

Señalética

# EL CASO DE LA ESTACIÓN RETIRO



*Salida*  
*Exit*

---

La renovación, en 2017, de la estación Retiro del Ferrocarril Mitre, tuvo, además de la puesta en valor de la estructura edilicia, a la señalización como protagonista. LETREROS dialogó con Raúl Shakespear, director del estudio de diseño y comunicación que lleva su apellido y a quien se le encargó esta tarea, tras también ser elegido para la modernización de las señales en las estaciones Once, Constitución y La Plata.

---



Solo por el hall de la estación Retiro del Ferrocarril Mitre pasan a diario decenas de miles de. Todas están de paso, la mayoría con cierto apuro por llegar al trabajo, regresar a la casa o lograr el encuentro con una amistad o un futuro romance. Sean cuales sean las razones que las motivan a tomar el tren en sus diversos ramales, cada una de esas miles y miles de personas que caminan por esta estación –declarada Patrimonio Nacional– precisan de la suficiente orientación para saber en qué andén esperar, por dónde salir a la calle de la forma más rápida, e incluso dónde tomar un refrigerio o una infusión, o en qué lugar se encuentran los baños.

Es en esta parte clave del deambular de los pasajeros del Ferrocarril Mitre que cobra relevancia no solo la disposición de los espacios y la arquitectura de esta construcción monumental. Dicho en menos términos, es aquí donde la señalética, entendida como algo más que su fin orientativo, se juega todas sus cartas. Ella no solo debe decir adónde ir y cómo, sino que se le exige representar una identidad corporativa y tener en cuenta a sus receptores y sus circunstancias in situ. De esa tarea no menor de identificar y señalar una de las estaciones de ferrocarril más emblemáticas de la Argentina es que se encargó Shakespear Estudio, dirigido por Raúl y Victoria Shakespear, experimentados en esto de intervenir con su trabajo en las estaciones de Once, Constitución y La Plata. “Para Retiro estuvimos seis meses investigando cuatro estaciones históricas, porque, además, este fue un trabajo no solo de ferrocarriles, sino de patrimonio (histórico). Aquí el cliente más importante era la Comisión Nacional de Monumentos, de Lugares y de Bienes Históricos, y la Secretaría de Cultura de la Nación”, cuenta Raúl.

En un principio, había sido contratado para las estaciones Once, Constitución y La Plata, pero poco más tarde también se agregó Retiro. Así nació este proyecto, en la “Grand Central” porteña. Según afirma Raúl, era importante hacer esta estación. “No hay ninguna en América tan linda como esa”, comenta. “Trabajamos en equipo con Victoria, mi hija, Cecilia Veiga, José Mendióroz, Martín Bogнар, Guillermina Morando y Marcos García”, también subraya.



### LA SEÑAL COMO MARCA Y GESTO

Llegado el nuevo encargo, comenzó el trabajo de análisis y el aporte de ideas. “El Illustrator no lo uso jamás. Siempre ando por la calle mirando con lupa todas las cosas de uso de la gente. Todas mis conferencias las he centrado en la comunicación para la gente, para que sirva, para que llegue. Y la señalización es un caso. Por eso el diseño se diferencia del arte –define Raúl–. La señalización es la función de la información que tiene que tener la gente para vivir mejor; si no es para eso, el diseño no existe. Si vos diseñás una silla, tenés que poder sentarte; si además el respaldo se mueve, es fantástico, y si la silla es bella, mejor. Pero hay prioridades que jerarquizar”.

El desafío de encarar la señalización de la estación Retiro exigía al estudio compatibilizar la funcionalidad del diseño gráfico

“Si hay algo que no se puede hacer en este oficio es estandarizar. Pero si hay en nuestras cabezas ideas estandarizadas sobre para qué sirven las cosas que se diseñan, entonces sabemos que una señal es una marca y que no puede ser anónima”.



con la belleza arquitectónica y artística del conjunto edilicio. Raúl y sus colaboradores lo sabían. Deberían atravesar varias veces los límites entre lo creativo y estético, y lo meramente “usable” y práctico para esas decenas de miles de personas que a diario transitan por el hall de la terminal del Ferrocarril Mitre con sus apuros, ansiedades, felicidades y angustias.

