EL RÓTULO COMERCIAL EN EL TEJIDO URBANO

El potencial del lenguaje gráfico y visual de la rotulación comercial en el entorno

TRABAJO FIN DE MÁSTER

AUTOR:

EVA RAMÍREZ PACIOS

TUTOR:

DANIEL DÍEZ MARTÍNEZ

Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid

Universidad Politécnica de Madrid (UPM)

MÁSTER INTERUNIVERSITARIO EL PATRIMONIO CULTURAL EN EL SIGLO XXI: GESTIÓN E INVESTIGACIÓN

Universidad Complutense de Madrid y Universidad Politécnica de Madrid

Presentado el 15 de junio de 2023

TRIBUNAL EVALUADOR:

Almudena Hernando (presidenta)

Alicia López (secretaria)

David Escudero (vocal)

CALIFICACIÓN OBTENIDA: 10

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

MONCLOA campus de Excelencia Internacional

POLITÉCNICA

MASTER INTERUNIVERSITARIO
EL PATRIMONIO CULTURAL EN EL SIGLO 21:
GESTIÓN E INVESTIGACIÓN

ANEXO I: DECLARACIÓN DE NO PLAGIO

Dña. EVA RAMÍREZ PACIOS con NIF 11871473T, estudiante de *Patrimonio Cultural en el S.XXI: Gestión e investigación* de la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad Politécnica de Madrid en el curso 2022/2023, como autora del trabajo de fin de máster titulado *El rótulo comercial en el tejido urbano. El potencial patrimonial del lenguaje gráfico y visual de la rotulación comercial* y presentado para la obtención del título correspondiente, cuyo tutor es Daniel Díez Martínez,

DECLARO QUE:

El trabajo de fin de máster que presento está elaborado por mí y es original. No copio, ni utilizo ideas, formulaciones, citas integrales e ilustraciones de cualquier obra, artículo, memoria, o documento (en versión impresa o electrónica), sin mencionar de forma clara y estricta su origen, tanto en el cuerpo del texto como en la bibliografía. Así mismo declaro que los datos son veraces y que no he hecho uso de información no autorizada de cualquier fuente escrita de otra persona o de cualquier otra fuente.

De igual manera, soy plenamente consciente de que el hecho de no respetar estos extremos es objeto de sanciones universitarias y/o de otro orden.

En Madrid, a 30 de mayo de 2023

Fdo.: Eva Ramírez Pacios

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 10
OBJETIVOS 11
ESTADO DE LA CUESTIÓN 13
METODOLOGÍA 14

PARTE I: MARCO TEÓRICO 16
1. EL RÓTULO COMERCIAL 16
1.1. Definición y delimitación del caso de estudio 16
1.2. Breve historia del rótulo. Antecedentes y evolución 19
1.3. Clasificación del rótulo 21
2. EL RÓTULO Y LA IMAGEN DE LA CIUDAD 32
2.1. El rótulo en el espacio urbano 32
2.2. Los casos de Las Vegas y Sao Paulo. Nostalgia y renovación urbana 34
2.3. La ciudad contemporánea 38
3. RÓTULO Y PATRIMONIO CULTURAL 42
3.1. Los rótulos en el Siglo XXI 42
3.2. El interés hacia la preservación del rótulo 45
3.3. Más allá de la imagen de la ciudad: otros valores del rótulo comercial 50
4. INICIATIVAS 54
4.1. Movimientos que rescatan y/o difunden el rótulo comercial 54
4.1.1. Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico 54
4.1.2. Asociación Paco Graco 57
4.1.3. Letras Recuperadas 58
4.1.4. Tipos que Importan 59
4.1.5. Valladolid con carácter 60
4.1.6. Santatipo 62
4.1.7. Rótulos chuléricos Jaén 63
4.2. Instagram y el hashtag #patrimoniografico 64

PARTE II: CASO PRÁCTICO. Los rótulos como parte del tejido urbano y su adaptación en el medio. Caso de estudio: Barrio de Vista Alegre (Carabanchel) 68
1. CONTEXTO 69
1.1. Breve contexto de “los Carabancheles” 69
1.2. Situación actual 70
1.3. La función comercial del barrio 71
2. EL BARRIO A TRAVÉS DEL RÓTULO 76
2.1. El impacto de los negocios y sus rótulos en el paisaje urbano 76
2.2. Criterios para el análisis de la imagen del barrio 79
3. RESULTADOS DEL ANÁLISIS Y PROPUESTAS DE SALVAGUARDA 92
3.1. Datos extraídos 92

3.2. La imagen del barrio y la preservación de sus rótulos. Propuestas. 97
4. POSIBLES CAMINOS PARA CONTINUAR EL PROYECTO 105

CONCLUSIONES FINALES 108
BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA CONSULTADA 114
ÍNDICE DE IMÁGENES 122
ANEXOS 128
Anexo 1. La definición y clasificación del rótulo comercial en las Ordenanzas Municipales seleccionadas 128
Anexo 2. Rótulos registrados en el proyecto de Cuidar Madrid 134
Anexo 3. Lista de redes sociales (Instagram) que ejercen una labor de documentación del rótulo comercial en España. 137
Anexo 4.Preguntas realizadas a los entrevistados 139
Anexo 5. Entrevistas realizadas 139
Anexo 6. Datos del barrio de Vista Alegre 144
Anexo 7. Ordenanza General de Publicidad Exterior de Madrid. Regulación por la que se rigen los rótulos comerciales en la zona 2. 152
Anexo 8. Listado y análisis de rótulos comerciales situados en las calles comerciales de Vista Alegre 155
Anexo 9. Fichas de catalogación 192

EL RÓTULO COMERCIAL EN EL TEJIDO URBANO. El potencial del lenguaje gráfico y visual de la rotulación en el entorno.

Eva Ramírez Pacios

Fecha del Tribunal Fin de Máster: 15-16/06/2023
Tutor: Daniel Díez Martínez

RESUMEN

El siguiente trabajo Fin de Máster aborda la cuestión sobre el potencial patrimonial de los rótulos comerciales. Se analiza su regulación administrativa así como la situación en la que se encuentran en las calles, además de establecer su relación en el desarrollo de la iconicidad del tejido urbano y el reciente interés que ha suscitado en variadas actuaciones que pretenden su protección y salvaguarda.

Tras una aproximación teórica, se lleva a cabo un caso práctico en el que se observa el impacto visual y gráfico que la rotulación proporciona a su entorno directo. Para poder ofrecer datos más precisos en cuanto a dicho impacto se estudia el barrio de Vista Alegre (distrito de Carabanchel). En este segundo apartado, se desarrolla el contexto del barrio y del distrito y la forma en la que los cambios socioeconómicos, entre otros factores, pueden variar en la imagen del barrio e influir en la propia gráfica de la rotulación. Finalmente, se escoge una muestra concreta para realizar el análisis de impacto, del cual se extraen las conclusiones que dan forma a diferentes propuestas que tienen por objeto salvaguardar la rotulación comercial de la zona.

PALABRAS CLAVE

Rótulo comercial, tejido urbano, identidad gráfica y visual, homogeneización, salvaguarda.

SINGS IN THE URBAN ENVIRONMENT. The potencial of their graphic and visual language in the environment.

ABSTRACT

The following Master's thesis addresses the question of the heritage potential of commercial signs in the urban landscape. It analyses their administrative regulation as well as the situation in which they are found in the streets, in addition to establishing their relationship in the development of the iconicity of the urban fabric and the recent interest that has arisen in various actions that seek to protect and safeguard them.

After a theoretical approach, a practical case study is carried out in which the visual and graphical impact that the signage provides to its direct surroundings will be observed. In order to provide more precise data on this impact, the Vista Alegre neighbourhood (Carabanchel district) will be studied. In this second section, the context of the neighbourhood and the district and the way in which socio-economic changes, among other factors, can vary the image of the neighbourhood and influence the graphics of the signs itself are developed. Finally, a specific sample is chosen to carry out the impact analysis, from which conclusions are drawn that will shape different proposals aimed at safeguarding the commercial signage of the area.

KEYWORDS

Commercial sign, urban environment, graphic and visual identity, homogenisation, safeguarding.

INTRODUCCIÓN

El jueves 27 de enero de 2022 se inauguró la instalación temporal *Hij s de Rojas* en la fachada de la sala de conciertos Gruta 77, situada en el barrio de San Isidro (Carabanchel), compuesta de once rótulos rescatados tras el cierre de sus negocios. Los responsables de esta exposición, la asociación Paco Graco, el Instituto Europeo de Diseño y el artista Javier Cruz, rinden homenaje a aquellos negocios tradicionales que durante años han sido parte del tejido urbano de los barrios y ciudades y que, tras la jubilación de sus dueños y no encontrar sucesores, cierran sus puertas, dejando tras de sí parte de la historia comercial de la zona (Brascia, 2022). Esta llamada hacia la importancia cultural del comercio local y, sobre todo, de los rótulos que les preceden, es de lejos una actuación aislada pues, como desarrollaremos a lo largo de este trabajo, el interés por la preservación y puesta en valor de la rotulación comercial en nuestro país se ha ido visibilizando gracias a la difusión en redes y aparición en medios de comunicación de las personas interesadas en su rescate.

