

CARTELES: UNA AGRESION COTIDIANA

Por tener un rol accesorio y más bien subalterno, a los carteles, avisos, rótulos, señales gráficas en general no les conferimos la atención que debieran merecer por la relevancia inusitada que han venido cobrando en la imagen final que otorgan a los edificios y a los ámbitos en los que se inscriben. Esta nota analiza con sentido crítico tan infrecuente tema, pretende crear conciencia sobre el asunto y apunta hacia algunas soluciones.

Sería inexacto creer que la problemática que nos ocupa se manifiesta exclusivamente en nuestro medio. En efecto, puede detectarse una suerte de tendencia casi universal en lo que hace al aspecto más negativo del asunto: distorsiones más o menos brutales tanto a escala arquitectónica como urbanística, motivada por la presencia anárquica y abusiva de cartelería. Sea por la gravedad que revestía la situación o por la conciencia que se tenía de ello, en algunas ciudades se están tomando medidas tendentes a revertir el proceso.

Documentos gráficos de diverso origen nos permiten apreciar que hasta bastante adentrados en el siglo XX, la cartelería convivía en perfecta armonía y notable simbiosis con los edificios, al punto que se podría hablar de una mutua puesta en valor. Había sin duda allí algo más que discreción y caracteres clásicos. En algún momento y aparentemente ligado a una diversidad de factores, se comenzó a gestar un proceso involutivo que desembocó en la actual situación, la que entendemos digna de ser analizada. Algunos estudios llevados a cabo en otros medios resultan esclarecedores en ese sentido.

ALGUNAS EXPLICACIONES PARA UN CUADRO DEGRADANTE

El progresivo deterioro ambiental que ha venido sufriendo "La Rambla" de Barcelona ⁽¹⁾ -el ámbito más representativo de la ciudad- forma parte de un proceso de transformación que es prácticamente un calco de lo que ocurrió y ha venido ocurriendo, por ejemplo, con la Ciudad Vieja de Montevideo. El desplazamiento de la residencia calificada y el interés de los comerciantes por mantener la vitalidad del sector en una época determinada por nuevas reglas de juego, fueron imponiendo una serie de intervenciones de tipo salvaje tanto en lo que hace a alteraciones de las plantas bajas como a la instalación de cartelería. La degradación física de las antiguas construcciones, sumada a la pobre valoración que merecieron sirvió de justificación para esta clase de intervenciones urgidas por una

competitividad cada vez más fuerte.

Usualmente las situaciones que revisten mayor gravedad se localizan en los llamados distritos centrales. Es allí donde coinciden en circunstancias por demás infelices, áreas históricamente caracterizadas o edificios de valor testimonial, con actividades comerciales. El consumismo, el traslado mecánico y nada criterioso de soluciones, la producción adocenada, la



"...edificios... reducidos a la triste condición de soportes de alaridos publicitarios..."

escasa creatividad, el manejo de un limitadísimo elenco de materiales, se suman a la causa histórica antes mencionada.

Pero existe otro tipo de factores, vinculado de alguna forma con los anteriores, que incide también negativamente en el resultado formal. Entre los principales se encuentra el concepto bastante difundido de que el prestigio y jerarquía de una empresa están en función directa con las dimensiones de su respectiva cartelería. Este fenómeno se registra en otros órdenes y parece responder a patrones culturales más o menos conocidos.

Al cumplimiento de la función simbólica mencionada precedentemente, suele exigírsele últimamente otra complementaria en el caso de anuncios luminosos: debe contribuir significativamente a la iluminación exterior del negocio. Dejemos de lado el hecho de que tal función podría en circunstancias normales ser cumplida satisfactoriamente por un adecuado sistema de iluminación específico y pasemos a observar que en cuanto se exija un mejor desempeño del artefacto en el cumplimiento de este nuevo requisito el diseño del letrero lucirá durante el día como demasiado condicionado a su ciclo nocturno, mientras que durante la noche producirá casi inevitablemente deslumbramiento como consecuencia de la incompatibilidad entre la función supuestamente principal y la subsidiaria.

