

Así mismo, a comienzos de los años '90, los diseñadores del lápiz y el papel también tuvimos que afrontar dificultades técnicas para aprender una nueva manera de hacer diseño. Ahora bien, para superar estos obstáculos es importante poder comprender que el medio «electrónico» es simplemente una herramienta creada por el hombre para poner a su servicio (concebida para simplificar sus acciones) pero que de ninguna manera debe ser un impedimento para el desarrollo de un partido conceptual.

Pero pese a todos nuestros esfuerzos, ¿Alguien ve nuestro trabajo? ¿Alguien lo recuerda? ¿A alguien le sirve? Y es increíble que nuestra presencia en el éter sea tan relevante como breve, inverosímil y volátil, que defina un estilo a ser imitado (y en corto plazo a ser desechado) por obsoleto.

No obstante, coincido con muchos de mis colegas que afirman que si un trabajo está bien conceptualizado supera ampliamente el paso del tiempo, los estilos, tendencias y pseudo-vanguardias oportunistas.

Para finalizar Bordieu asegura que: «...la alternativa al elitismo es la deagogía» y yo opino que no es bueno ser demagogo. Es nuestro deber (y el de todos los participantes en la producción) elevar poco a poco el nivel de la percepción para evitar, o al menos disminuir, la manipulación a la que incluso nosotros mismos podemos estar expuestos.

1 Pierre Bordieu, Sur le Télévision. Liber, 1996- París

La ciudad como espacio de comunicación.

José María Doldán

La investigación se genera por la necesidad de efectuar un inventario de los canales de comunicación, materiales como inmateriales, de transmisión de información en el escenario urbano.

También está el interés de detectar quiénes son los responsables de la comunicación en la ciudad, como manipuladores de la información en el espacio urbano: sean arquitectos, urbanistas, diseñadores gráficos, diseñadores industriales, publicistas, sociólogos, comunicadores sociales, publicistas u otros. Este grupo de profesionales debe conocer la multiplicidad de informaciones necesarias para el ordenamiento de la ciudad y los signos de comunicación visual que las representan. Deben también conocer las normativas vigentes y el desarrollo de la trama urbana desde su génesis, dado que ella es el escenario, o estructura posibilitante, donde se realiza el proceso comunicacional.

Conformación del grupo de investigación. Metodología de trabajo

Cada grupo de tres alumnos, investigó sobre una determinada forma de comunicación urbana. En el área de la comunicación visual se investigó sobre la tipología del mensaje: icónica, tipográfica, cromática, simbólica, ideogramática, o combinada.

El informe final que redactó el docente es la suma de todos los informes grupales (o parciales), realizados por los alumnos, al que le sumó el «cuerpo teórico» que sostiene la investigación. Se quiere aclarar aquí las fronteras y el alcance limitado de esta

investigación, ya que es un ejercicio dentro de la cursada de la materia. Este trabajo se realizó en tres encuentros de 3,15 hs cada uno, más un trabajo de campo individual (por grupo) de recorrida y registro en la estructura urbana.

Las funciones urbanas y el proceso de comunicación

Desde hace milenios, una función importante de la ciudad fue permitir la comunicación entre los hombres y las instituciones. Pero esta investigación se encuadra a partir del movimiento moderno con el gran pedido de la carta de Atenas que ubicamos en el año 1945 y que presenta en forma explícita las cuatro grandes funciones urbanas: el habitar, el trabajo, el ocio y la circulación. Hoy día se ha agregado la función de comunicación.

La circulación de los individuos

Es quizá una de las funciones que se dan en el escenario urbano que ameritan mayor comunicación.

Se clasifican las vías de comunicación urbana partiendo desde las más rápidas a las más lentas de la siguiente manera: a) Las autopistas urbanas, b) Las avenidas divididas en segmentos, c) Las grandes avenidas urbanas, d) Las calles urbanas con circulación mixta, e) Las calles peatonales.

