

# Diseño con precaución

---

By Sebastián Vivarelli

Lo que el diseño puede aportar para evitar o reducir los accidentes de tránsito.



«Nadie muere de diseño», dice una discutida frase. Las muertes en accidentes de tránsito demuestran, en muchos casos, lo contrario. El diseñador, por lo tanto, puede contribuir activamente en su prevención. Según la organización no gubernamental «Luchemos por la Vida», sólo en el año 2011 la cantidad de muertos por accidentes viales en Argentina alcanzó la cifra de 7500. Esto sumado a las millonarias pérdidas económicas que generan al Estado. Si bien confluyen diversos factores —falta de mantenimiento de rutas, caminos y señales, errores humanos, fallas mecánicas—, muchas causas pueden ser atacadas mediante: campañas de bien público, optimización de señales o integrando grupos interdisciplinarios que aborden estas cuestiones.

## Buenas señales

En las rutas argentinas las señales viales presentan diversos problemas. Entre ellos: mala ubicación de carteles —un caso crítico es el de las rotondas, cuyos carteles recién son percibidos por el conductor cuando ya se encuentra dentro, y no antes— y la baja legibilidad a distancia. «Chaco señal»<sup>12</sup>, es una familia tipográfica diseñada por Rubén Fontana para mejorar esas falencias. Su diseño surgió —como se explica en su memoria descriptiva— de observar «las deficiencias técnicas y tipográficas que manifiestan los sistemas de señales viales de Latinoamérica», fruto de un amplio relevamiento de rutas y señales de varios países: EEUU, Francia, España y Alemania, entre otros. Sus características formales responden —prestando particular atención al diseño de los números— a *tests* de legibilidad y visibilidad a distancia, contemplando además condiciones climáticas adversas (lluvia y niebla).

Cuesta comprender, viendo la calidad formal de la fuente, que no existan políticas —o interés político— que lleven este tipo de proyectos a su aplicación en la realidad.

CHACO LIGHT

Auditorio PUGLIESE

CHACO MEDIUM

Bolívar a 324 km

CHACO BOLD

Plaza Che Guevara

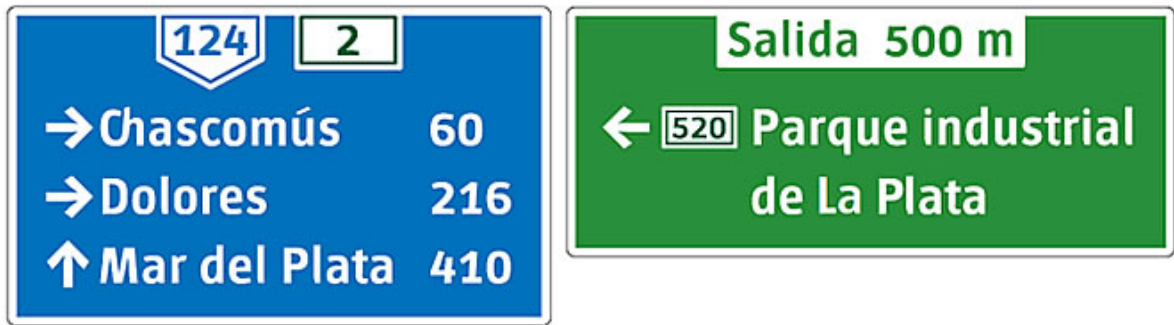
thin light medium **black ultra black**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áéíóú ç

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÇ

Š š € ¤ ¥ € & 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ; ? ! % ( ) [ ] { } @



«Chaco Señal»: caracteres y aplicaciones en señales.

### **Angeles y demonios**

Se podría simplificar el problema dividiendo las aguas entre ángeles (campañas de bien público) y demonios (las que promueven un manejo irresponsable), pero casos como el de automotrices que promocionan la velocidad en sus anuncios y a la vez realizan acciones de concientización (instalación de carteles preventivos<sup>3</sup> en rutas) demuestran que ambas situaciones pueden convivir en un mismo actor. Lo cierto es que si bien ambas tipologías de campañas están en permanente lucha, las segundas ocupan un mayor espacio en los medios. En ellas suele resaltarse la velocidad y la diversión al volante, como quedó evidenciado cuando Yahoo promocionó su servicio «Mail Beta»<sup>4</sup>, razón por la cual fue intimado por la Agencia Nacional de Seguridad Vial. En cuanto a acciones de concientización se pueden citar tanto los concursos de diseño<sup>5</sup> como iniciativas realizadas por empresas privadas<sup>6</sup>.

Los profesionales de la comunicación visual tenemos la responsabilidad de mirar con atención, decodificar mensajes y concientizar. «Dime cuan potente es tu vehículo y te diré quién eres» es una idea que debe cuestionarse con mucha fuerza.



Avisos que enfatizan la velocidad asociada al poder y la diversión.



Publicidades que promocionan el manejo responsable y la prevención

## Profeta en otras tierras

En su libro «Diseño Gráfico para la gente», Jorge Frascara detalla un proyecto de comunicación para seguridad vial, presentado en Alberta, Canadá. El modelo está dividido en:

- Identificación y definición del problema social, clave para conseguir financiamiento y

apoyo de organizaciones (en este caso el Automóvil Club, la Universidad y el Dpto. de Justicia de Alberta).

- Identificación y definición del segmento social al que se dirigirán los mensajes (estudio de estadísticas, grupos focales).
- Definición de objetivos y estrategias comunicacionales.
- Definición de la estructura visual y verbal de los mensajes (iconografía, tono comunicacional, simbolismo).
- Definición de las medidas necesarias de apoyo a la acción comunicacional (sistema de otorgamiento de registros, cursos educativos).

Aquí se evidencia la importancia del trabajo interdisciplinario (psicólogos, policías, diseñadores, gente de marketing), y se establece una clara diferencia entre diseñar objetos, y «diseñar cambios de comportamiento». Como plantea el autor, este proyecto —aunque con adaptaciones— es factible de ser reproducido en otras culturas. Dependerá entonces de las prioridades sociales que determine cada gobierno.

Los casos expuestos muestran algunos de los espacios que reclaman la presencia de profesionales del diseño. Lo peor que puede pasar es que esos espacios sean ocupados por personas no idóneas o con escasa formación profesional. Para finalizar, comparto un enlace en el que pueden verse las señales de tránsito vigentes en Argentina.<sup>7</sup>

Published on 16/04/2012

- 
1. Tipografía Chaco en [IT-FADU](#).
  2. [Tipografía Chaco](#).
  3. Ver [nota](#) sobre el premio recibido por Peugeot por su programa de seguridad vial.
  4. Ver [noticia en Infobae](#).
  5. Ver [página del Concurso organizado por el Automóvil Club Argentino](#).
  6. Ver [nota en Infobae](#).
  7. Agradezco a [Sergio Cutuli](#) por su colaboración.

#### Bibliografía:

- Diseño Grafico para la Gente / Jorge Frascara / Editorial: Ediciones Infinito / 1997



ISSN 1851-5606  
<https://foroalfa.org/articulos/diseño-con-precaución>

---