CONSOLIDACION DE LA SITUACION

Transcurrido cierto lapso de tiempo y habiéndose operado una difusión masiva del modelo y sus variantes, ya no es sólo el comerciante que exige o el promotor que trata de imponerlo, sino que hasta el propio ciudadano común comienza a aceptarlo e inclusive "espera" este tipo de carteles.

Podríamos suponer que el panorama presentado es más que nada producto de una acumulación insensata de criterios -muchas veces de por sí erróneos- derivada de un amateurismo con rasgos de ingenuidad, que desconoce alegremente elementales leyes que rigen los mecanismos de la percepción visual. Este tipo de casos posee -paradojalmente- la particularidad de no cumplir con el cometido comercial que se supone fue el motivo más importante para su instalación. En la medida que sólo cumplen en cierto modo una función de tipo identificatorio, por la lectura semántica que el público puede hacer de estos aditamentos el daño visual que conllevan se torna más bien gratuito. A este grupo se agrega otro, tan o más agresivo que el anterior para el medio en el que se ubica, pero que denota un tratamiento profesional de la publicidad. Usualmente cumplen con su cometido, aunque a costa de un notorio envilecimiento del espacio público.

Ambas modalidades se han venido imponiendo muchas veces con una aceptación pasiva del transeúnte. La explicación del fenómeno correspondería a especialistas que transitan otras disciplinas. Suponemos responde a causas que radican en algo más de un



"...se trata de dar un alerta frente a la agresión de edificios que resultan irreconocibles..."

simple acostumbramiento y quizá debamos hurgar en los efectos residuales de un manejo muy particular de los medios de comunicación, provocando que una parte nada despreciable de la población acepte irreflexivamente todo aquello que se le presente como bueno. Creemos modestamente que parte de esa suerte de alienación puede combatirse difundiendo los valores que se pierden sometiéndose a ella.

CARTELES, SEÑALES GRAFICAS. DEFINICION Y CLASIFICACION.

A esta altura consideramos oportuno definir cuáles son las funciones que cumple o debe cumplir un cartel, rótulo, anuncio o las señales gráficas en general. Según Luis Lápidus⁽²⁾, tales funciones serían:

"Difundir informaciones o ideas, orientar el uso adecuado y eficiente de los demás componentes del todo urbano y coadyuvar en medida no despreciable a su enriquecimiento y cualificación ambiental".

El mismo autor nos propone una clasificación funcional:

- Elementos de identificación. Permiten el reconocimiento de partes significativas del medio.
- Elementos que orientan el uso del contexto. Son fundamentales en áreas históricas.



"Polución visual que se traduce a escala urbana en degradación ambiental"

-Elementos de reglamentación. Norman la conducta y cuidado del medio.

-Elementos requeridos para la difusión de ideas y consignas. Pueden señalarse gráficas renovables y su uso está particularmente difundido en zonas históricas de algunos países con vistas a una conscientización de la población en pro del rescate y salvaguardia de tales áreas.

-Elementos dirigidos a la promoción comercial, recreacional y turística. Son aquéllos a los que hemos hecho referencia mayoritariamente hasta aquí.

-Elementos dirigidos específicamente a la ornamentación. En general persiguen fines ambientales.

LO ARQUITECTONICO, LO URBANO, LO AMBIENTAL

La atención que nos merecen los carteles deriva más que de una muy justificada preocupación esteticista, del notable poder que demuestran poseer, tanto para enriquecer los valores de un edificio o entorno, como para distorsionarlo y degradarlo a niveles inimaginables a principios del presente siglo.

No se trata entonces ahora de las virtudes del cartel en sí mismo, de las excelencias o deficiencias de su diseño, de su originalidad, de si evita las redundancias en las que a menudo se incurre, ni mucho menos de aspectos que pueden parecer tan sutiles como un adecuado contrapunto entre texto e imagen. Se trata más que nada de dar una especie de alerta frente a la agresión de edificios que resultan irreconocibles luego de verse reducidos a la triste condición de soportes de alardes publicitarios. La tendencia competitiva lucha

denodadamente por acaparar la atención del potencial consumidor, agigantando los avisos, violentando o enmascarando un edificio, cuyo autor se supone cumplió oportunamente con la normativa y tramitación correspondiente para su construcción y quizá hasta haya sido señalado como ejemplo de correcta y digna arquitectura.