Después de las vías de comunicación, de las personas y de los bienes, se observan en el escenario urbano otros elementos de características autónomas: I) El transporte automotor. Auto quiere decir: autónomo. Se aplica a automóviles, ómnibus, motos, taxis, camiones, etc., II) Los transportes aéreos no se pueden clasificar como autónomos, por la rigidez de las estructuras de vuelo y de los «canales» del espacio aéreo, III) Las vías de comunicación mixtas, son una mezcla de peatones y entidades autónomas móviles que se desplazan. Hay que tener en cuenta que durante mucho tiempo, era por medio del desplazamiento de una persona física como se vehiculizaba (se transportaba) la información, IV) Las vías férreas, ya sean de superficie o bajo ella. Se desarrollaron en el siglo XIX en todo el mundo industrializado, integrándose al espacio urbano ya sea superficial o bajo tierra que son los subterráneos, y V) Los transportes fluviales, pero no llegan a tener la autonomía de los terrestres, ya que hay un solo curso definido. El sistema fluvial es una comunicación muy particular.

La noción de transmisión de la información

La transmisión de la información es una vieja historia urbana. Se han encontrado los textos de la existencia, ya en el Siglo V AC, de un sistema de transmisión de la información óptica por medio de cinco antorchas, con un código y una decodificación, utilizado por los militares griegos para transmitir mensajes a distancia. Seguramente mensajes bastante simples.

Los romanos de la época del Imperio tenían un sistema óptico también con fuego sobre torres. Estas torres aún existen en Europa, en muchas partes de Francia y Alemania (en la frontera del Rin y el Danubio). Servían de observación, señalización y comunicación entre las legiones imperiales.

La generalización de un sistema óptico que vamos a llamar semáforos ópticos se debe al siglo XIX, se utilizan brazos articulados con un código y una significación. Hasta ahora se puede resumir diciendo que los sistemas de transmisión hasta el siglo XIX residían en la semantización de sistemas naturales o mecánicos, y sus combinaciones.

Los medios de comunicación urbana

Con el desarrollo de la electricidad y del telégrafo, desde 1870 en adelante, se van a utilizar la combinación sistemática de un sistema binario: 0 y 1. Este es el código telegráfico que ha reinado durante 100 años en la transmisión urbana.

Después de la introducción del telégrafo que tiene un gran inconveniente porque impone una codificación y luego una decodificación, en el siglo XX tenemos la introducción del teléfono, que utiliza directamente una información eléctrica para una emisión-recepción y sobre el telégrafo y el teléfono se realizó la teoría de la comunicación.

Los sistemas físicos de transmisión de la información devienen en un sistema material, a menudo redes materiales, con alfabeto telegráfico. Con la evolución de la red de comunicación (teléfono) vinieron luego diferentes evoluciones ya que tenemos ahora sistemas de redes más sofisticadas que permiten los cables de fibra óptica, y tienen una información más completa que el telégrafo. Estos son sistemas materiales que establecen una red en forma de estrella o de malla, que permiten interconexiones de los diferentes abonados.

Luego tenemos los sistemas inmateriales, que se basan sobre una tecnología más sofisticada, lo que llamamos la comunicación hertziana. Se basa en las propiedades de las ondas electromagnéticas con emisión y una antena de recepción que permite debidamente la transmisión urbana e interurbana. Ahora tenemos una duplicación de sistemas, que pueden comunicar a partir de sistemas portátiles, que usan también los particulares (teléfonos portátiles) unidos a centrales intermedias. Se ha pasado rápidamente por nociones que sería interesante detallar, sobre todo lo que es la teoría de la información, y los principios de la codificación.

El sistema en funcionamiento. Elementos registrados

Una pregunta que uno se formula muy frecuentemente, en la ciudad, o en la región, es ¿Quién genera la información urbana?.

En este recorrido panorámico veremos distintos tipos de emisores para diferentes tipos de receptores. Pero la primera clasificación en cuanto al emisor es: la privada (Empresas, Comercios, etc.) y la de orden público (Estado, Provincias, Municipalidades, Entes autónomos estatales, etc.).

En primera instancia hay que ver quienes son los destinatarios de la información. Hasta ahora se ha hablado de función urbana y la necesidad de la transmisión de la información, sin hablar de la calidad del emisor. Ni tampoco de la calidad del receptor.

Es por esta razón que los medios de comunicación urbana, son desarrollados por diferentes operadores. Tomando los medios de comunicación más clásicos: la radio y la televisión, la mayoría de las veces esos medios se desarrollan en las ciudades de provincia, o en la capital del país.