A propósito de estas exigencias, Raúl reflexiona: “Si hay algo que no se puede hacer en este oficio es estandarizar. Pero si hay en nuestras cabezas ideas estandarizadas sobre para qué sirven las cosas que se diseñan, entonces sabemos que una señal es una marca y que no puede ser anónima. Cuando vos das un grito, esa es tu voz, tu forma de expresarte, tu señal, tu gesto. Y las señales son gestos. Justamente, el libro que estoy por editar se

“Este trabajo no fue solo de señalética. De hecho, nunca hago trabajos solo de señalización, sino de identificación también. Eso es lo que diferencia nuestra labor de las de otros”.

llama *Gestos*, porque es así, como la mano del taxi (una señalización realizada por él e implementada en 1972 en la Ciudad de Buenos Aires para las paradas de taxis). Es el gesto de parar el taxi, una señal que no fue superada en el mundo, que fue declarada en un congreso de Diseño en Noruega como la mejor señal de taxis del mundo y que, aunque más tarde la sacaron de la ciudad, está en todo el país: la tengo fotografiada en Ushuaia, Salta, Misiones, con distintos diseños -dice Raúl, se entusiasma y reencausa la idea-. La señal es un gesto, una marca, y nosotros estamos convencidos de que las señales tienen que transmitir claramente una información pero, simultáneamente, deben hacer dos cosas: primero, estimularte, para que sientas que vas por un buen camino, y por otro lado tenés que saber quién emite esa señal, y acá es donde juega la identidad de la empresa, la organización, quién es el que emite el mensaje. Si la señal cumple esos requisitos, es una buena señal”.

#### UN TRABAJO PARA CADA LUGAR

Raúl habla, reflexiona, vuelve a la carga. Reitera que las señales deben cumplir con las funciones centrales de orientación, identidad corporativa y generación de confianza con los receptores. Y agrega que esos receptores de ese mensaje también son importantes, que varían en función del lugar donde se encuentren y que, en consecuencia, también han de adecuarse a esas circunstancias los elementos de la señalética. No admite en su trabajo que un cartel, que una elaboración de colores y tipografías con esa misión clave de decir hacia dónde se va, pueda aplicarse sin haber sido pensados antes el espacio donde será ubicada y especialmente las personas que lo pueblan. “Como tenés que comunicarte con alguna determinada estructura, por eso tampoco se puede estandarizar nuestro trabajo, porque no es lo mismo un shopping que una estación o que una ciudad”, sintetiza.

Por esas razones asegura que el desafío de las cuatro estaciones de ferrocarril les demandó a él y a sus colaboradores mucho trabajo. Debieron realizar una investigación de esos lugares, catalogar qué había en cada terminal, y por otro lado tuvieron que emprender una investigación a escala planetaria, para

ver qué había en otras estaciones del mundo. Para ello, el equipo del estudio recurrió a sus propias fotografías personales de estaciones del mundo y también hicieron uso de Internet.

Además, en el caso específico de Retiro, al trabajo se le anexó otro grado de complejidad. No se trataba de cualquier edificio, sino de uno de los pocos catalogados como integrante del Patrimonio Histórico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por lo que había que respetar la arquitectura y el contexto con cierta reverencia. “Pero, aparte de eso, había que hacer una señal sencilla y eficiente, y que además tuviera la idiosincrasia de la empresa (Ferrocarriles Argentinos), que, en realidad, es una cosa que heredan de (Florencio) Randazzo, con el color celeste (de la tipografía), por ejemplo”, explica Raúl, y agrega: “La empresa no tiene un logotipo. Dice ‘Trenes Argentinos’, pero no tienen otra cosa más que eso y el celeste (tipográfico). Así que nosotros eso fue lo que tomamos. Dijimos ‘bueno, metamos una rayita celeste’, y por eso el proyecto se llama ‘Alma Celeste’. Las indicaciones tienen esa raya que está como un núcleo en todas las señales, es el elemento que elegimos para darle la identidad corporativa al proyecto. Por eso este trabajo no fue solo de señalética. De hecho, nunca hago trabajos solo de señalización, sino de identificación también. Eso es lo que diferencia nuestra labor de las de otros”.

### EL DIÁLOGO COMO PARTE DEL TRABAJO

En el interín, varias fueron las anécdotas, especialmente las surgidas en el proceso de investigación. Un día lo llamaron a Raúl para ir al Cabildo, donde se encuentra la Comisión Nacional de Monumentos, de Lugares y de Bienes Históricos. Allí se encontró con su directora, Teresa de Anchorena, con quien se conoce desde hace cuatro décadas. (“Su marido -pormenoriza- era de los mejores fotógrafos que hubo por aquí; era francés”). En aquella reunión la funcionaria dio sus opiniones acerca del proyecto de la estación Retiro y hubo un debate acerca de otro color, el verde, que había sido propuesto para funcionar de fondo en algunas de las piezas. “Uno de los colores básicos del edificio es el verde noche, entonces le dije a Teresa que tranquilamente las señales podían ser ver-

“La empresa no tiene un logotipo. Dice ‘Trenes Argentinos’, pero no tienen otra cosa más que eso y el celeste (tipográfico). Así que nosotros eso fue lo que tomamos. Dijimos ‘bueno, metamos una rayita celeste’, y por eso el proyecto se llama ‘Alma Celeste’. Las indicaciones tienen esa raya que está como un núcleo en todas las señales, es el elemento que elegimos para darle la identidad corporativa al proyecto”.