El tema, lo adelantamos, trasciende la escala del edificio aislado para ubicarse en el ámbito de lo urbano. Un diseño logrado, sumado a un manejo adecuado de la escala y acorde con la edificación, puede no sólo reducir al mínimo el problema de la competencia visual con la arquitectura circundante, sino otorgarle un aspecto tal que potencie los valores del medio. Lamentablemente, observamos que demasiado a menudo se tiende a un empobrecimiento del medio, a defigurarlo y hasta a sustituir su imagen original por otra irreconocible, dejándonos un panorama caótico. Polución visual que se traduce a escala urbana en degradación ambiental.

LAS NORMAS

Algunas normas edilicias reflejan una esmerada preocupación tendente al logro de una particular imagen urbana. La normativa referente a la Plaza Independencia, por ejemplo, establece condiciones muy precisas en cuanto a alturas, obligatoriedad de mantener porticados con dimensiones y materiales específicos. La posibilidad de adosarle publicidad, marquesinas y toldos de muy diverso tipo, tamaño y localización, desvirtúa en los hechos totalmente la intención de la norma, volviéndola obsoleta, cuando no inútil y



"...parece ocioso reclamar mayor prestid en subsanar el error o la omisión..."

ridícula.

Las carencias de la normativa pueden y deben ser salvadas por la propia administración que exige el cumplimiento de las mismas y detecta o es puesta sobre aviso con respecto a situaciones no previstas. En ese sentido parece ocioso reclamar mayor prestid en subsanar el error o la omisión en caso de correrse el riesgo de consolidar o permitir el surgimiento o la consolidación de situaciones negativas de gran incidencia urbana.

La nueva normativa que trata "De la colocación de carteles, toldos, marquesinas y estructuras caladas en áreas testimoniales" ⁽³⁾, propiciada por la Comisión Especial Permanente de la Ciudad Vieja a partir de un anteproyecto de su Grupo Técnico de Trabajo, pretende justamente contemplar algunas situaciones particulares que la ordenanza general sobre la materia no preveía. Esta última, además de las limitaciones propias que derivan de no considerar una casuística lo suficientemente amplia, convenientemente ponderada y de no tener mayormente en cuenta las consecuencias que produce sobre la imagen de los edificios y de la ciudad, adolece de algunas imprecisiones y contradicciones ⁽⁴⁾ que de por sí merecerían su revisión.

NOMENCLATURA VIAL Y REFUGIOS PEATONALES: UNA EXPERIENCIA A REVISAR.

Otro tipo de elementos que inciden sobre el paisaje de la ciudad, está constituido por aquellos que forman parte del equipamiento urbano. Normalmente su

existencia depende directamente de la administración comunal, sea haciéndose cargo de su ejecución e instalación, promoviendo su aparición o bien avalando propuestas de particulares. Las últimas modalidades mencionadas responden a la intención -en principio plausible- de dotar a la ciudad de un equipamiento que de otra manera sería difícil concretar. En general el mecanismo consiste en que las empresas se hagan cargo de los costos del operativo a cambio de permitir exhibir publicidad sobre los elementos en cuestión. Los resultados no son siempre satisfactorios y sobre ello convendría reflexionar.

En el caso reciente de los refugios peatonales para la ciudad de Montevideo, se nota una dificultad de integración entre la construcción y la publicidad que luce como agregada arbitrariamente, cuando no excesiva al punto de constituirse en un verdadero obstáculo visual. A ello podríamos añadir las limitaciones de un modelo sin variantes, en ocasiones descontextualizado, que permite presumir la ausencia de un estudio adecuado que contemplara la diversidad de situaciones derivadas de las múltiples localizaciones previstas.

