



COMUNICACIÓ VISUAL I GRÀFICA D'ENTORN: OFICI ARTÍSTIC O PROFESSION TÈCNICA?

IGNASI VICH

Es parla de “comunicació visual” —denominació del tot inconcreta— per anomenar el que popularment coneixem per retolació, o sigui l'acció de fer rètols. La modernitat ens obliga a utilitzar paraules que sonin més tecnològiques encara que el seu significat quedi menys clar: és igual, cal parlar amb una certa estètica, i més en el nostre ram, on cada novetat és una nova paraula, això sí, en anglès. Per cert, en anglès ja diuen Viscom (*visual communication*) per anomenar el sector de la retolació.

Si analitzem el significat de l'expressió “comunicació visual”, ens adonem que pot referir-se a tot allò que transmet un missatge visualment, ja sigui un text en una pàgina, un vestit, una imatge en un monitor, etc. I retolació? No és prou clar i concret per parlar de rètols? Cal ser més modern i entès cada dia, de manera que en el ram ja corre una nova definició: la gràfica d'entorn, que es refereix a tot el que fa referència als elements gràfics que hi ha al nostre entorn. Potser és més concreta, donem-li temps.

ARTS APLICADES I OFICIS ARTÍSTICS

Anem per parts. La comunicació visual en si existeix de sempre, des que hi ha hagut necessitat de comunicar-se visualment. Abans que existís l'home, ja hi havia missatges que es transmetien visualment: alguns dinosaures, per exemple, ja marcaven el seu territori amb les urpes als troncs dels arbres. Foren, doncs, aquells, els primers rètols de la història?

Amb l'aparició de l'home, la comunicació visual ha anat lligada a l'art. Així, hem vist que, en les diferents cultures i civilitzacions, els símbols, representacions pictòriques, escultures, etc. han estat creades i produïdes per artistes que, per transmetre les seves expressions o encàrrecs, aprenien arts i oficis com pintar, esculpir, esgrafiari o tallar.

Aquest binomi artista/productor garantia, si més no, un origen creatiu o artístic a les obres o elements de comunicació visual.

Les arts i oficis han estat el motor de la producció d'elements de comunicació visual al nostre país durant molt de temps. Recordem els cartells de la Renaixença, del modernisme i, fins i tot, del temps de la guerra: el disseny hi era un factor de qualitat irrenunciable. Ara, però, malauradament, en la producció d'un rètol ja no és així.

DE LES ARTS I OFICIS A LA PROFESSION TÈCNICA

Avui, l'accés a la tecnologia ens ha facilitat molt la feina i n'ha reduït els costos, tant que sovint intentar fer les coses més boniques, invertir en el seu disseny, suposa un cost exagerat o innecessari per al client. En el món de la retolació, excepte la produïda per a grans companyies, es pot afirmar que el 90% dels rètols —elements amb una única finalitat: comunicar— es fabriquen sense la intervenció d'un dissenyador. Això es pot entendre en rètols el disseny dels quals ja està establert pel seu contingut, com ara els senyals de trànsit, la

senyalització de seguretat, etc. Però és realment preocupant que en rètols amb una finalitat estrictament comercial no es dediqui ni un cèntim al seu aspecte o funcionalitat.

Avui la creativitat ja no és un imprescindible per treballar en un ofici que es podria dir que és nou —el de retolista. Això sí, cal saber fer anar els programes d'ordinador, saber manipular els materials que el plòter s'ocuparà de tallar i, en definitiva, aprendre un ofici encara molt artesà que només es pot aprendre treballant-hi, ja que no hi ha cap escola que l'ensenyi.

En uns temps en què alguns oficis desapareixen víctimes de l'evolució tecnològica, se'n creen d'altres, i la retolació n'és un. Si anem enrere, només 25 o 30 anys, els rètols els feien els pintors que, amb més o menys traça, retolaven les lletres i els signes a mà alçada sobre un suport. Després van aparèixer els primers plòters, uns aparells que reproduïen i tallaven les lletres i dibuixos del monitor d'un ordinador en un film adhesiu. Havia nascut una nova professió: d'aleshores ençà, fer les lletres a mà alçada va ser del tot improductiu, ja que la màquina substitueix l'home i neix un nou professional, que ja té les lletres dins la màquina i a qui no li cal crear res.

La tecnologia, però, encara no hi havia dit l'última paraula, encara provocaria nous canvis en els perfils professionals. La irrupció de la impressió digital —només a Europa, entre l'any 1996 i el 2000, es van instal·lar 62.000 plòters d'impressió digital—¹ en els darrers anys ha estat tan forta que professions tradicionalment no relacionades, com ara la fotografia, la reprografia i la retolació, es troben compartint un mateix mercat, el de la impressió digital en gran format. Això ha provocat l'especialització de les empreses, i trobem dintre d'un mateix sector retolistes que només fan impressió digital per a publicitat, d'altres que només treballen el vinil, d'altres que fabriquen i instal·len rètols lluminosos, especialistes en manipulació de neó, etc.