La nación tiene un sistema de comunicación para cubrir la totalidad del territorio. Se tienen células de comunicación con diferentes servicios, que repiten la comunicación primaria. Por ejemplo un servicio que se ocupa de periódicos urbanos, eventualmente de una radio o televisión municipal. Estos son los medios clásicos, que son empleados, en el marco de la idea de comunicación urbana. Es decir, de una institución hacia el ciudadano. Esto requiere de un cableado del canal municipal, son cosas que se experimentaron hace quince años y que finalmente se han desarrollado.

En el escenario urbano

En los medios de comunicación urbanos específicos, el «medio» es la comunicación de una institución hacia un público. Es la relación clásica entre un emisor y un destinatario.

A - Desde hace mucho tiempo, se tiene un medio muy importante que es el sistema de afiches adosados a las pantallas urbanas municipales. Este servicio lo tiene la ciudad de Buenos Aires desde fines del siglo XIX. En la actualidad se ha sofisticado hasta llegar a las pantallas gigantes.

B - Existe un sistema urbano muy importante, son pantallas fijas o móviles, que a su vez pueden tener un ciclo fijo o móvil. Instalados sobre automóviles (o fijos) son un sistema de bandas sobre rodillos que evita el cansancio del mensaje fijo. Tiene un sistema de 3 o 4 mensajes, con un sistema cortado en franjas que dan 3 o 4 imágenes diferentes sobre prismas.

C - Tenemos también las pantallas de TV. Las instaladas en el subterráneo, donde se ve publicidad, pero también información para el ciudadano, como: temperatura, estado del tiempo, pronósticos meteorológicos, beneficios especiales, días de pagos, informes de seguridad, para jubilados, etc..

D - El video, con la sofisticación cada vez mayor de las pantallas gigantes. Se espera prontamente la instalación en las ciudades de grandes pantallas. Antes del tercer milenio, tendremos la generalización de este tipo de pantallas. Aunque la tecnología no es el video, existe una pantalla para difundir (a nivel urbano y a distancia) la temperatura y la hora, ubicada sobre la Av. 9 de Julio.

E - Hay otro tipo de afiches que llamamos digital, con dígitos que se ven en los aeropuertos, en estadios de fútbol, o en puntos importantes de la estructura urbana (es el caso de los ubicados en Paseo Alcorta). Es una información mucho más específica, más detallada. En algunas ciudades se está utilizando en algunos barrios, con alrededor de 10 mensajes diferentes, con carácter de cíclicos.

F - Podemos hablar de un sistema de información que es la señalética en el ciudad. Es un universo amplio, con paneles de información, para nombre de los lugares, números de las calles y diferentes informaciones transmitidas por paneles. Muchas veces esta información no está sobre «paneles soportes», sino que puede estar pintada o ser un código lumínico. Es información que emite un Ente Municipal para organizar, regular y controlar el espacio urbano, y de cumplimiento obligatorio.

G - La gráfica vehicular es una de las maneras más comunes que tienen las empresas para comunicarse con su público, promocionar sus productos y fijar en el observador la imagen institucional o corporativa. No es usada solamente por las empresas privadas, las empresas públicas también las utilizan (Aguas Argentinas, por ejemplo). Lo importante de este medio de comunicación visual es que el emisor está constantemente en el escenario urbano, y además, lo recorre.

H - La identificación de las empresas en las fachadas de sus edificios es de alto impacto comunicacional en el espacio urbano. Aerolíneas Argentinas y Fate, son tal vez, las más conocidas.

I - El espacio aéreo es usado como «soporte» de comunicación

visual en la ciudad. Es el caso del zeppelin de La Serenísima, de los globos con cartelería colgante o de las avionetas con banderillas.

Comunicación para la discapacidad

Otra comunicación importante, es la que se ofrece a personas con discapacidad parcial o total. Muchas veces no se toma en cuenta en la circulación urbana el hecho de las diferentes circulaciones necesarias, de acuerdo a la discapacidad de las personas. Tendríamos que hablar de un sistema excluyente, discriminatorio y arbitrario respecto del discapacitado.

La comunicación de los individuos en el escenario urbano de Buenos Aires, ha sido permeable al tema de los discapacitados, y vemos respuestas nuevas, día a día.

Muchos estudios han llegado a la conclusión que hay que tener un sistema sin veredas, pues la vereda para un minusválido es un impedimento. Al minusválido le resulta imposible «subir» o «bajar» de la vereda. Se han generalizado en nuestra ciudad, el uso de rampas muy visibles.