La rotulación comercial, así como otros signos y elementos que forman parte de la gráfica urbana, conforman en la imagen de la ciudad una importancia equitativa a la arquitectura, otorgando un significado y presencia a los locales que allí se encuentran; la combinación entre colores, materiales, técnicas y letras nos ofrece un amplio lenguaje vernáculo que, por falta de normativas exhaustivas, ha derivado en un caos gráfico desmedido y en situaciones que, en ocasiones, actúan en detrimento de la propia imagen de la ciudad. Las nuevas formas de márketing y el uso de las nuevas tecnologías terminan por culminar la hiperestimulación que reina en nuestras ciudades, que acaban por reducir su mensaje en pos de la inmediatez y banalización, empobreciendo el tejido urbano. Sumado a esto, las franquicias ocupan los espacios urbanos con cada vez más frecuencia, empleando un mismo código en cada uno de sus establecimientos, sin tener en consideración el espacio en el que se encuentran. Los rótulos de antiguos negocios son retirados de su lugar de origen o quedan abandonados en la fachada del antiguo local, empeorando sus condiciones.

Pese a todo esto, la preocupación por la preservación del rótulo comercial está comenzando a manifestarse en estos últimos años. Artículos de prensa, trabajos de investigación, publicaciones editoriales, proyectos y actuaciones

institucionales han puesto de manifiesto el valor cualitativo que la rotulación ofrece al tejido urbano local. En estas acciones de puesta en valor, la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico, así como todos los proyectos que están asociados a ella, tiene un gran protagonismo en las acciones de rescate y difusión de estas instalaciones urbanas, sirviendo como un punto neurálgico nacional de recursos para toda persona interesada en la preservación de los rótulos.

El siguiente Trabajo Fin de Máster comienza con la siguiente pregunta: ¿Es posible considerar el rótulo comercial como parte del patrimonio cultural de la ciudad? De esta forma, se pretende abordar el potencial cultural de estas instalaciones como agentes esenciales para la identidad visual y simbólica de la ciudad. Para ello, el trabajo se ha dividido en dos partes: la primera parte se constituirá como una aproximación teórica al caso de estudio y un acercamiento a la situación en la que se encuentra la rotulación comercial. Por otro lado, la segunda parte servirá para formular un ejemplo de impacto; es decir, se analizará una zona en concreto para poder observar de forma específica y a través de datos cuantitativos cómo y de qué forma los rótulos tienen el potencial de enriquecer o empobrecer el espacio urbano en el que se encuentran según diferentes factores derivados de su fabricación. Para dicho ejemplo de impacto se ha escogido el barrio de Vista Alegre, situado en el distrito de Carabanchel, con el fin de conocer otras realidades además de la que ocurre en zonas céntricas de la ciudad de Madrid.

OBJETIVOS

El rótulo comercial aparenta sencillez en cualquiera de las perspectivas desde las que se quiera estudiar. Sin embargo, presenta unas circunstancias complejas en su análisis. A partir de ciertas preguntas surgidas durante su estudio y a partir de la primera pregunta antes mencionada, se han establecido ciertos objetivos principales:

- **Definición de “rótulo comercial”**: ¿Qué es realmente un rótulo? ¿Qué tipo de instalaciones son rótulos y cuáles no? ¿Está regulado por las normativas

municipales? ¿Existen normas que establezcan su forma y situación? Preguntas de esta índole establecen el inicio del trabajo.

- **Potencial**: ¿Cuál es la magnitud del impacto del rótulo comercial sobre el tejido urbano? ¿Realmente posee dicho potencial? ¿Aparte de valores extrínsecos puede tener valores intrínsecos? ¿Su potencial es más claro a nivel local o nacional? Justificar el potencial o la falta de este en la rotulación es esencial para poder saber si puede considerarse parte imprescindible de la identidad de las ciudades.
- **Interés por su preservación**: ¿Están protegidos? ¿Cuál es su situación en las calles? ¿Qué agentes se interesan por su protección? ¿Cómo y de qué manera pueden preservarse? Estas preguntas nos dirigen hacia el estudio del interés de la población en su salvaguarda y, además, hacia la creación de medidas para su protección.

A partir de estas preguntas y objetivos clave, se establecen una serie de objetivos específicos que resuelvan el complejo estado en el que los rótulos se desenvuelven:

- Establecer una definición y clasificación del concepto “rótulo comercial”, así como buscar la manera en la que este elemento aparece descrito en las ordenanzas municipales de publicidad y otras normativas vigentes.
- Conocer el desarrollo histórico de los rótulos comerciales y los factores que han influenciado en su actual apariencia.
- Analizar la relación que existe entre la gráfica urbana, grupo en el que los rótulos se encuentran incluidos, y la ciudad, así como conocer cómo la rotulación puede influenciar en la imagen de ésta y su significado.
- Desarrollar el controvertido estado del rótulo comercial en las calles y su situación administrativa.
- Conocer el interés que han suscitado los rótulos tanto en instituciones públicas como en individuos.
- Indagar en la labor de investigación, documentación y difusión de varias iniciativas, así como hablar sobre la labor de concienciación que está llevando a cabo la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico.
- Conocer el contexto histórico, demográfico actual y comercial del barrio de Vista Alegre.

- Desarrollar el impacto que ha supuesto en la zona los cambios socioeconómicos y la llegada de nuevos vecinos, lo cual no solo se ha visto en el incremento o disminución de unos negocios u otros sino que también se ha podido ver reflejado en la rotulación implementada.
- Establecer unos criterios que permitan crear una muestra clave para conocer datos cuantitativos del impacto de los rótulos en la zona y su influencia en dibujar la imagen gráfica y visual de la zona.
- Plantear una serie de propuestas que permitan documentar los rótulos del barrio.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

En comparación con otros ámbitos y bienes más afines a lo que siempre se ha relacionado con el Patrimonio Cultural, no existen muchos trabajos sobre la gráfica comercial y su potencial urbanístico así como de su valor patrimonial, este último tema habiendo sido mucho menos desarrollado. Sin embargo, sí se ha observado que se está gestando de forma muy reciente un interés hacia estas instalaciones urbanas y su protección. Debemos destacar trabajos como *Learning from Las Vegas* (Venturi, Scott Brown e Izenour, primera edición en inglés de 1972), *El paisaje comercial de la ciudad* (Satué, E., 2001), *Barcelona Gráfica* (Sánchez, A., 2005) y *Signs. Lettering in the environment* (Baines y Dixon, primera edición en inglés de 1999), cuatro trabajos que asientan, cada uno a su manera, las bases sobre cómo la rotulación ejerce una gran influencia en la transformación e identidad de las ciudades, no solo a través de su tipografía sino también a través del color, técnica y materiales empleados en estas instalaciones. Aparte de estos, trabajos académicos recientes de tesis como las realizadas por Cogollos (2010), Atxaga (2007), Gonzalez Riaza (2016) y Esteban Maluenda (2017) así como trabajos de fin de grado o de Máster como los de Moreno Rosell (2020), Campos (2021) y Sánchez López (2019) revelan que este campo está comenzando a ser de interés para la investigación, posiblemente debido a las múltiples formas de abordar el tema, pues la arquitectura, el urbanismo, la publicidad, la historia, el lettering o la

preservación del patrimonio cultural acaban entrelazadas en un mismo sujeto de estudio.

El reciente interés que han obtenido los rótulos como elementos poseedores de la memoria del comercio local se ve reflejada sobre todo en la trayectoria de iniciativas dedicadas al rescate de rótulos comerciales, iniciativas que en 2020 han pasado a formar parte y colaborar con la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico. Esta preocupación por la salvaguarda de unos elementos urbanos que se encuentran sin una protección administrativa clara se traduce en una extensa labor de investigación y difusión en redes determinada a concienciar a los ciudadanos a prestar atención a su patrimonio local, labor que se desarrolla en este trabajo.

El trabajo de Moreno Rosell así como algunas cuentas en redes sociales de rótulos se han enfocado más en analizar la variedad gráfica de zonas céntricas de la ciudad de Madrid, donde la periferia tiene poco o nada de protagonismo frente a la capital. Por ello, elegir el barrio de Vista Alegre (distrito de Carabanchel) como objeto de estudio supone analizar una zona periférica de la que no se han encontrado trabajos previos en cuanto a la transformación surgida de la aparición de los nuevos negocios que se asientan en él y que, de forma consecuente, también influye en el tipo de rotulación que podemos encontrar en él.

METODOLOGÍA

Para abordar la amplitud del siguiente trabajo y, a la vez, determinar la implicación que cada actividad realizada ha supuesto en el mismo, se divide la metodología llevada a cabo en las dos partes de las que se compone el trabajo:

- Primera parte: La primera parte se compone, sobre todo, de una labor documental. Esta labor se ha ceñido en responder las preguntas y objetivos antes descritos, por lo que se han recopilado una serie de normativas de publicidad exterior de varios municipios españoles, fuentes bibliográficas relacionadas con el estudio de los rótulos comerciales y/o la construcción de la imagen visual de las ciudades y fuentes de webgrafía sobre diferentes

páginas webs, artículos de prensa o proyectos que estuviesen relacionados, trabajasen o que mencionasen a la rotulación comercial así como a los comercios locales. En menor medida, esta primera fase también posee una sección en la que el trabajo de campo fue imprescindible para desarrollar ciertas cuestiones. En este caso, se realizaron un total de ocho entrevistas, siete dedicadas a los autores de alguno de los proyectos que forman parte de la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico y una dirigida a un arquitecto que poseía cierta experiencia en cuanto a cómo funcionan las normativas vigentes en publicidad exterior y cómo esto puede afectar a los rótulos. Estas entrevistas estuvieron enfocadas, a excepción de la última, en conocer más de cerca la labor realizada por cada grupo, así como conocer si establecen criterios concretos para seleccionar (o no) ciertos rótulos y su opinión sobre la importancia de la rotulación.