EL DISSENY, FACTOR IMPRESCINDIBLE

Afortunadament, les empreses del sector de la comunicació visual són cada vegada més conscients que el disseny és un factor molt important en la qualitat del seu producte. El problema és que, en molts casos, es tracta d'un valor no percebut pel client i, per tant, no està disposat a pagar-lo. Val a dir que, en els casos en què el client valora el disseny, sovint ja el porta fet pel seu dissenyador gràfic.

En els rètols, el disseny no és únicament un factor estètic. Sovint la funcionalitat, l'ús i la consecució dels objectius pels quals s'ha fet el rètol depenen del seu disseny.

Si dividim els rètols en cinc tipus diferents:² rètols aplicats a l'arquitectura, rètols singulars, rètols efímers, vehicles i sistemes de directoris i senyalització, veiem que aspectes com funció, forma, mida i disseny gràfic varien substancialment.

Així, per exemple, en els rètols aplicats a l'arquitectura cal tenir en compte factors que en d'altres tipus de rètols no calen, com ara l'aspecte de l'edifici en el qual s'aplicarà, el pas del temps, la integració en l'entorn, la distància de lectura, l'accés, el manteniment. En canvi, un rètol singular demana un esforç per aconseguir que sigui ben singular, però no exigeix el rigor d'un que ha de ser aplicat en un edifici del qual formarà part.

La retolació efímera, per la seva curta existència, ha de garantir la consecució dels seus objectius —sovint publicitaris o d'emergència—, però no planteja qüestions com el manteniment o la integració en l'entorn, sinó tot el contrari: aconseguir el màxim impacte al mínim cost possible.

En els vehicles, la retolació és com un maquillatge. El vehicle pot esdevenir un suport del contingut gràfic, però cal un esforç per integrar la forma i color del vehicle amb el disseny del missatge.

1. *Reed Exhibitions Companies*.

2. Índex del llibre *World's Sign selection*, Index Book (2002).

Finalment, és en la senyalització on el disseny es troba més al servei de la funció, si bé ha de servir també per garantir la uniformitat gràfica entre els diferents elements d'un mateix sistema de senyals o directoris. Veiem, doncs, que la tipologia dels rètols demana al disseny diferents solucions, al marge de l'estètica.

LA COMUNICACIÓ VISUAL A ESPANYA

El sector de la retolació aposta, malgrat els canvis que imposa la tecnologia, per ser un sector amb una identitat pròpia, capaç d'integrar noves especialitats i serveis. El sector, a Espanya, concentra la seva producció en quatre punts que, per ordre de volum de facturació, són Catalunya, Madrid, València i Euskadi.³ Factors com la inexistència d'un cens fiable de professionals i empreses, l'atomització del col·lectiu, la manca de dades específiques durant generacions i el fet de no comptar amb una nomenclatura com a tal en l'Impost d'Activitats Econòmiques que aglutini totes les activitats afins, esdevenen inconvenients per a la realització d'estudis sectorials fiables.

Un dels fets que més defineixen la realitat sectorial és la celebració del saló SIGN a Madrid, una fira especialitzada que anualment concentra les novetats, no tan sols de productes, sinó de tendències i evolució en la professió. En el marc del SIGN es lliuren des de fa quatre anys els *Premios Nacionales de Comunicación Visual y Gráfica de entorno*, *Premios Letra*, que s'han convertit en el referent de qualitat i prestigi del sector. Fins ara, dues empreses igualadines han rebut aquest guardó: *Tot rètol* i *Vinils retolació*.

A l'Anoia, hi ha sis empreses dedicades exclusivament a la retolació i n'hi ha d'altres que es dediquen a la serigrafia o la fotografia i també presten algun servei relacionat amb la retolació.

3. Reed Exhibitions Companies.

Algunes empreses, de les sis que hi ha a la nostra comarca, reflecteixen l'evolució que ha viscut el sector: així veiem que dues són empreses que tenen el seu origen en el món de la pintura —embrió del sector—, una altra té el seu origen en la producció del disseny gràfic i la publicitat, i és l'única que fabrica i col·loca rètols lluminosos, i n'hi ha una altra que s'ha especialitzat en la impressió digital publicitària.

Crec que tots els que estem vinculats a aquesta bonica professió hauríem d'intentar convertir-la novament en una professió artística. És responsabilitat nostra incorporar elements que no espatllin el paisatge urbà i, si pot ser, que l'embelleixin.



IGNASI VICH I ENRICH (Igualada, 1968) és dissenyador gràfic i industrial, màster en direcció i gestió de màrqueting (Esade, 1999). És consultor associat de *Vinils retolació*. Ha creat i dirigit els Premis Anuària, premis de comunicació local i comarcal de Catalunya. És director dels *Premios Letra*, *premios nacionales de comunicación visual y gráfica de entorno de España*. És autor del llibre *World's Sign Selection* (2002).