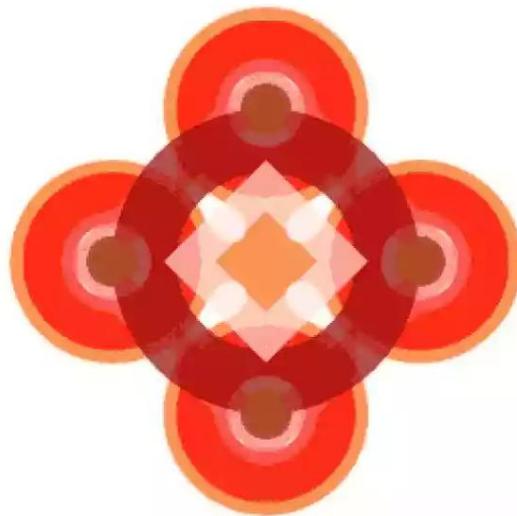


# Identidad interactiva para Bologna

---

Por Dante Claudio Reynoso

La correcta política de preparación y selección para la nueva marca de la ciudad de Bolonia ha producido un resultado más que interesante.



Bologna  
**è Bologna**

En el mundo ideal, para diseñar la marca de una ciudad su administración convocaría a la asociación profesional correspondiente, para organizar el mejor proceso posible y así obtener el mejor resultado. Eso es exactamente lo que sucedió: la municipalidad de Bolonia, con la

asociación italiana de diseñadores gráficos AIAP,<sup>1</sup> han organizado un concurso, lo han enriquecido con un sustancial análisis previo y finalmente han tutelado el resultado gracias a un jurado de profesionales de varias disciplinas.

Esta lógica, lamentablemente, no es la norma. En estos últimos años en Italia, fruto de gestiones oblicuas, se han producido frágiles ejemplos de marca (ciudad/país/eventos). Afortunadamente las agrupaciones profesionales, culturales y una parte de la opinión pública vigilan. El 12 de diciembre de 2013 una gacetilla de prensa anunció que el jurado había declarado su veredicto, dejando vacante el segundo puesto. Cuando fueron comunicados los resultados era evidente la distancia entre el ganador y el resto. El primer puesto fue otorgado a la marca realizada por el estudio de Matteo Bartoli<sup>2</sup> y Michele Pastore.<sup>3</sup>

La marca de Bolonia es interactiva:<sup>4</sup> presupone que el espectador/usuario completará el espacio vacío antepuesto a «es Bolonia». El proyecto utiliza la estructura del alfabeto reemplazando la unidad «letra» con símbolos pertenecientes a la historia iconográfica de Bolonia (muy bien documentada en la presentación del proyecto). La B = 4 círculos, la O = 1 círculo, la L a un rombo, etc. Las transparencias permiten la superposición. En síntesis el símbolo es esa gramática: el usuario escribe lo que se le da a gana produciendo un mosaico siempre pertinente.

## **La identidad dinámica**

Existen ejemplos previos de identidad dinámica. Stefan Sagmeister para la Marca de la *Casa da Musica* en Oporto<sup>5</sup> utiliza las distintas vistas del edificio proyectado por Rem Koolhaas obteniendo una serie de formas reconocibles: un sistema que documenta el partido del arquitecto holandés. Un encuentro feliz.

Otros ejemplos: el Museo de Brooklyn,<sup>6</sup> Nederlands Architectuurinstituut,<sup>7</sup> la Cinémathèque française,<sup>8</sup> y la ciudad Melbourne.<sup>9</sup>

En una hipotética balanza estratégica, de un lado la solidez del proyecto monolítico, del otro una extensa colección de imágenes.

## **Espejito, espejito**

En el caso de Bolonia la imagen resultante es un caleidoscopio de figuras geométricas con una erudita pero lábil (es mi punto de vista) relación con la iconografía del territorio. El sistema necesita de la participación del público modificando la tradicional relación con la marca (nos representa, nos pertenece). Enriqueciendo, sin duda, la reflexión sobre lo que puede significar hoy diseñar la identidad de una comunidad. Los escenarios podrían ser:

1. Identificar un símbolo común.

2. Identificar un sistema para representar la identidad colectiva utilizando la suma de las singularidades. Como en el caso de las redes sociales un porcentaje de «pertener» reside en compartir el proceso, la plataforma, la gramática.
3. Otros... (apuntes para nuevas discusiones)

Este ambicioso ejemplo de Bolonia agrega variables a la ya delicada representación gráfica de la identidad colectiva: ¿es posible representar una comunidad utilizando la suma de infinitas singularidades? Seguiré con atención y curiosidad la implementación de este sistema de marca ciudad. En definitiva el proceso continua con su adopción y uso.

Publicado el 16/07/2014

- 
1. Ver [AIAP | Associazione Italiana Design della Comunicazione Visiva](#).
  2. Ver [sitio de Matteo Bartoli](#).
  3. Ver [sitio de Michele Pastore](#).
  4. Ver e interactuar con [la marca de Bologna](#).
  5. Ver proyecto [Casa da musica](#).
  6. Ver proyecto [Brooklyn Museum](#).
  7. Ver proyecto [Netherlands Architecture Institute](#).
  8. Ver proyecto [Cinémathèque française](#)
  9. Ver proyecto [Melbourne](#).

**FOROALFA**

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/identidad-interactiva-para-bologna>