- Segunda parte: En esta fase, la labor de trabajo de campo es mayor que la documental. En concreto, la labor documental se centró en obtener fuentes bibliográficas o datos cedidos por el Ayuntamiento de Madrid que ayudasen a conocer el contexto del barrio de Vista Alegre, así como otras fuentes bibliográficas para poder establecer unos criterios clave con el fin de realizar o la muestra de análisis o poder ofrecer una serie de propuestas derivadas de esta. El trabajo de campo obtiene más importancia que en la primera parte, pues esta no solo se concentra en trabajar la muestra de un grupo concreto de locales y rótulos, sino que también ha supuesto una labor fotográfica que se ha extendido a todo el territorio que ocupa el barrio de Vista Alegre, labor que se asocia a la última parte del trabajo, relacionada con las propuestas de protección y salvaguarda de los rótulos, y que ha sido realizada tanto en momentos del día, de la tarde o de la noche.

PARTE I: MARCO TEÓRICO

1. EL RÓTULO COMERCIAL

A continuación, se define el objeto de estudio que se estudia en este trabajo de investigación a través de la normativa vigente estatal y municipal y se plantea si es posible o no trabajar este elemento que es el rótulo de establecimiento con las regulaciones y medidas que estas establecen. Además, se analiza brevemente cómo el objeto de estudio ha ido evolucionando con el paso del tiempo y se expone una posible clasificación por las diferentes categorías que este elemento perteneciente al conjunto de la gráfica urbana posee y por las cuales nos ayudarán a poder identificarlo

1.1. Definición y delimitación del caso de estudio

Para poder diferenciar el rótulo comercial de otros elementos que forman parte de la gráfica urbana de la ciudad o de otros soportes publicitarios, debemos destacar algunas de las acepciones que pueden atribuírsele y que definen bien el objeto de estudio. En cuanto a normativas vigentes estatales en las que el concepto del rótulo puede aparecer de forma implícita o detallada, solo tenemos la Ley de Marcas 17/2001, ley que utilizan Atxaga (2007) y Cogollos (2010) para definir su caso de estudio y la cual expresa, de forma implícita, que “se entiende por rótulo de establecimiento el signo o denominación que sirve para dar a conocer al público un establecimiento y para distinguirlo de otros destinados a actividades idénticas o similares” (Atxaga, p. 23).

Otro tipo de normativa que define y regula los conceptos que queremos estudiar para este caso son las Ordenanzas Municipales enfocadas a la publicidad exterior del paisaje urbano. Estas son desarrolladas por las Administraciones locales de los municipios o concejos municipales, por lo que podemos encontrarnos una gran variedad de formas muy diferentes entre sí de definir el rótulo y clasificarlo. Debido a esa libertad legislativa para cada municipio, hay Ordenanzas Municipales que integran dentro de un mismo término diferentes tipos de instalaciones, entendiéndolas dentro de un mismo campo semiótico, u otras que los clasifican por separado como elementos completamente independientes. Esto da lugar a una variedad muy diluida de lo que puede

considerarse o no un rótulo, pues cada una se adapta a su espacio. Para ejemplificar la variedad o falta de posibles clasificaciones y definiciones del "rótulo comercial" se han escogido cinco ordenanzas municipales de diferentes ciudades de España, las cuales aparecerán desarrolladas en la sección de Anexos, Anexo 1. Si tenemos en cuenta la definición de la Ley 17/2001 anteriormente citada y los diferentes elementos potencialmente considerados por las Ordenanzas Municipales como rótulos de establecimiento y/o que lo identifican, podemos destacar tres tipos de instalaciones que funcionan como signos para designar un comercio o negocio:

- Banderines: Son aquellas instalaciones perpendiculares al plano de la fachada de un establecimiento y están constituidos de un material rígido.
- Rótulos sobre fachada: Se entienden estas instalaciones como aquellas adosadas a la fachada y sobre el negocio en cuestión, los cuales también deben presentar un carácter rígido.
- Rótulos en coronación: Este tipo de rótulos deben ir también paralelos a la fachada y son de carácter rígido, pero se encuentran instalados en la azotea de grandes edificios (o paralelos a la pared de la última planta, si no es posible construir en la cubierta).

De esta forma, podemos eliminar del concepto de rótulo ciertos elementos e instalaciones que tienen un fuerte carácter gráfico y que también incluyen el uso de la tipografía, pero que pueden estar más ligadas al campo de la publicidad más que a la localización de un establecimiento concreto, como la publicidad en medianeras, los carteles o las vallas publicitarias, o elementos de carácter efímero que pueden ser más prescindibles y no tan icónicos, como los toldos y las banderolas.

El rótulo comercial se entiende por tanto como una instalación que pretende señalizar un local o establecimiento, identificarlo y distinguirlo de los otros que se encuentran a su alrededor, presentando en general un carácter rígido. Además, está regulado institucionalmente, por lo que cada Ordenanza Municipal dictará las diferentes medidas sobre su instalación, escala y materiales

Figs. 2, 3 y 4: De arriba a abajo, fotografías de un banderín, un rótulo sobre fachada y un rótulo en coronación

permitidos según su contexto propio. Sin embargo, como expresa Cogollos (2010) "los rótulos comerciales de nuestro entorno cotidiano nos afectan porque contienen información sobre el mundo que nos rodea y, en multitud de ocasiones, independientemente de su significado, se convierten en puntos de referencia que se sitúan dentro de nuestro campo de visión" (p. 37).

Estos, junto con otros elementos urbanos, reflejan la historia e identidad del lugar en el que están, ya que, como partes que se integran dentro del tejido de nuestras ciudades, también han sido influenciados por la expansión de las mismas. En este caso, los rótulos, gracias a la gran variedad de materiales y técnicas en las que pueden ser trabajados y su conexión con el comercio y, posteriormente, con la publicidad, puede observarse una línea clara de evolución hasta el día de hoy.

1.2. Breve historia del rótulo. Antecedentes y evolución

El rótulo de establecimiento comercial ha ido variando y evolucionando junto con la ciudad, la publicidad y el comercio, pero la función que cumplen estos como transmisores de información se ha mantenido invariable en el tiempo. Ya que la historia y antecedentes del rótulo y la publicidad pueden ser un tema amplio y mucho más extenso que lo que aquí se presenta (pero, aun así, necesario para entender el potencial que presenta este elemento gráfico), se ha decidido seguir con la concreta, específica y sencilla línea cronológica que presenta Moreno Rosell (2020) en su trabajo sobre el tejido urbano-gráfico en Lavapiés, destacando la época, el elemento considerado como rótulo en ese momento y su utilidad. De esta forma, podemos distinguir cinco etapas en la evolución del rótulo de establecimiento, empezando por las civilizaciones antiguas de Roma o Grecia, pasando por la Edad Media, incidiendo en la Revolución Industrial como punto clave para el desarrollo del rótulo y posteriormente seguir con la edad de oro que vivió en los primeros años del siglo XX hasta la actualidad.

Así, el antecedente más claro del rótulo es el *signum tabernae*, que siguió las pautas antiguas griegas y romanas, las cuales procedían a colgar el producto con un clavo en la entrada del local. Con el fin de que el establecimiento pudiese ser visto a mayor distancia, se acabó incorporando a la fórmula el colgar los

productos al extremo de un palo perpendicular a la pared de la fachada principal (Satué, 2001, p. 23).

Este sistema evolucionó a las "enseñas colgantes" en la Edad Media , las cuales consistían en reproducciones a gran escala del producto del comercio y que se colgaban también en perpendicular a la fachada. Los productos originales se sustituyeron por réplicas icónicas de escala mayor, normalmente pintadas sobre hierro recortado, con el fin de ofrecer al viandante una mejor identificación (Satué, 2001, p. 23) e, incluso, su tamaño estaba regulado en algunas ciudades. (Moreno Rosell, 2020, p. 50) . Como señala Atxaga (2007), "la entidad icónica del signo es imprescindible en una sociedad de mayoría analfabeta" (p. 93), por lo que era usual encontrar negocios con el mismo tipo de mercancía usando un mismo signo.

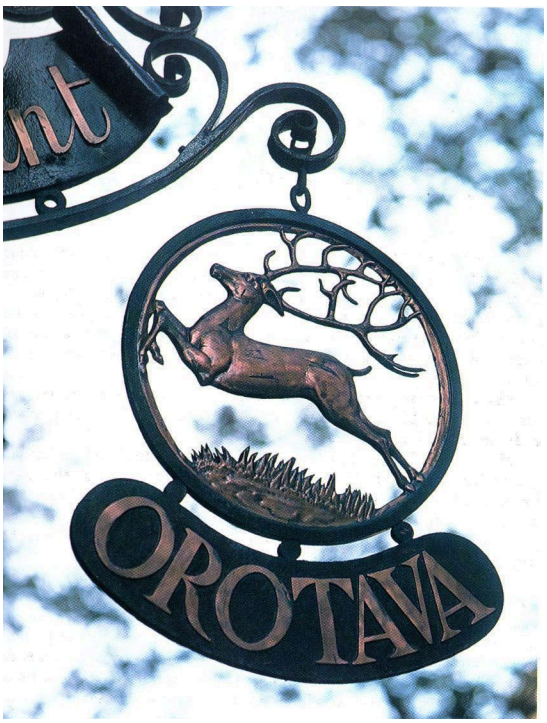


Fig. 5: Como señala Satué (2001, p. 25), un ejemplo de banderín que sigue fiel a la simbología marcada por los gremios medievales

Por otro lado, no fue hasta la llegada de la Revolución Industrial en la segunda mitad del siglo XIX que la figura del rótulo para la identificación del establecimiento se volvió prácticamente indispensable. La producción en masa multiplicó el número de establecimientos comerciales, con lo que la dificultad de su identificación y el riesgo de confusión aumentó considerablemente (Atxaga, p. 95). El orden económico que se impuso a lo largo de este siglo estableció una competencia donde ya no solo valía identificar el comercio, sino que se debía además estimular al comprador-viandante con opciones cualitativas (Satué, 2001, p. 27). Esto llevó a los comerciantes a una personalización de los establecimientos, en los que el empleo del escaparate como "galería de arte" afectó a la forma en la que se trabajaba el rótulo, pues todo formaba parte de un mismo propósito utilitario (p. 28). Además, gracias a la mayor alfabetización y el uso de la imprenta, el rótulo pudo comenzar

a incorporar letras en sus símbolos y podemos empezar a ver el uso de rótulos sobre las fachadas, justo encima de los grandes escaparates.

