroteros, que nos llevan de los soportes a los mensajes. Y se hace patente la preocupación común por el cariz que están tomando nuestras ciudades, saturadas de información visual.

**Oscar Martínez:** La señalización es víctima de la explosión de mensajes con los que tiene que competir, y pierde eficacia en

favor de la hegemonía de la marca y la publicidad. Los diseñadores se obsesionan en encontrar soluciones nítidas pero que polucionen lo menos posible, visualmente hablando, y esa preocupación no la tienen las empresas de publicidad, con lo que las marcas están ganando la batalla a las señales.

**Morillas:** El tema de la ergonomía ambiental es interesante. Se hace necesaria una reflexión al respecto por las partes implicadas. Es curioso ver cómo se debate a menudo sobre estos temas sin darnos cuenta de que las ciudades se están llenando de esas lonas publicitarias con las que se cubren edificios enteros, y como son temporales nadie dice nada. No puedes mantener un equilibrio visual en las ciudades si admites que pueda verse afectado por elementos que aunque transitorios resultan tan desproporcionadamente dominantes. La transitoriedad de esos elementos es relativa, porque una restauración de edificio puede durar años, quizá el mensaje cambie, hoy son unas zapatillas y mañana un coche, pero eso no hace sino empeorar la situación, en la medida que ni siquiera se integra en el paisaje estable de la ciudad.

**Fernando Salas:** Se sospecha que hay fachadas que se reparan varias veces, con la única intención de explotar la lona por más tiempo.

*Posiblemente haya que buscar el origen de esta situación en el doble juego que realizan las administraciones: por un lado, procurando poner cierto orden en el caos visual al que se ven sometidos los ciudadanos, pero sin renunciar por otro a cualquier iniciativa que repercuta positivamente en sus áreas.*

**Rolando:** La normativa es muchas veces excéntrica, minuciosa en aspectos que son triviales, y obcecadamente inoperante en lo sustancial. Se mide la polución visual en centímetros, cuando no tiene nada que ver con el tamaño.

**Oscar:** Incorporar criterios de valoración a la normativa sería la solución, pero es difícil que pueda llegar a suceder. Es mucho más cómodo establecer límites objetivos que aunque no sean válidos no ofrecen duda en su aplicación, que tener que trabajar con otros que por subjetivos pueden ponerse en cuestión.

**F. Salas:** Siempre pongo el ejemplo de París, y las terrazas de sus bulevares, que aquí se están eliminando porque no cumplen la norma. Si se aplicara el mismo criterio allí, nadie lo aceptaría, porque forman parte de la esencia misma del paisaje urbano de un modo protagonista y sustancial.



No puede ser que una vez más nos encontremos con que tenemos que articular elementos de asesoramiento puntual, que al final sólo son la coartada necesaria para que las administraciones puedan justificar sus actuaciones.  
(Josep M. Mir)

**Rolando:** La mediocridad siempre cumple con la normativa.  
**Mir:** La normativa hoy sólo permite la identificación mediante rótulo plano, y no por fachada. Esto supone que todas las soluciones son uniformes, con lo que la efectividad se dispersa y la polución es mayor; y además todo esto dentro de una dinámica de hipocresía: la norma es estricta en unos aspectos, pero al mismo tiempo puedes encontrarte las lonas que cubren edificios, autobuses completamente forrados, banderolas o mobiliario urbano cuya única finalidad es soportar mensajes publicitarios, aunque para ello tengan que estorbar el paso al peatón o la visibilidad del tráfico rodado.  
**F. Salas:** Si lo argumentas, puedes hacer cosas excepcionales. Entrar en una dinámica complicada, en la que hay que negociar con el funcionario, defender tu solución, someterte a sus requerimientos aunque no sean razonables si con ello consigues que ceda en otros aspectos que son irrenunciables para ti...  
**Rolando:** La identidad de los países, de las ciudades, es como la identidad de una corporación o de una empresa. Con la dificultad de que no se puede controlar, orientar, centralizar, sino que se produce por un cúmulo de acciones individuales. Pero existe: los países sajones lo tienen muy claro, y ves como utilizan unos colores dominantes (los de la bandera) con lo que se produce un fenómeno de suma que al final aboca a una subyacente identidad común.  
**Morillas:** Pero hay aspectos de la identidad que sí son controlables, y en eso aquí se han cometido despropósitos enormes. Por ejemplo, la policía es un elemento muy significativo de la identidad de un lugar: los gendarmes franceses o la policía inglesa tienen un peso específico en la identidad. También los autobuses, o los taxis, que en el caso de Barcelona son ejemplo paradigmático. La señalización urbana puede cumplir también un papel importante en la identidad de una ciudad... qué pocas veces se tiene esa sensibilidad, y se afrontan como problemas aislados y las soluciones son descoordinadas.  
**Claret:** ¿Por qué una comisaría tiene que ser un lugar tan descoordinado, lúgubre? Mientras las empresas han asumido que sus locales y edificios son una parte importante de su imagen, incluso un elemento sustancial de su política de recursos humanos, los organismos oficiales consideran un lujo