El otro caso, también reciente y para la capital, es el de la publicidad combinada con nomenclatura vial. Pensamos que aquí el resultado tampoco fue feliz. Dejemos de lado y no sin cierto esfuerzo, las consideraciones de orden puramente estético. A diferencia del caso anterior, no se avizora aquí la posibilidad de arribar a un resultado aceptable ni siquiera mediante una importante reducción del área asignada a publicidad, cosa que por otra parte resultaría desmotivante para los

posibles avisadores.

Tomás Maldonado ⁽⁵⁾, apoyado en las leyes de la Gestalt, señala las disfunciones provocadas por la hipertrofia de algunos carteles que por su carácter deberían ser muy simples y fácilmente comprensibles en toda situación. Esto resulta particularmente válido para aquellas señales dirigidas a un público en gran medida constituido por individuos que se desplazan en vehículos, puesto que existen incluso razones de seguridad que contraindican focos de distracción en el entorno propio de la información que se brinda al usuario. Vale la pena resaltar que existe al respecto una vasta experiencia que ha dado lugar a pautas normalizadas de alcance internacional, cuya aplicación, lejos de reflejar falta de imaginación, denota criterio técnico.

BASES PARA UN FUTURO POSIBLE

El panorama a que hemos hecho referencia, puede y debe mejorar sensiblemente. A modo de propuesta y haciendo la salvedad de que la lista no es ni pretende ser exhaustiva, se enumeran posibles líneas de acción a efectos del logro de ese objetivo:

-Establecimiento de pautas para un aprovecha-

miento racional de las posibilidades que otorgan las señales gráficas a la comunidad.

-Promover una recopilación sistemática de todos aquellos aspectos que se encuentran total o parcialmente normalizados, con vistas a su aplicación en nuestro medio.

-Estudio de una normativa para cartelería y elementos afines, que contemple y dé una respuesta armónica y coherente tanto a los intereses comerciales u otros de tipo utilitario, como a los valores y características de los ámbitos específicos en los que se implanten dichos elementos.

-Campañas de conscientización dirigidas a todos los actores sociales implicados en el asunto, incluyendo al ciudadano común.

-Formación específica en el tema dentro de aquellos centros vinculados al diseño, en particular en nuestra Facultad de Arquitectura.

No es ésta una temática habitualmente encarada o asumida por el arquitecto. El administrador maneja, propicia o debe propiciar normas que bien pueden tener como base iniciativas emanadas de nuestras inquietudes. Existen también otros ámbitos donde nuestros aportes pueden generar medidas que apunten en el mismo sentido.



"...existen incluso razones de seguridad que contraindican focos de distracción



"...la cartelería convivía en perfecta armonía (...) con los edificios..."

Queremos ciudades dignas y respetuosas de sus valores, pero también compatibles con una dinámica comercial sin la cual sería difícil entenderlas.

Desafío entonces no sólo para las administraciones municipales y sus técnicos, sino para el propio gremio que nos agrupa.

Francisco Bonilla



- 1) Hernández-Cross, J. Emili: "La Rambla a la búsqueda de su imagen", en revista Barcelona. Barcelona, mayo 1986.
- 2) Lápidus, Luis: "Las señales gráficas y los contextos históricos", en ciudad y Territorio. Madrid, 1984.
- 3) Decreto de la Junta Departamental de Montevideo N° 23.678, promulgado por la IMM el 10/09/87 e incorporado al Volumen IV "Urbanismo" del Digesto Municipal bajo capítulo único "De la planificación departamental" (parte legislativa).
- 4) Tal norma permite por ejemplo esta interpretación: si enfrentamos una vereda de ancho 2,05 m, podremos instalar un cartel de saliente 0,05 m. Pero si la vereda tiene un ancho de 1,99 m, estaremos habilitados a colocar un cartel de 0,99 m de saliente.
- 5) Facultad de Arquitectura. Instituto de Diseño: Tomás Maldonado. Buenos Aires - Montevideo. 1964.