"El Modernismo europeo marca una edad de oro en el ámbito de las artes gráficas e, indudablemente, también en la rotulación comercial europea." (Cogollos, 2010, p.72). Los primeros años del siglo XX, gracias a la gran importancia de la publicidad, significaron para el rótulo una gran etapa de experimentación con diversas técnicas, usos de la tipografía y materiales, lo que también les proporcionó un carácter más artístico y artesanal (Moreno Rosell, 2020, p. 48). Entre esos materiales y técnicas que se experimentaron en esta época, encontramos el plástico, el vinilo y los tubos de neón, materiales que a día de hoy son los que más presencia tienen en nuestra ciudad contemporánea debido a su gran versatilidad y asequibilidad.

Estos materiales, junto a la tipografía de palo seco, que suele estar ligada a la objetividad racional y a las formas elementales sin dejar lugar a añadidos decorativos (Satué, 2001, p. 50), son lo que actualmente definen la mayor parte de nuestros rótulos modernos. El gran repertorio de rótulos que definía la identidad y memoria de la ciudad a lo largo del tiempo se pierde frente a una ciudad que prioriza la homogeneización y la estandarización de las franquicias.

1.3. Clasificación del rótulo

De la misma forma que no es posible definir el rótulo a partir de las Ordenanzas Municipales, tampoco es posible clasificarlo a través de estas, pues cada una considera su clasificación de manera independiente de acuerdo a los diferentes factores que presenta cada municipio.

Sin embargo, algo que podemos destacar es que estas Ordenanzas Municipales hacen especial énfasis en la regulación de la posible escala y instalación del rótulo en diferentes superficies y espacios, pero no suelen mencionar otras características idiosincrásicas de este elemento gráfico, como pueden ser la gran variedad de materiales que pueden emplearse, el color o la tipografía utilizada[1]. Ya que el rótulo presenta una alta carga gráfica y visual,

[1] La Ordenanza Municipal de Valencia hace referencia a algunos materiales en la definición de rótulo en su art.10 (Ayuntamiento de Valencia, 2005, p. 8) y la Ordenanza Municipal de Sevilla menciona en los art.28.4.a, art.28.5.a y b, art.31.3 y art.31.4.a y b que los

limitar su clasificación a su escala y si sigue la regulación vigente o no supondría obviar muchas de las otras características que sobresalen de este pues, como menciona Cogollos, la forma de modular las letras y palabras, su tamaño, composición, su posición y los diferentes materiales que las conforman, su historia y su disposición en el entorno aportan un significado a cada rótulo (Cogollos, 2010, p. 38) y, por tanto, añade riqueza visual (o caos desmedido) al tejido urbano.

Si solo empleamos la información que se tiene en cuenta (de forma general) en las Ordenanzas Municipales, así como la definición y delimitación que hemos establecido en el primer punto, obtendríamos esta clasificación:

- **Por tipos**: Destacamos los tres tipos de rótulos anteriormente nombrados: el banderín, el rótulo sobre fachada y el rótulo en coronación.
- **Por escala y situación**: En este grupo distinguiríamos dos grupos de rótulos; aquellos que se adaptan a la normativa vigente y los que no.

Esta clasificación queda escasa y no recoge el potencial que presentan los rótulos como un elemento que, como hemos señalado anteriormente, afectan y moldean el entorno urbano y nuestra relación con el mismo. A esta clasificación habría que añadirle tres elementos clave que se encuentran ciertamente relacionados entre sí y que hacen de los rótulos un elemento gráfico y visual: los materiales empleados, la técnica empleada y los colores escogidos. Basándonos en los trabajos de Satué (2001), Baines y Dixon (2004), Moreno Rosell (2020) y Atxaga (2007), podemos destacar:

- **Por materiales empleados**: Como se ha mencionado en el punto sobre la evolución del rótulo, con el paso de los años se han ido trabajando diferentes materiales que podían cumplir la función de fabricar rótulos de establecimiento. Moreno Rosell (2020) separa los potenciales materiales que pueden emplearse en dos grupos; los materiales nobles (metal, piedra, cerámica, madera o vidrio) y los materiales sintéticos (plástico o vinilo).
- **Por técnica**: Dependerá fundamentalmente del/os material/es escogido/s, pues varios pueden combinarse entre ellos, ya sea para trabajar la letra/signo o utilizarse como soporte. Por otro lado, podemos destacar algunas técnicas como el forjado, la talla, el vidrio grabado o emplomado, la

rótulos deberán adecuar una identidad visual a través de una paleta de colores seleccionada y una tipografía determinada (Ayuntamiento de Sevilla, 2022, pp. 17-19)

cerámica, la pintura, la impresión, el corte láser... Dependiendo de cómo de translúcidos sean los materiales (como en el caso del cristal o el plástico), es posible añadirles luz a través de instalaciones con bombillas o tubos fluorescentes. Además, también nos podemos encontrar rótulos directamente integrados en los inmuebles, trabajados desde el material del propio edificio.

- **Por colores utilizados**: Existen multitud de formas en las que aplicar el color en los rótulos. Como señala Satué (2001), muchos negocios actualmente eligen la estridencia y el contraste en vez de la distinción y la elección cromática acorde al contexto arquitectónico (p. 17). De esta forma, Moreno Rosell (2020) establece dos tipos de combinaciones cromáticas: aquellas que emplean colores neutros (propias de establecimientos más antiguos y tradicionales) y las que utilizan colores llamativos (las utilizadas por los negocios más recientes) (p. 56). De la misma forma, también debemos agregar a esta clasificación el uso del color para símbolos gremiales concretos, que hace referencia a colores que ya están arraigados en el imaginario colectivo, como puede ser el verde de la cruz de las farmacias.

Por otro lado, también ligado al aspecto visual de los rótulos, estos pueden distinguirse por aquello que contienen en su interior:

- **Por contenido**: Según Atxaga (2007), pueden distinguirse varios tipos de contenido de la forma en la que este esté trabajado y/o se combine con diferentes elementos. Así, clasifica los rótulos por contenido en:
    - Signos convencionales o gremiales
    - Combinación de texto e imagen
    - Solo texto o solo imagen
    - Instalación de motivos icónicos tridimensionales
    - Integración de imágenes conformando texto o viceversa
- **Por tipografía**: Gran cantidad de rótulos presentan el uso de la palabra y, como se ha mencionado anteriormente, en estos es muy importante la forma en el que las letras están moduladas para otorgar diferentes estilos y simbolismos. La tipografía es un campo extenso, por lo que este apartado se puede extender o simplificar según se quiera ahondar en él. Por

ejemplo, Satué (2001) divide el campo de la tipografía en cuatro familias: tipografía romana, tipografía egipcia, tipografía neoclásica y tipografía de palo (p. 39). Por otro lado, como expresan López Méndez y Ruiz de Infante (2021) "La tipografía y por tanto la expresión tipográfica no tiene límites, pues esta puede adoptar la forma de letras, palabras, línea y párrafos o bien de imágenes, textura y formas gráficas" (p. 74), lo que su clasificación puede ser tan compleja como se quiera.

Finalmente, aunque de forma mucho más complicada y en la que se necesitaría la visión de un experto en la materia, es posible clasificar los rótulos por su fecha de fabricación y por su estado de conservación.

- **Por cronología**: No es fácil determinar la fecha exacta de un rótulo si no se tiene la información del local en el que se encuentra. De todas formas, es posible orientarse gracias a los materiales empleados, la técnica utilizada, la tipografía empleada y los colores asignados. Profesionales en este ámbito serán los que más puedan acercarse a la antigüedad de estas instalaciones urbanas.
- **Por estado de conservación**: Moreno Rosell (2020) señala tres tipos de rótulo según su estado de conservación. Estos son los rótulos en buen estado, los rótulos en un estado deteriorado y los rótulos reutilizados (aquellos no desinstalados que comparten espacio con el nuevo rótulo de la actual actividad del local o que es reaprovechado). Su rápido o lento deterioro depende de los materiales y técnicas empleadas. Por ejemplo, los plásticos se deterioran más rápido y de peor forma en comparación a otros materiales como el cristal, el metal o la madera, que lo hacen de forma mucho más orgánica (Belén, 2016, p. 238).