### Ficha técnica del caso

**Trabajo:** Identificación y señalización de estaciones terminales de Trenes Argentinos, monumentos de Patrimonio Nacional

**Descripción:** Campaña de señalización y codificación unificada para locales comerciales

**Ubicación:** Estaciones Retiro, Once, Constitución y La Plata

**Tiempo:** 2 años

**Profesionales involucrados:** Director de proyecto, director administrativo, director de arte, renderista, ilustrador y diseñadores gráficos

**Cantidad de carteles diseñados y producidos:** 200 paños gráficos

**Empresa constructora:** Francisco Andrés

**Equipo de trabajo:** Arquitectura de Trenes Argentinos

**De cuándo era la señalización anterior:**

Alguna de 100 años atrás, otra de 20 años y mucha de los últimos 10 años



de noche (en su color de fondo) para que se integrasen con el conjunto. Pero ella me respondía que no, que prefería que fueran color bronce. Al final, terminaron siendo de un color dorado de vinilo porque no las pintaron, y ahora no saben qué van a hacer en Constitución. Todo nuestro proyecto está en gris, lo tenemos todo en gris hasta que la Comisión Nacional de Monumentos, de Lugares y de Bienes Históricos decida si volvemos a repetir el bronce o si lo podemos hacer en verde noche”.

Otra arista del trabajo que generó más anécdotas y acciones se vinculó con la señalización de los comercios de la estación Retiro. La identificación de los locales de Havana dejó de ser amarilla, y la de Starbucks abandonó el verde. Hoy todos presentan un verde noche que es casi negro, más letras blancas. “Lo que no pudimos hacer en las señales, lo hicimos en los locales, que son todos iguales. Todos aceptaron las reglas de juego. Para el proyecto de Constitución, que todavía no se hizo, se trasladó la idea de Retiro y quedó muy bien, acaban de poner unos kioscos



nuevos. En cambio, con las señales no se pudo... Las letras no son blancas, son crema, un error porque tienen menos legibilidad y son menos eficientes”.

### ¿PARA QUIÉN ES LA CARNADA?

No obstante sus observaciones y el perfeccionismo que evidencia, Raúl entiende que la misión de la Comisión Nacional de Monumentos, de Lugares y de Bienes Históricos es la de proteger al patrimonio histórico, y que eso en definitiva hizo con la estación Retiro. Tanto comprende cuál es la meta final de ese organismo comandado por Teresa de Anchorena, que hasta le ha llevado un proyecto, proponiendo que se cree una marca identificatoria para colocar en los monumentos. Detalla: “Por ejemplo, afuera de Retiro hay una cosa vieja, puesta hace mucho tiempo, de cemento, que no se ve, que es gris, y hay que poner en su lugar una señal que diga: ‘Usted está entrando a un monumento de la Nación’, como sucede en los monumentos que hay desde Tilcara hasta Ushuaia. Hay miles de lugares que deberían ser señalizados. Estoy detrás de ese proyecto, quizás algún día... Si tuviéramos, por ejemplo, una ‘A’ de Argentina en todos los monumentos del país... Yo sueño con eso”.

Las ideas sobre el trabajo que realiza y sobre la misión que éste le sugiere Raúl las sintetiza con una frase de Alan Fletcher, que dice: “La carnada tiene que ser a gusto del pescado, no del pescador”.

Ese es el espíritu de sus realizaciones en un campo donde la señalética queda corta como concepto si no se la asocia con otros factores como la identidad corporativa, el estímulo de los receptores y la confianza de estos, más la funcionalidad y la fusión estéticamente asociada con el entorno.

Raúl continuamente también postula que sus propuestas deben agradar, en primera y última instancia, a los usuarios de las señales, antes que a quienes contratan el trabajo. Eso se ha propuesto en Retiro y en las otras tres estaciones de tren de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y La Plata.

“El cliente no sabe qué le pasa –remata–, tiene alguna fantasía de qué es lo que quiere, pero no necesariamente es lo que uno debe hacer. A veces surge la equivocación y se cae en la trampa de hacer lo que te piden. Pero, en realidad, hay que hacer lo que hay que hacer”.