Los diseñadores se obsesionan en encontrar soluciones nitidas que polucionen lo menos posible, visualmente hablando, y esa preocupación no la tienen las empresas de publicidad, con lo que las marcas están ganando la batalla a las señales.  
(Oscar Martínez)

invertir en ello. Y cuando lo hacen es de un modo espectacular y epatante, pero anecdótico.  
**Oscar:** El sello postal tiene también esa condición de identificador local, que además se mueve libremente por todo el mundo. Eso, que en Holanda por ejemplo lo han descubierto y lo han trabajado de un modo novedoso y espectacular, aquí se entiende aún como algo casi folclórico, que se concibe de modo individual cada vez que se realiza una emisión, y la mayoría de las veces con muy poca fortuna. El organismo emisor asume casi siempre el trabajo de diseño con criterios meramente estéticos, casi florales, pero no se valora la importancia que tiene como elemento comunicador, más allá del estrictamente funcional del franquero.  
*Evidentemente, la señalización es sólo una parte del sistema informativo y la comunicación al ciudadano. Aunque por su relevancia es quizá el que más se percibe, ya sea en el despropósito o en el acierto. Aunque de modo poco continuado y sin la mínima coordinación y rigor, sí se realizan acciones aisladas que demuestran una sensibilidad creciente en el interés por el tema.*  
**Oscar:** Se ha realizado una experiencia en la calle Fontanella, en Barcelona, para optimizar los mensajes y señales. Se trata de una pieza o báculo que contiene en un mismo "obstáculo" el alumbrado público, semáforos, señalización vertical, paneles de información, banderolas, etc. La pieza en cuestión ha sido importada de Australia, y se ha conseguido reducir el número de postes de treintainueve a quince. De momento no deja de ser una acción aislada y una solución importada del extranjero, pero abre las puertas a seguir trabajando en esa dirección. También se está elaborando un Libro Blanco de la Calle, en un acuerdo con el FAD, que sirva de documento de referencia e incluya el análisis de la calle, las funciones que se desarrollan en el espacio público y un diagnóstico sobre los elementos urbanos con propuestas y criterios concretos para la mejora del espacio urbano. Aunque todo esto no quita para que al mismo tiempo veamos cómo proliferan sin criterio otros elementos de los que ya hemos hablado y que minimizan cualquier esfuerzo que en este sentido se haga.  
**Claret:** Esta iniciativa, que es loable pero aislada, queda minimizada porque la reflexión es puntual, en la medida que habría que asumir la problemática de un modo global,



No se contempla la figura del semiótico, con lo que existe déficit comunicacional. Y la solución acaba siempre siendo la misma: añadir nuevas señales allí donde se produce conflicto, las que sean necesarias, por lo que el exceso acumulado en el tiempo acaba por producir un efecto ensordecedor que impide la eficacia.  
(Luis Morillas)