ESQUEMA VISUAL. Clasificación de los rótulos por materiales empleados:

Fig. 6: Banderín de plástico (material sintético)

Fig. 7: Detalle de un rótulo de madera (material noble)

Fig. 8: Banderín de chapa metálica (material noble)

Fig. 9: Rótulo con estructura metálica y acabado en vinilo (material noble y sintético)

ESQUEMA VISUAL. Clasificación de los rótulos por técnica:

Fig. 10: Rótulo de vidrio pintado

Fig. 11: Rótulo de tubo de neón

Fig. 12: Rótulo pintado sobre pared

Fig. 13: Rótulo con impresión láser

ESQUEMA VISUAL. Clasificación de los rótulos por colores utilizados:

Fig. 14: Banderín de colores llamativos

Fig. 15: Rótulo de colores neutros

Fig. 16: Banderín de colores neutros

Fig. 17: Rótulo de colores gremiales

ESQUEMA VISUAL. Clasificación de los rótulos por contenido:

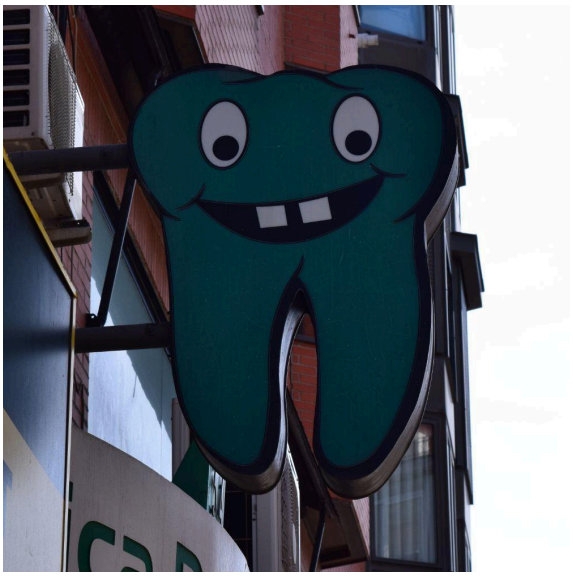


Fig. 18: Banderín con forma icónica

Fig. 19: Banderín con texto e ilustración

Fig. 20: Lado de un banderín con solo ilustración

Fig. 21: Rótulo con parte del texto conformando una imagen

ESQUEMA VISUAL. Clasificación de los rótulos por tipografía[2]:

Fig. 22: Rótulo con tipografía manuscrita

Fig. 23: Rótulo con tipografía con serifa

Fig. 24: Rótulo con tipografía sin serifa

Fig. 25: Rótulo con tipografía no latina y con serifa

[2] Las siguientes imágenes y descripciones corresponden a algunos de los criterios utilizados para este trabajo y que se desarrollarán en la parte II, 2.2 y 3.1.

ESQUEMA VISUAL. Clasificación de los rótulos por estado de conservación:

Fig. 26: Rótulo en estado deteriorado

Fig. 27: Rótulo en estado deteriorado

Fig. 28: Rótulo reutilizado (como soporte)

Fig. 29: Rótulo en buen estado

Conclusiones del apartado 1, Parte I

La definición más concreta del rótulo la obtenemos de la ley de Marcas 17/2001, mientras que de sus diferentes tipos no podemos obtener un dato que pueda ser utilizado de forma general, pues cada ciudad o municipio se rige por sus propias ordenanzas municipales. Asimismo, su clasificación se limita a la regulación de su tamaño e instalación en el espacio urbano y poca mención se hace de los posibles materiales y técnicas que pueden emplearse, por lo que el gran potencial visual que los rótulos ofrecen queda reducido a su situación legal. De esta forma, de los tipos de rótulos señalados en las Ordenanzas Municipales, se han escogido tres tipos como objeto de estudio para este trabajo (rótulo sobre fachada, banderín y rótulo en coronación) y se ha establecido una clasificación de estos a partir de sus características formales y gráficas con el fin de poder observar su potencial paisajístico y cultural a lo largo de esta investigación.

2. EL RÓTULO Y LA IMAGEN DE LA CIUDAD

Una vez establecido el objeto de estudio y los posibles potenciales que posee, en este punto se desarrolla y extiende lo que en el punto anterior se ha dejado entrever: la relación del rótulo de establecimiento con la ciudad. De esta forma, se analizará la manera en la que este puede llegar a crear un diálogo con la misma y crear cierta identidad que caracteriza a los espacios urbanos. Por otro lado, se ejemplifica esta relación con el caso de dos ciudades: Las Vegas de los años 1960 y la ciudad de Sao Paulo. Finalmente, se analiza la forma en la que el márketing ha evolucionado junto con las nuevas tecnologías y cómo esto ha repercutido en la forma en la que entendemos la ciudad y, por tanto, cómo ha influido en nuestra relación con la publicidad.

2.1. El rótulo en el espacio urbano

Miguel Aguiló (2003) define el paisaje como “el resultado de toda actividad sensorial humana frente a un medio, el cual contiene el poso de su cultura.” (p. 34) Por lo tanto, este representa la relación entre una comunidad y el ambiente, la cual va construyendo el paisaje con las actuaciones anteriormente realizadas, sus intenciones actuales y sus expectativas futuras, lo que otorga al lugar un valor y significado determinado. Así, el paisaje urbano viene a ser el hábitat del ciudadano contemporáneo (Atxaga, 2007, p. 85), como resultado de las diferentes transformaciones causadas por las diferentes culturas que lo habitan y que se reconocen en él de forma colectiva e individual.

Como señala González Solas (2008), la antigua ciudad se “indicaba” en lugares concretos y situaciones limitadas (p. 39), pues la arquitectura ha tenido siempre un papel dominante en la configuración de nuestras ciudades. Sin embargo, como sostiene Cogollos (2010) “el protagonismo de la rotulación publicitaria vial mantiene un grado de responsabilidad similar respecto del campo visual más inmediato, ya que es evidente que nuestra actividad cotidiana está directamente condicionada por la publicidad en general y los rótulos comerciales en particular” (p. 88).

“La ciudad alberga un heterogéneo conjunto de signos, icónicos y escritos, que conforman lo que se ha dado en llamar “gráfica urbana”” (Atxaga, 2007, p. 23).

Dicha gráfica y formas de escritura, como sostiene González Riaza (2016) en su tesis doctoral, reflejan el carácter más profundo de las sociedades, sus cambios y evolución, pues condicionan enormemente el aspecto de las calles y de los espacios sobre los que se colocan (p. 24). Esta relación tan fuerte que presenta la ciudad actual con la publicidad y nuestra identificación con ésta la pone de manifiesto el artista Matt Siber en sus obras *Floating Logos* (2003-2008), donde los logos de diferentes corporaciones aparecen sin su soporte físico, flotando en el aire, dotándolos de un carácter sobrenatural pero, a la vez, totalmente cotidiano (https://www.siberart.com/floating-logos), y en *The Untitled Project* (2002-2010), fotografías de una ciudad de las que extrae el texto de la publicidad, presentando unos paisajes vacíos y sin significado concreto que no nos permite poder identificarnos del todo con esa ciudad que estamos viendo (Matt Siber, *Untitled Proyect*, s. f.).

Fig. 30: Parte de la obra de Untitled Project. Matt Siber muestra cómo eliminar parte de la gráfica del entorno hace perder parte de su propia iconicidad

Existe una compleja relación entre las ciudades y el uso de la tipografía en los diferentes soportes tipográficos, pues como señala González Solas (2008) en "Escrito sobre la ciudad" es un proceso que no solo tiene que ver con la identificación, sino que ha derivado también a la simbolización de la ciudad (p. 39). Debido a esta compleja e inseparable relación, este autor introduce el término "*tiposfera*", el cual define ese estrato de signos, entre los que podemos encontrar a los rótulos comerciales, particularmente intenso en los cinco o seis metros sobre el suelo, espacio donde se encuentra la gran parte (y la más intensa) de la

comunicación visual y que de forma intencionada se encuentra el campo visual del viandante (Moreno Rosell, 2020, p. 46). "Todos esos elementos configuran un aspecto visual, perceptual, estético, que imprime un carácter común a las ciudades actuales al tiempo que, eventualmente, puede diferenciarlas. Son en gran parte responsables de la estética de la ciudad" (González Solas, 2008, p. 39). De la misma forma, este autor destaca la conexión entre los diferentes sedimentos históricos, los actuales y los pasados. La evolución de los signos utilizados se puede entrever en las diversas capas que componen la ciudad, algunas reescritas, otras semiborradas, que superponen entre sí y se adecuan unas a otras, "pudiendo aparecer en una misma imagen los signos de una sociedad teocrática, de otra burguesa y de otra corporativa" (p. 40).

Los rótulos comerciales, por tanto, forman parte de una gráfica urbana que distingue y aporta un valor a la ciudad y, asimismo, al paisaje en el que se encuentra, siendo un agente fundamental, debido a nuestra conexión con la publicidad, en la relación de la comunidad con el medio y la construcción de una identidad través de la cultura y el medio en el que habitamos.

2.2. Los casos de Las Vegas y Sao Paulo. Nostalgia y renovación urbana

Existen dos ciudades en las que lo vernáculo comercial y publicitario, su potencial y su huella, nos sirven de ejemplo para exponer la importancia de la gráfica comercial en la transformación y diferenciación de la idea de ciudad.