### ¿Quién es Raúl Shakespear?

Nació en Buenos Aires en 1947. Fue director creativo en Cicero Publicidad (1968-1977) y es socio director de Estudio Shakespear desde 1999. Es padre de dos hijos: Victoria trabaja con él y Andrés tiene una empresa de cine publicitario. Fue socio con su hermano Ronald, otro conocido personaje de la industria publicitaria, durante 20 años (1977-1997). Algunos de sus proyectos integran las colecciones permanentes del Museo de Arte Moderno de Tokio y de Arte Moderno de Buenos Aires. Tiene publicados 12 libros de Diseño. Los últimos títulos son *Cacarear e Ideas Registradas*.

### ALGUNAS ANÉCDOTAS

#### Señales culturales

“El trabajo del Centro Cultural Konex con el arquitecto Clorindo Testa fue muy importante y muy lindo, porque es una vieja fábrica de aceite hecha pelota que la recompusieron, entonces vos vas caminando por toda una especie de museo y de golpe las chapas de color contrastan violentamente, le dan un toque de modernidad, de alegría”.

#### El olor y el diseño gráfico

“Cafetal era un lugar donde se vendía café. Iban a cambiar el logotipo, lo hicimos. Y les dije: ‘Ustedes tienen que estimular al comprador’. ¿Y viste que entrás a las cafeterías de Bonafide y Havanna y hay un olorcito a café que mata? Bueno, les dije que pusieran extractores de aire hacia afuera, para sacar el olor. Entonces vos caminabas por afuera de Cafetal y había un aroma que te daba ganas de entrar a tomar un café. Eso es diseño gráfico”.

#### Estado del tránsito

“Cuando hicimos las señales de la Ciudad de Buenos Aires, en el año 71, no existía algo igual en el mundo. Las señales de las esquinas estaban en las paredes de las casas. Nosotros dijimos que no se veían lo suficiente, sobre todo si venías en auto: si vas a determinada velocidad, aunque sea despacio, tenés que tener una señal visible. Entonces se las sacó de la pared, se las colocó en auto soportantes en cada ochava, y sirvieron también para indicar las dos calles que cruzaban, las alturas y la señalización relativa a la mano”.

**expOGRAFIKA**  
 FERIA INTERNACIONAL DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

2x18 el año de las  
 dos ediciones de expografika

**2**

**18**

**expOGRAFIKA**  
 FERIA INTERNACIONAL DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

7 al 9 de Junio 2018

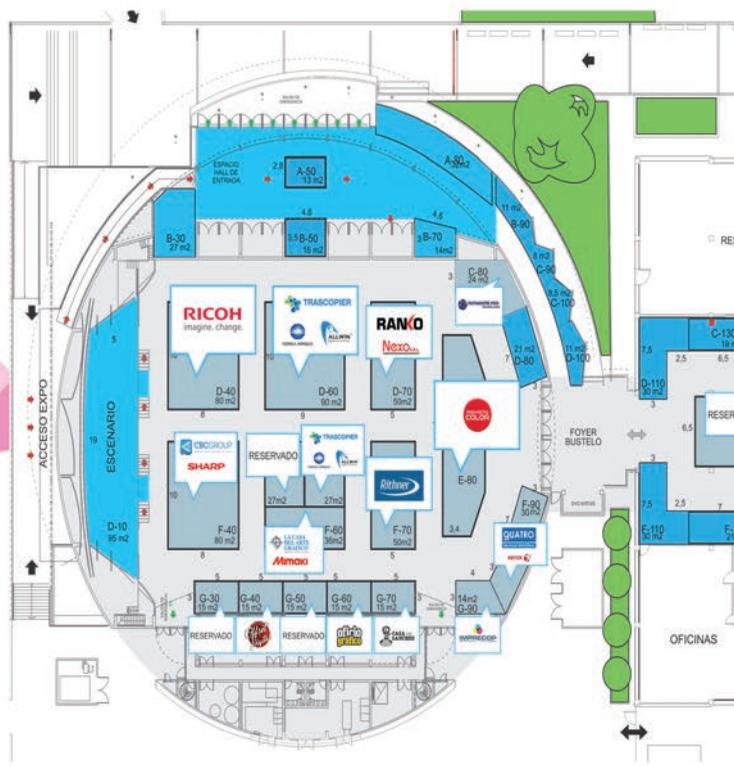
**LA RURAL**  
 Predio Ferial de Buenos Aires

**expOGRAFIKA**  
 II REGIONAL MENDOZA 2018

6 al 8 de Septiembre 2018

**CENTRO DE EXPOSICIONES  
 EMILIO CIVIT**

**Mendoza - Argentina**



**Vení y encontrá la nueva imagen  
 de tu empresa**

**Si sos gráfico,  
 ¡tenés que estar!**



info@expografika.com // Tel: 011 4613-6810 / 2158  
 Pergamino 1978 - (1406) CABA // Buenos Aires, Argentina

[www.expografika.com](http://www.expografika.com)