Hay también un sistema para no videntes instalado en el subterráneo a lo largo de los andenes, un sistema de registros mediante los cuales, y con el bastón, saben que se están acercando al borde del anden. Así pueden tomar el subte solos, sin ser ayudados por la gente.

La novedad es la información en Braille, en pasamanos de la trama de subterráneos de la ciudad.

Se ha comenzado a ver elevadores de sillas de ruedas en sitios públicos como museos, teatros, bibliotecas, e incluso, en el transporte urbano de colectivos (solo en unidades especiales). En el subterráneo las nuevas estaciones tienen el ascensor para discapacitados, y las antiguas lo van incorporando paulatinamente. Hubo campañas específicas, para sistematizar los refugios y sistemas de rampas, la generalización de ascensores, los planos inclinados (rampas) que son exigidos en todos los edificios públicos. Y esto hace a la ciudad menos discriminatoria.

Registro y conclusiones

La ciudad es comunicación. La ciudad es estructura posibilitante de la comunicación.

A) Las formas de comunicación audiovisuales más usuales en la estructura urbana son:

El código cromático. Es altamente efectivo

- Los semáforos en «línea verde» agilizan el tránsito vehicular.
- Se observa con el código cromático (azul) en estacionamientos, como lugar seguro.
- El amarillo identifica las rampas para discapacitados, en las esquinas y cruces peatonales.
- En color naranja el mensaje «hombres trabajando».
- Sobre las calles. En los cruces, en color blanco, como lugar seguro. En el centro de la calzada en amarillo, para diferenciar los carriles y la posibilidad de cruces entre los mismos.
- Amarillo y negro «precaución» en cordones, salidas de coches, barreras del ferrocarril, etc..
- Con el código blanco y naranja, el transporte escolar.
- Con el código amarillo y negro, los taxis de la ciudad, o sus paradas.
- En subterráneos, identificación de las estaciones: Bulnes (rosado), Agüero (azul), etc.

- Con el código de peligro (rojo) en las señales de contramano.
- Con el código de seguridad (verde) en salidas de cines y teatros.
- Se visualiza en semáforos peatonales y vehiculares, con el código: verde, amarillo y rojo.
- Un código para cada líneas de subterráneos (rojo, verde, azul, violeta y amarillo)..
- Con el código (por género) rosa y celeste para los baños.
- Comunicación comercial o institucional, usada en la estructura urbana como señal de efecto.

El código acústico

- Se lo encuentra dentro del subterráneo, en estaciones del ferrocarril y de ómnibus.
- Las sirenas de las ambulancias y otras emergencia usan este código para que se sude el paso.
- Por altavoces, en informaciones barriales o zonales.
- El afilador se anuncia con una armónica.
- Las campanas de la iglesia llaman a misa.

El código icónico

- Efectivo en señales restrictivas y prohibitivas de tránsito: no ingresar con perros, no fumar.
- En semáforos peatonales (cruzar o detenerse).
- El ordenamiento del tránsito de la policía y sus diversos mensajes son de tipo icónico.
- La propaganda mural.
- La bandera a media asta es señal de duelo.
- La cruz, en hospitales, ambulancias, como código de la sanidad y primeros auxilios.

El código táctil

Se lo usa fundamentalmente para discapacitados.

- Pasamanos del subterráneo, en información de ascensores y en los bordes de andenes.
- En los billetes y las monedas.

El código lingüístico

Es el más usado por su eficacia y precisión.

- Se lo ve en relojes gigantes en la Avenida 9 de Julio.
- En señales de tránsito.
- En identificación de edificios, sitios especiales, nombres de calles, numeración, etc..
- En la numeración de las viviendas.

B) Los medios de comunicación registrados en la estructura urbana, fueron los siguientes:

- Transporte de personas y elementos: automóvil, ómnibus, camiones, motos, bicicletas, aviones, barcos, ferrocarril, subterráneo, helicópteros.
- Los medios audiovisual son: radio, televisión, pantallas gigantes, pantallas digitales, pantallas municipales, señales de tránsito, propagandas, web, proyecciones, teléfono.

Las distintas formas de aprender.

Ana Laura Dominguez

Las presentes líneas, en realidad involucran dos temas diferentes que se relacionaron íntimamente en mi experiencia. Son pensa-