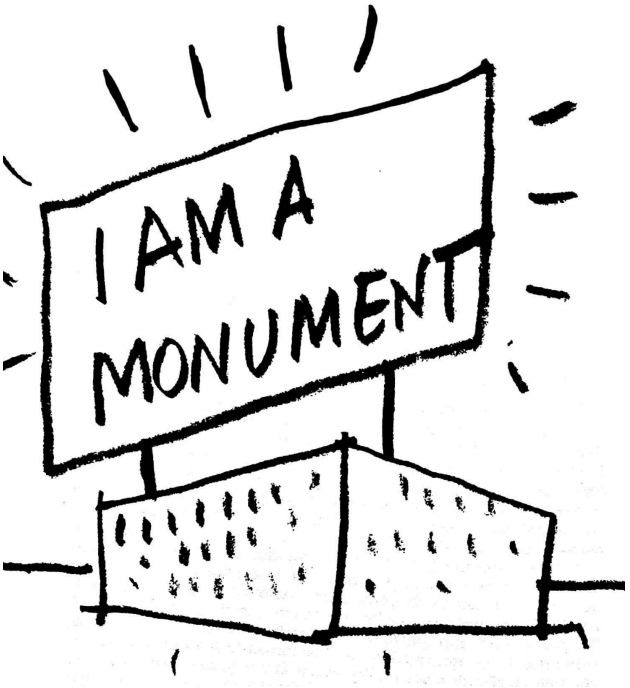
En el primer caso, la ciudad de Las Vegas, lo vemos desarrollado en el estudio *Aprendiendo de Las Vegas* de Venturi, Scott Brown e Izenour (1982)[3], en el que exponen la importancia simbólica de la ciudad en 1960, donde la función del rótulo fue significativa para la localización en el espacio. En concreto, el estudio se centra en El *Strip*, una gran avenida que atraviesa parte de la ciudad, y en los negocios que se encuentran paralelos a la misma.

De esta forma, exponen que la "arquitectura de la comunicación" domina la arquitectura espacial, pues los rótulos se orientan hacia la autopista, más todavía que los edificios, donde los diferentes estilos y signos establecen las conexiones entre los diferentes elementos urbanos con el fin de que puedan

[3] Publicación traducida al español de la edición original *Learning from Las Vegas* de 1972.

visualizarse desde el coche en marcha y en cuestión de segundos (p. 29). Así, el rótulo funciona como conector del negocio-paseante, pasando a formar parte fundamental del paisaje (p. 34). De la misma forma, la gráfica urbana, como dibujos del pavimento, los bordillos y las líneas de aparcamiento, son los que marcan el camino a seguir, pero es el caso de los rótulos que indican ubicaciones concretas con sus formas escultóricas y siluetas pictóricas (p. 35). En Las Vegas, "si prescindimos de los anuncios en ciertos espacios, nos quedamos sin lugar, pues Las Vegas es comunicación intensiva a lo largo de su autopista; espacio abierto concebido a grandes velocidades." (p. 40). Por tanto, la simbología y significados específicos que denoten los rótulos es imprescindible para saber qué tipo de negocio es aquel que se anuncia y cuál es el producto que ofrece. Dependiendo del grafismo, tamaño, material, color, ubicación... el rótulo puede sugerir diferentes connotaciones simbólicas que se ayudan de la arquitectura que representan (p. 129).

Las Vegas de 1960 dotó al rótulo de una importancia determinante para la localización concreta de locales pero, sobre todo, lo dotaron de una importancia simbólica que constituyó la imaginería vernácula de Las Vegas. Sin embargo, como señala Deyan Sudjic (2017) "si Las Vegas de los años 60 ayudó a impulsar a Andy Warhol, la ciudad de hoy es más bien a la manera de Jeff Koons" (p. 214) pues la competición exhaustiva de los negocios ha creado "como una hamburguesa triple de queso con todos los aditamentos y acompañada de patatas", en la que los nuevos casinos y los nuevos hoteles necesitan más que simplemente anunciarse con rótulos y los grandes complejos urbanísticos recogen multitud de diferentes negocios en un solo edificio (p. 215). Por otro lado, esto no resta importancia al rótulo (aunque ya no tenga la misma función que antes), pues muchos de estos ya forman una parte idiosincrásica del negocio al que pertenecen y, por tanto, de la memoria e imagen de Las Vegas.



Figs. 31 y 32: En Las Vegas de 1960 era el propio rótulo el que denotaba de sentido a los edificios (arriba). En Sao Paulo, la rápida retirada de la publicidad y los espacios vacíos dejan un paisaje falto de lenguaje propio (abajo).

El caso de la ciudad de Sao Paulo presenta otro ejemplo que, de forma diferente, ilustra la potencia de la publicidad y su gráfica en el espacio urbano pero también las consecuencias de un uso desmedido de las mismas y las posibilidades de arrancar de la ciudad toda esa gráfica comercial. El gran crecimiento demográfico y comercial que vivió São Paulo a lo largo de los últimos cincuenta años se tradujo en una incapacidad total de regular y controlar la publicidad en la ciudad, tanto de tamaño como de cantidad, y en un interés de la parte política por recaudar más dinero de forma eficaz, lo cual culminó en la conquista de espacios públicos como plazas o jardines, que pasaron a ser lugares de propaganda de empresas privadas que se dispusieron a patrocinar la conservación de esos espacios (González Solas, 2008, p. 59).

Sin embargo, a pesar de varios intentos, no fue hasta 2007 que el alcalde de São Paulo promulgó la Ley de la Ciudad Limpia (Lei Cidade Limpa), convirtiéndose en aquel momento en la primera ciudad, como expresan Koeck y Warnaby (2014), que se encontraba fuera del régimen comunista en aplicar una prohibición tan radical frente a la publicidad exterior (p. 1410). Según siguen estos autores, se eliminaron vallas publicitarias, pantallas de vídeo y los anuncios de autobús y se introdujeron normativas para reducir el tamaño de los rótulos de los comercios. Así, se retiraron entre 8.000 y 15.000 carteles anunciadores pero, sobre todo, se retiró la publicidad de los espacios públicos (González Solas, 2008, p. 56). Las vallas publicitarias desnudas, que durante un tiempo estuvieron todavía instaladas sin ningún anuncio, provocaron una desorientación general en la población, acostumbrada a orientarse con la publicidad. Esta se hallaba instaurada en el tejido urbano y en la memoria de aquellas personas que lo habitaban, de forma que servía de orientación y localización concretas. Sin embargo, estas drásticas medidas trajeron consigo la posibilidad de encontrar nuevos lenguajes, nuevas referencias y nuevas formas de entender el paisaje, que permiten al conjunto de la gráfica urbana y semiótica convivir de forma armónica y unitaria con otros elementos urbanísticos. (Koeck y Warnaby, 2014, p. 1408).

Ambos ejemplos nos muestran la forma en la que la publicidad es instaurada dentro de la memoria colectiva y, por tanto, dentro del tejido urbano. A pesar de ser dos ejemplos opuestos, ambos representan de forma notoria dos formas de construir el paisaje urbano a partir de los diferentes contextos en los

que se encuentran, uno a través de identificación del establecimiento a través de la semiótica y la priorización antes que el elemento arquitectónico, y otro a través de la renovación visual para ofrecer nuevos lenguajes y sacar a la luz otras gráficas que se hallaban ocultas tras la potencia publicitaria.

2.3. La ciudad contemporánea

La publicidad exterior posee un gran potencial en el desarrollo de nuestra relación con el entorno urbano. Además de los casos expuestos anteriormente, existen ejemplos a pequeña escala, como las intersecciones de Piccadilly Circus en Londres o el Times Square en Nueva York, donde la publicidad presenta un alto grado de significancia en el espacio y permite la localización del mismo (Koeck y Warnaby, 2014, p. 1406).

La evolución del márketing junto con las nuevas tecnologías y el desarrollo de las grandes ciudades han permitido expandir el concepto de publicidad y su forma de encontrarse en el tejido urbano, lo que ha derivado en nuevas formas de entablar un diálogo ya no solo con la ciudad contemporánea, sino también con los nuevos dispositivos, ahora encarnados también en las ciudades. En su artículo, Koeck y Warnaby (2014) identifican tres tipos de estrategias comunicativas desde la publicidad: el márketing visual, el cual hace referencia a las formas más tradicionales de publicidad como los rótulos o pósteres, cuyo ejemplo más claro de su potencial es el caso de Sao Paulo; el márketing encarnado, utilizado por ciudades modernas y que emplea estructuras que se difuminan con el tejido urbano, en el que la publicidad "disfraza" los grandes edificios, "convirtiéndose en un elemento integral arquitectónico" (p. 1410); y el márketing interactivo o performativo, que permite una conexión más inmediata y personalizada del viandante con la publicidad a través de dispositivos digitales como la Realidad Aumentada o el uso de QR, lo que incluso acaba por expandir el espacio de consumo a las calles (Hernández Medina, 2021, p.9).

