

El metro de Lisboa ha emprendido un profundo proceso de transformación de su imagen que culminará en 1998, año de celebración de la Exposición Universal. El cambio de identidad, que afectará a la señalización, a los mapas y a la arquitectura de las estaciones, tiene como objetivo relanzar el transporte público en una ciudad cuyo sistema metropolitano ha ido perdiendo usuarios paulatinamente.



Yolanda del Val

Portugal se encuentra en un período de máxima efervescencia en cuanto a la construcción de infraestructuras de transporte se refiere; prueba de ello es que destinará más de 270.000 millones de pesetas a la ampliación y modernización del metro de Lisboa. El que la Unión Europea haya concedido una subvención para la mejora de infraestructuras y el hecho de que la Exposición Universal se celebre en Lisboa en 1998 han sido sin duda factores decisivos a la hora de acometer dicha modernización.

En 1988 se elaboró un plan para ampliar a cinco líneas la única línea de metro existente, de manera que de aquí al año 2010 la red metropolitana dispondrá de unas 76 estaciones. Entre las mejoras previstas figura además el aumento de la velocidad y una mayor frecuencia de los trenes.

Entre 1983 y 1993 el parque de automóviles creció en Lisboa un 300 por ciento, lo que unido al aumento de la demanda de transporte público puso a la ciudad al borde de la congestión. En el metro de Lis-

LA NUEVA IDENTIDAD SE IMPLANTARÁ PARA LA EXPO UNIVERSAL DE 1998

El metro de Lisboa renovará su para atraer viajeros

boa viajan alrededor de 140 millones de viajeros anuales, y se prevé que tras la ampliación, más de doscientos millones de viajeros utilizarán este medio de transporte.

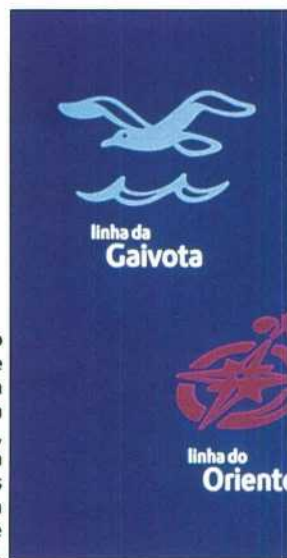
El metro lisboeta es relativamente nuevo si se compara con el de otras capitales europeas. Comenzó a construirse en 1955, y las obras se prolongaron durante veinte años. Aunque en la época en que se construyó era una buena red, hoy día muestra algunas carencias en ciertas áreas. Dado que los problemas del metro de Lisboa no se limitaban a los meramente constructivos o de capacidad, y puestos a analizar la razón por la que los usuarios preferían utilizar el automóvil, los responsables de la empresa comprendieron que existía un grave problema de

imagen: era difícil ver las bocas de metro en la calle y, además, la señalización interior resultaba confusa. En una palabra, se trataba de una red relativamente fácil de utilizar por los usuarios autóctonos, pero no por los extranjeros o las personas que no conocían Lisboa, lo que resultaba un grave inconveniente a las puertas de la Expo 98.

En 1995 la compañía metropolitana decidió encargar a la empresa británica de diseño Wolff Olins un proyecto para cambiar la imagen del metro, con objeto de mejorar la atención al cliente y conseguir una mejor movilidad de los viajeros por la red.

“Llegamos a la conclusión que para lograrlo era preciso reestructurar el servicio y aumentar la calidad de la oferta,

Las líneas no se identificarán con números, sino con símbolos ligados a la historia de Lisboa.



modificando el entorno de los viajeros y transmitiendo una nueva imagen del metro tanto dentro como fuera”, dice **Jacob Benbunan**, director general de Wolff Olins España. Dentro de este apartado de comunicación, la empresa de diseño ha editado un folleto en el que explica a la plantilla del



LUNA

imagen



metro la nueva imagen de la red, los valores que se quieren adoptar y cómo puede esto traducirse en el servicio que se presta al cliente. También ha editado otro folleto para los usuarios, donde se describen las distintas fases de ejecución del programa.

El proyecto de cambio de

imagen abarca las áreas de señalización, mapas y arquitectura de estaciones. "A la hora de crear esa nueva identidad hemos querido conjugar modernidad y tradición cultural", explica **Jocelyn Senior**, responsable de Relaciones Externas de Wolff Olins. Así, los colores que dominan en los diseños son el rojo terracota, inspirado en los tejados lisboetas, y el azul, reflejo de los famosos azulejos que decoran las paredes de muchos edificios de la ciudad.

Uno de los principios básicos, dada la diversidad de estilos que conviven en el metro, ha sido crear una única identidad para todas las estaciones, aunque cada una de ellas mantendrá un color y unos elementos decorativos propios. Sin embargo, las estaciones conservarán rasgos identificativos comunes como máquinas expendedoras, taquillas, puestos de información, papeleras, asientos y mapas.

Símbolos. Como no todas las estaciones serán de nueva construcción, Wolff Olins ha diseñado un sistema modular de paneles realizados en acero inoxidable y láminas de chapa con objeto de revestir las máquinas expendedoras y los equipamientos existentes, lo que supondrá un menor coste para la implantación de todo el sistema.

Igualmente, se han concebido distintos modelos de pilones, que se ubicarán en el exterior de las estaciones, en función de las características de cada una de ellas. El pilón base consiste en una estructura de cuatro metros de altura en forma de "toblerone", realizada en cemento y acero, y rematada con el logotipo del metro iluminado.

Otro de los rasgos característicos y novedosos de la nueva identidad metropolitana es que las distintas líneas no irán numeradas, como es lo tradicional, sino que se identificarán por medio de nombres,



Pilones identificativos.



El billete, inspirado en los tonos terracota de los tejados lisboetas.



Puesto de información en una de las estaciones piloto.

símbolos y colores relacionados con la historia de la ciudad (una gaviota, un girasol, una carabela y una brújula). En la identificación de estas líneas se han evitado los colores primarios genéricos, así como los tipos de letra adoptados en casi todos los sistemas de transporte internacionales, y en su lugar se ha elegido una gama de colores que va desde el verde azulado y el lila, pasando por el rosa fuerte y el dorado.

En la actualidad la nueva identidad del metro de Lisboa se implantado en folletos, carteles y mapas, pero no aún en los trenes. Existen dos estaciones piloto, Alto Dos Moinhos y

Saldanha, que incorporan ya algunos de los nuevos prototipos, como dos pilones exteriores, en el caso de Saldanha, y los nuevos mapas.

Por supuesto, a medida que se vayan construyendo las nuevas estaciones se irán incorporando los nuevos elementos. Es el caso de la nueva línea que dará cobertura a la Expo, que se identificará con la imagen de la brújula y cuya apertura está prevista para finales de 1997. La nueva identidad estará totalmente implantada en 1998, año en que millones de personas llegarán a Lisboa para asistir a la Exposición Universal. □