atendiendo no sólo a los mensajes a que se refiere sino al conjunto visual e informativo de la calle y de la ciudad. Equilibrar los mensajes informativos, comerciales, publicitarios en una armonía o al menos una convivencia pacífica debería ser el objetivo, más allá de soluciones parciales. Y ese reto no se afronta.  
**Morillas:** Reflexionemos un momento acerca de por qué hay que ir a Australia a buscar esta solución, y por qué se produce concretamente allí. Es evidente que si sucede es porque en Sidney alguien se planteó el problema, y realizó el encargo para solucionarlo. No vayamos a pensar que aquí no hay diseñadores capaces de analizar y resolver esta cuestión, posiblemente mejor porque la problemática no es la misma en todas las ciudades. Entonces, en lugar de esto lo que se hace es copiar la solución sin estudiar el problema, que estoy seguro de que no es exactamente el mismo. Y posiblemente sea mejor que lo que había, no es difícil, pero es un parche más que disminuye las consecuencias del problema, pero no lo resuelve. Es muy fácil llegar a un lugar y enamorarnos por los aspectos estéticos de una solución, pero estamos importando los aspectos estéticos, no la solución.  
**F. Salas:** Hubo que pelearse mucho para que, por la aplicación intransigente de la normativa, no desaparecieran los toros de Osborne de las carreteras. Y sin embargo se nos obliga a convivir con cientos de paneles, chirimboles y demás obstáculos físicos y visuales que lo único que aportan son unos ingresos extras a los municipios a costa del perjuicio para los propios administrados. Mientras esto sigue siendo así, este tipo de iniciativas, que están muy bien, son sólo espejismos y brindis al sol.  
 *Parece claro que sería necesario complementar la normativa con el aporte de criterio y sentido común sobre casos concretos.*  
**Josep M. Mir:** La posibilidad de que exista un consejo que actúe como "garante de sensibilidad" a la hora de aplicar las normas, debe estar sujeto a la profesionalidad de ese consejo. Y no me refiero a su calidad intelectual ni a su preparación, que doy por supuesta, sino a que cobre por esa labor. No puede ser que una vez más nos encontremos con que tenemos que articular elementos de asesoramiento puntual, que al final sólo son la coartada necesaria para que las administraciones puedan justificar sus actuaciones.



La señalética debería ser cada vez más esencial, más desnuda, más eficaz. Y por contra, nos encontramos con que cosas que ya están magníficamente resueltas como puede ser la señalización de un aeropuerto, se reinventan en soluciones difusas, incoherentes y barrocas que no sólo no funcionan sino que confunden.  
(Jordi Torres)

**Morillas:** Aunque sea un cambio de rumbo en la conversación, no quiero dejar de mencionar el libro de América Sánchez, por el valor que tiene en la percepción de la ciudad. Me parece que aporta mucho a los aspectos de imagen de la ciudad, en la medida que condiciona y predispone a una percepción del paisaje urbano que se escapa normalmente a los habitantes.  
**Claret:** Tiene mucho valor, es un oasis, pero subjetivo en la medida que la muestra es individual. Hay que entenderlo así, como una visión de conjunto deliciosa, pero no como análisis y resultado de lo que es la imagen de la ciudad.  
**Morillas:** Por supuesto, pero acerca y descubre lo que no ya sólo nosotros, sino el gran público ha vivido de un modo desapercibido e inconsciente. No es un libro sólo para diseñadores, y en ese sentido su valor es mucho mayor. Podemos pensar que a los que no están en nuestro ámbito no les interesa, pero son precisamente estas iniciativas las que despiertan el interés por el diseño desde fuera del diseño.  
**Josep M. Mir:** Es un libro para la historia. Dentro de cincuenta años tendrá un gran valor, en la medida que hoy es una muestra de lo que hay, pero entonces será un documento de lo que existió. Y esto está por encima de las percepciones que hoy podemos tener, que son distintas para nosotros que vivimos la ciudad o para el visitante eventual, o incluso quien nunca haya estado en Barcelona, y que descubrirán en el cosas que no vieron.  
**Jordi Torres:** La señalética debería ser cada vez más esencial, más desnuda, más eficaz. Y por contra, nos encontramos con que cosas que ya están magníficamente resueltas como puede ser la señalización de un aeropuerto, se reinventan en soluciones difusas, incoherentes y barrocas que no sólo no funcionan sino que confunden. Esto sucede aquí mismo, en Barcelona, que tenemos un aeropuerto pequeño, casi doméstico, y en el que ni quienes lo frecuentamos somos capaces de entender muchas veces lo que se nos está intentando comunicar.  
**Josep M. Mir:** Seguramente, el problema radica en que al diseñador se le llama tarde, cuando ya está todo hecho, para que simplemente coordinemos el trabajo de colgar rótulos. Muchas veces el despropósito es tal que a duras penas puede arreglarse con señales, porque no se ha



Si lo argumentas, puedes hacer cosas excepcionales. Entrar en una dinámica complicada, en la que hay que negociar con el funcionario, defender tu solución, someterte a sus requerimientos, aunque no sean razonables si con ello consigues que ceda en otros aspectos que son irrenunciables para ti...  
(Fernando Salas)



Mientras las empresas han asumido que sus locales y edificios son una parte importante de su imagen, incluso un elemento sustancial de su política de recursos humanos, los organismos oficiales consideran un lujo invertir en ello. Y cuando lo hacen es de un modo espectacular y epatante, pero anecdótico.  
(Claret Serralima)

pensado en los itinerarios, en los flujos de personas, en los recorridos.