En la ciudad contemporánea, las diferentes formas de márketing se engloban en un mismo tejido urbano, mezcladas, pero siempre dirigiéndose al viandante. "Las imágenes publicitarias deben renovarse continuamente para estar al día. (...) Aceptamos el sistema global de imágenes publicitarias como aceptamos el clima. La publicidad nunca puede centrarse en el producto o en la

oportunidad que propone al comprador, sino que se centra en el futuro comprador, ofreciéndole una imagen glamurosa de sí mismo. (...) La publicidad se centra en las relaciones sociales, no en los objetos." (Berger, 2019, pp. 130 - 132)

En este contexto, la implementación de las nuevas tecnologías en la relación viandante-ciudad ha traído consigo, como señala Sudjic (2017) nuevos posibles espacios urbanos y formas de tantearlos, pero también impacta de forma integral en su estructura, "desde la orientación de las calles con el sistema GPS hasta la geografía social, como una app de Airbnb puede convertir una calle residencial en un distrito de hoteles o convertir un hogar en un activo que genere ingresos." (p. 101)

Ante esta nueva manera de relacionarnos con los dispositivos electrónicos y con la nube, Hernández Medina (2021) expone que nos encontramos en una revolución comunicacional, en la que Internet está cambiando nuestra forma de pensar e interactuar, interfiriendo en el ámbito público y doméstico de la misma forma, lo que también implica a la significación de la ciudad (p. 7) e incide directamente en el signo y en su mensaje que, frente a la gran cantidad de estímulos y datos, este opte por banalizar y simplificar su contenido. "Cuanto más denso de significado es un mensaje, más lenta es su transmisión. Cuanto más tiempo sea necesario para la interpretación de un signo-mercancía, tanto menos la mercancía cumple su tarea principal, la de valorizar el capital invertido en su producción" (p. 11).

Esto provoca que la ciudad contemporánea se convierta en un escaparate donde diferentes productos compiten entre ellos de forma indiscriminada. En el caso de los rótulos comerciales, el desorden visual que provoca la rotulación existe en España desde la posguerra, más concretamente, a partir de los años 1950, donde la expansión de los rótulos, así como de los comercios, se llevó a cabo sin ningún tipo de limitación, regulación o preocupación por la legibilidad del mensaje o del impacto visual que tendría frente a otros negocios de alrededor (Satué, 2001, p. 15). "La inclusión indiscriminada de la rotulación y gráfica comercial, de cableados caóticos, saturación cromática, barreras visuales y un largo etcétera, agreden enormemente a nuestra ciudad y generan polución visual" (Cogollos, 2010, p. 89). La sustitución de negocios tradicionales por franquicias ha dado lugar a la utilización casi exclusiva de un mismo tipo de

tipografía (aquellas denominadas “de palo”), lo que sumado a la banalización del signo y su mensaje, ha derivado a la tendencia de una universalización visual y conceptual que, en palabras de González Riaza (2016), empobrece el pensamiento y significados, desarraigándonos de la relación que hemos establecido con el entorno a través del tiempo y que puede repercutir en nuestra cultura y en cómo la construimos (p. 25).

Conclusiones del apartado 2, Parte I

El paisaje urbano es el resultado de la interacción de las personas que lo habitan con el entorno, donde la gráfica urbana tiene un importante papel en transformar el aspecto del espacio. La "tiposfera" es la encargada de otorgar dicha identidad estética y visual de cada ciudad. Para ejemplificar este impacto, se han analizado dos ciudades (Las Vegas de los años 1960 y Sao Paulo) en las que la rotulación y la publicidad estaban fuertemente ligadas a la memoria colectiva y al paisaje de la ciudad, incluso obteniendo un carácter tan dominante que opacaba el resto de signos y lenguajes urbanos. Las nuevas formas de márketing y publicidad aumentan las posibilidades de moldear la ciudad y configuran nuevas relaciones viandante-ciudad, cambiando nuestra forma de interactuar no solo con el márketing en sí mismo sino también con la ciudad. Esto ha acabado conformando un espacio lleno de estímulos donde se está tendiendo a la banalización del mensaje para su rápido consumo y entendimiento, algo que también observamos en la rotulación tras la sustitución del negocio tradicional por franquicias, que empobrecen y aplanan la imagen urbana de nuestras ciudades.

3. RÓTULO Y PATRIMONIO CULTURAL

En esta sección se desarrolla una de las cuestiones pilares de este trabajo: ¿qué relación existe entre la rotulación comercial y el Patrimonio Cultural? Se aborda el estado y el contexto urbano en el que los rótulos se encuentran desde una perspectiva administrativa, poniendo en evidencia las contradictorias situaciones que una falta de rigurosidad y/o falta de interés por parte de algunos organismos públicos competentes pueden ocasionar y repercutir en el tejido urbano. Además, se expone la reciente inclinación por parte de algunos proyectos públicos o privados de preservar este lenguaje vernáculo de las ciudades pues, más allá de su función identificativa, guarda no solo un potencial paisajístico sino también cultural, donde sus valores histórico/artísticos e, incluso, inmateriales juegan un papel fundamental en la identidad urbana.

3.1. Los rótulos en el Siglo XXI

En su tesis doctoral, Cogollos (2010) realiza una comparación entre algunas ciudades del Mediterráneo (Lisboa, Roma y Valencia) y algunas ciudades del norte de Europa (París, Londres y Ámsterdam) para observar la forma en la que estas gestionan su publicidad exterior. Las ciudades mediterráneas, por lo general, se caracterizan por ser laxas y poco específicas en sus normativas, lo que ha derivado a una variedad de tipografías instaladas demasiado extensa como para clasificarla (p. 99). “El enorme desarrollo de las técnicas de producción, el interés del comerciante que da prioridad a los aspectos publicitarios en contraposición a su consideración respecto al entorno público y la falta de medidas para aplicar las normas (…) finalmente ha desembocado en el estado actual de la señalética comercial que apreciamos en las ciudades del sur de Europa” (p. 98).

En cuanto a las ciudades europeas situadas más al norte, el autor ha observado que su normativa no solo es estricta en la instalación de los rótulos, sino también en los materiales que se deben emplear, los colores que deben ser utilizados y el diseño de la tipografía. Esta rigurosidad en las medidas se establece con el fin de mantener no solo una relación coherente entre negocios cercanos (p. 102), sino también con el entorno en el que se encuentran, respetando la tendencia arquitectónica de los inmuebles en los que se hallan instalados (p. 112).

A pesar de que autores como Cogollos ven en esta proliferación de rótulos dispares en las zonas mediterráneas como la creación de un "laberinto visual" (p. 99), han comenzado a surgir voces a favor de esta rotulación en nuestro país tanto por sus valores paisajísticos, artísticos y patrimoniales como para poner en evidencia el estado de conservación en el que se encuentran muchas de estas piezas. Como describe Miguel Maestro en la presentación del proyecto de *TiposQueImportan* para la *World Design Capital Valencia 2022*, el principal problema que sufren los rótulos es la gentrificación de las ciudades. El desarrollo y expansión cada vez más rápido de estas provoca en gran medida la sustitución de los negocios locales tradicionales por franquicias y grandes empresas que no saben cómo adaptarse o cómo utilizar el patrimonio local (WDC Valencia 2022, 2021, 1:11). Sobre el destino de los rótulos, Barrera, creador del proyecto *Santatipo* enfocado en rescatar los rótulos de Cantabria, señala que al no tratarse de elementos con protección, "las reformas son una oportunidad para los expolios", donde la gente "se apropia del pasado de una ciudad, mercantilizándolo, y arrancándolo fuera de su contexto original" (Díez Martínez, 2022). Por otro lado, los rótulos de negocios cerrados que consiguen quedarse en la fachada acaban por presentar, en muchos casos, un estado de conservación muy deteriorado.

En Madrid, la Ordenanza General de Publicidad Exterior en vigor desde 2009 (ANM 2011\139, actualización del 08/04/2011) pretende "regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior (...) con el fin primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Madrid" (p. 5). Por otro lado, esta no puede actuar sobre publicidad o rotulación que se encuentre instalada antes de su puesta en marcha, aunque sí sobre un local que quiera obtener una nueva licencia de actividad (Ver Anexo 4, entrevista con Alejandro Martín). Este ha sido el caso de la retirada del rótulo de la ya cerrada tienda Curtidos Baranda, local situado en la calle San Cosme y San Damián en Madrid, en donde un nuevo negocio, la escuela de música El Molino de Santa Isabel, estaba instalado y que su retirada ha sido valorada desde la asociación de Madrid Ciudadanía y Patrimonio (MCYP) como "una falta de interés" por parte de las Comisiones de Patrimonio (Pérez, A. y Somos Tetuán, 2023). El rótulo de *art decó* no solo gozaba de un valor gráfico y de

Figs. 33 y 34: La retirada del rótulo de Curtidos Baranda ante la negativa de la Comisión de Patrimonio por mantenerlo instalado (arriba) y la retirada de la pintura de la fachada del negocio Factory Colchón tras la denuncia vecinal (abajo)

memoria para la zona, sino que además se le sumaban otros atributos como su antigüedad (setenta años), la técnica y material en la que estaba realizada y el haber sido pintada por un famoso decorador de vidrio de Madrid, Miguel Francisco García, conocido también como "Sicilia" (Redacción Fin de Semana, 2020).

Sin embargo, el intento por parte de la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico así como de los nuevos inquilinos por no desmontar el rótulo dado su valor cultural contrasta con el caso de la aparición de negocios de la franquicia Factory Colchón, varios de ellos instalados en edificios declarados Bien de Interés Cultural. Los locales se mostraban de forma similar, interviniendo de colores llamativos las fachadas protegidas. En concreto, en el número 300 de la calle de Bravo Murillo, se situaba en una esquina uno de estos locales que fue denunciado desde asociaciones vecinales por una actuación "lesiva contra el patrimonio y sin la necesaria sanción administrativa" concretando que "la intervención incumple claramente el artículo 9.2 de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior (...), pudiendo considerarse una infracción muy grave según el artículo 57.g) de la mencionada ordenanza" (Somos Tetuán, 2022).