**Morillas:** No se contempla la figura del semiótico, con lo que existe déficit comunicacional. Y la solución acaba siempre siendo la misma: añadir nuevas señales allí donde se produce conflicto, las que sean necesarias, por lo que el exceso acumulado en el tiempo acaba por producir un efecto ensordecedor que impide la eficacia. Eso cuando esas señales añadidas no son simplemente contradictorias con las anteriores.

**Claret:** Yo estoy de acuerdo en que el diseño es básicamente función, pero no está enfrentado con otros discursos, otros valores, que a veces de un modo subordinado, deben existir. Y el diseño debe responder a su tiempo y aportar cultura visual. De lo contrario, una vez sistematizada la eficacia no sería necesario diseñar, sino aplicar un método perfecto. Y esto no es así.

**Jordi Torres:** No soy sospechoso de funcional ni de minimalista, pero la señal debe priorizar su razón de ser, que es informar. Y con frecuencia, nos perdemos en consideraciones que responden a un mal entendido respecto a la tradición, a la integración en el conjunto, y por ahí se llega a señalizaciones que por no "estorbar", ni siquiera se perciben.

**Rolando:** Hay que pensar la señalización como diseñadores. En comunicación la clave está siempre en ponerse en el lugar del otro. La señalización sólo está acabada cuando queda demostrado que funciona. No es previsible siempre el comportamiento del receptor sobre un plano, ni siquiera in situ cuando un edificio está vacío. Porque la propia vida de un recinto, el que sea, incorporará elementos que distorsionan los hábitos de percepción, y sufrirá con el tiempo modificaciones que requerirán adecuar la señalización.

**Oscar:** Cuantas veces nos hemos sorprendido por la existencia de una señal de extintor, justo encima de éste y de un tamaño menor. La explicación sería que esa señal se ve en la oscuridad porque es fluorescente, pero bastaría con hacer que los extintores lo fueran, y quitar la señal.

**Morillas:** La solución no hemos sido capaces de darla los diseñadores, y vendrá de la mano de la tecnología. Estoy hablando, claro está, del GPS. No está tan lejos el momento en que la importancia de los sistemas físicos de información quede en un segundo plano frente a la imposición

generalizada del GPS. Y como diseñadores habremos perdido la batalla.

*Esta variable, la de la tecnología, reorienta el debate. Y aunque sea entrar en el terreno de lo futurible, parece obvio que será protagonista en la evolución de la información, ya sea ésta en el terreno de la señalización o en otros.*

**Oscar:** Pero la tecnología casi nunca es democrática. En primer lugar en el acceso a la información, que quedará vinculado al poder adquisitivo necesario para disponer del dispositivo en cuestión, y en segundo lugar, en la propia información, que estará o no disponible en la medida que alguien tenga el interés y poder económico necesario para que esté. Y sin duda tienes razón, llegará a ser un elemento cotidiano y lo asumiremos como imprescindible, pero una vez más habrá unos cuantos que se quedarán al margen y no disfrutarán de sus ventajas. Como ha sucedido con las tarjetas de crédito o con los teléfonos móviles. Y esos pocos estarán, otra vez, al margen de la realidad que la mayoría disfrutamos.

**Morillas:** Yo no quiero hacer apología del GPS, ni digo que sea la panacea. Lo que quiero argumentar es que ese cambio se va a producir, y este debate no sería el mismo dentro de una década, nos guste o no. Y sucede esto porque en abstracto es una solución mejor que las que tenemos ahora, no hemos sido capaces, los diseñadores y otros muchos implicados, de perfeccionar la información hasta el punto de que no sea necesaria esta solución. Esta imperfección y las limitaciones que no hemos solventado, son el pilar en el que se sustenta el negocio del GPS. Esto es así y no es malo que lo reconozcamos y reflexionemos sobre ello. Puede parecer insolidario o poco democrático, pero nuestra incapacidad ha sido el detonante para que funcione y se generalice.

**Claret:** A la larga, las tecnologías son siempre democráticas, al posibilitar que todos accedan por igual a la información. Otra cosa es que en el camino, el uso de las tecnologías no lo sea, como sucede por ejemplo con la televisión. No podemos demonizarla ni decir que sea antisolidaria, otra cosa es el uso que desde el poder se hace de la televisión y los mecanismos que la propia sociedad desarrolla para contrarrestar ese uso dominante. *Ese será quizá el debate dentro de una década. Entretanto, solo resta esperar a saber hasta qué punto estamos ante una realidad inmediata o forma parte de la ciencia ficción.*