Antonio Giraldo, coordinador del área de Sostenibilidad de la CEF-PSOE, en un artículo del periódico *El País* (Olaizaola, 2023), comenta que el control de permisos no es muy exhaustivo y que "el Ayuntamiento no comprueba las declaraciones a no ser que exista una denuncia expresa". La gran carga que pesa sobre los organismos competentes supone una falta de rigurosidad en la normativa, lo que, sumado a la falta de protección hacia los rótulos comerciales, empeora su situación en la ciudad y pone de manifiesto situaciones que se contradicen entre sí.

3.2. El interés hacia la preservación del rótulo

A pesar de la situación que viven los rótulos en el panorama nacional, un interés por su preservación, catalogación y su puesta en valor se ha ido desarrollando en los últimos años. La Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico, de la cual se hablará más detenidamente en el siguiente apartado, se fundó en 2020 con el fin de, como definen en su página web, "ser una herramienta disponible y abierta para quien quiera defender su ciudad, una

manera de poner en contacto a la población en general, administraciones y profesionales, para desarrollar estrategias conjuntas con las que parar la especulación y la destrucción de nuestros barrios, pueblos y ciudades." (Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico, s. f.) Como sigue comentando en otros apartados de la misma web, "desde hace unos años han surgido iniciativas en redes sociales que han ido documentando y preservando gráficamente el paisaje visual de las ciudades, ante una unificación comercial y urbana que hace que vayan desapareciendo comercios locales históricos y con ello la memoria e identidad de las calles. Estos proyectos en muchos casos han ido creciendo, ampliando su labor original de documentación online, llegando a hacer publicaciones y rescatar físicamente algunos rótulos y carteles comerciales antes de su desaparición" (Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico, *Quiénes Somos, s. f*). Esta labor de investigación, rescate y divulgación ha comenzado a generar pequeños focos de interés en algunas iniciativas institucionales.

En octubre de 2020, el partido político Más Madrid comenzó a trabajar en su proyecto *Cuidar Madrid*, "un catálogo de elementos protegidos con aquellas piezas sugeridas por los vecinos de los barrios y distritos (de la ciudad de Madrid)" (Más Madrid, *Cuidar Madrid,* s. f.) el cual pretende ser complementario al catálogo de elementos protegidos de esta ciudad pues "inspirado en el Convenio de Faro, Cuidar Madrid es un proceso abierto que pretende impulsar la participación de la ciudadanía en un proceso continuo de definición del patrimonio cultural que se encuentra en constante evolución" (Ídem). Para la realización del trabajo, se pusieron en contacto con asociaciones culturales, ambientales y vecinales, entre las que se encontraba la propia Red Ibérica, y en junio de 2022 el proyecto presentó sus primeros resultados geolocalizados en un mapa. Para realizar el registro, el vecino debía proporcionar el nombre del elemento, su dirección, su fecha de creación, el nivel de protección que él le daría (del 0 como nivel más bajo al 9 como más alto) y los valores culturales, históricos o artísticos que tiene ese bien. De esta manera, en la plataforma (a fecha del 24 de enero de 2023) se hallaron registrados 31 rótulos con un general alto nivel de protección entre el 9 (32,3%, 10 rótulos), el 8 (35,5%, 11 rótulos) y el 7 (29%, 9 rótulos). Asimismo, la mayoría de rótulos catalogados se encuentran en el APE 00.01, en concreto, aquellos que se sitúan en los distritos Centro (38,7%, 12 rótulos), Chamberí (16,1%, 5 rótulos) y Salamanca (12,9%, 4 rótulos) (ver listado completo en Anexo 2).

Otras iniciativas de carácter institucional otorgaron a los rótulos gran valor patrimonial y destacaron su potencial en la imagen del paisaje urbano. En la Comunidad de Madrid se realizó un "inventariado de rótulos publicitarios más señeros para proceder a su legalización" (Portal del Ayuntamiento de Madrid, 2010) tras la puesta en vigor de la nueva Ordenanza de Publicidad Exterior y que, en virtud de lo dispuesto en el art. 9.1, las comisiones competentes en materia de protección de patrimonio procedieron a indultar las instalaciones que se adecuaran a los siguientes criterios (González Riaza, 2016, p. 306):

- Tener más de treinta años
- Estar instalados en edificios emblemáticos
- Formar parte de la proyección de la imagen de la ciudad

Los rótulos indultados fueron el de Schweppes (edificio Capitol de la calle Gran Vía, 41), el de Tío Pepe (edificio situado actualmente en Puerta del Sol, 11) y el de BBVA (edificio de Paseo de la Castellana, 81). Casos de los rótulos como el de Firestone (Calle Aguirre, 5) y un rótulo de una pequeña botella de Schweppes (edificio de la calle San Bernardo, 13) fueron estudiados por las comisiones competentes, pero terminaron por dar un informe desfavorable, en el primer caso, y desmontar el rótulo tras el desistimiento de su propietario, en el segundo[4].

Por su parte, en Valencia se realizó en 2022 un estudio preliminar sobre gráfica urbana de la ciudad partiendo del archivo fotográfico del diseñador gráfico Juan Nava, habiéndose identificado 107 rótulos de valor histórico. Tras el estudio, se pudo observar que "muchos (de los rótulos analizados) corren el riesgo de desaparecer debido su deterioro o por la falta de sensibilidad de sus propietarios a la hora de mantenerlos" (Gil, 2022). En Extremadura, la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes ha incoado la declaración de Bien de Interés Cultural de los

[4] La información sobre la situación de los rótulos que no fueron indultados fue obtenida a través de un hilo de correos electrónicos mantenidos con José María Sánchez Laforet, Jefe del Departamento de Planeamiento 1 sujeto a la Subdirección General Planeamiento, Dirección General de Planeamiento.

Figs. 35, 36 y 37: Los rótulos de Schweppes (arriba), el Tío Pepe (en medio) y el de BBVA (abajo). Rótulos considerados protegidos en la ciudad de Madrid

paneles de azulejos de "Nitrato de Chile" con el fin de salvaguardar los veintiún rótulos que todavía se encuentran en la zona, otorgándoles “un incuestionable valor patrimonial, artístico e histórico puesto que son exponentes del diseño y la imagen publicitaria española de la década de 1930, así como el reflejo de la sociedad y la economía agraria de ese momento” (Redacción, 2022).

Atxaga (2007) señala que el Museo Arqueológico, Etnográfico e Histórico Vasco se muestra muy sensible hacia el patrimonio histórico de la época industrial, por lo que en su labor de rescate de piezas también han preservado algunos rótulos provenientes de talleres y establecimientos que, al cerrar, fueron cedidos al museo y que cuentan con un alto valor documental (p.41). Sin embargo, las limitaciones de presupuesto, de personal y de espacio de almacenaje/exposición, sumado a la indiferencia generalizada y alguna que otra actitud hostil por parte de ciudadanía e instituciones, no permiten un estudio más profundo de la rotulación de la zona (p. 43). El Ayuntamiento de Plentzia (Vizcaya) logró rescatar seis rótulos de los locales que habían cerrado como un proyecto de la anterior legislatura (presumiblemente anterior a 2020, ya que no se especifica la fecha) para conservar la memoria y la identidad del pueblo (Plentzia Telebista - Ptb, 2021). Sin embargo, como señala el exalcalde del municipio en una de las conferencias realizadas en el 1er encuentro de la Red Ibérica (Red de Patrimonio Gráfico, 2020) la nueva legislatura acabó por paralizar la labor de rescate (16:10). La intención principal del trabajo fue intentar mantenerlos en la fachada, aunque con aquellos que no era posible, eran desinstalados y guardados en dependencias municipales con el fin de realizar una futura exposición permanente (16:22).

Fig. 38: Rótulo de Nitrato de Chile

Finalmente, están comenzando a gestarse otros proyectos como Written World. Esta iniciativa, que pretende ser "una herramienta para la catalogación colectiva y creación de signos de todo el mundo" (Written World, s. f.) está todavía en fase de construcción, aunque puede verse que es un proyecto realizado por la Escuela Superior de Diseño. La página web muestra, por encargo del Ayuntamiento de Madrid, un total de treinta y un rótulos estudiados que se encuentran en las inmediaciones de la Plaza Mayor, donde puede verse un dibujo vectorizado del negocio junto con una descripción de su valor histórico, así como algunos datos sobre su fabricación, la situación del rótulo en el inmueble o el tipo de tipografía utilizada.

3.3. Más allá de la imagen de la ciudad: otros valores del rótulo comercial

Se ha podido observar y desarrollar en este trabajo el gran impacto que supone para el tejido urbano la instalación de la rotulación y cómo esta, junto con otra gráfica urbana, determinan la personalidad de la ciudad y transforman, disolviéndola del anonimato y generando un sentido de lugar (Atxaga, 2007, p. 21). Muchas de las iniciativas que se encuentran poniendo en valor el rótulo actualmente se centran en encontrar la rotulación tradicional de la zona, aunque otras también dirigen su atención a difundir la figura del rotulista y su inminente desaparición frente al desarrollo tecnológico.

Miguel Maestro dedica un apartado en su proyecto llamado "Historias" donde se hallan varias entradas destinadas a hablar sobre los profesionales rotulistas de Valencia, los años en los que su trabajo más brilló, su forma de trabajar y la calidez e identidad que los trazos traían a los negocios. Entre algunas de las entradas, destacan pequeñas entrevistas a rotulistas, como Ricardo Moreno, que explica que "las tipografías no se utilizaban como en la actualidad, pues más que tipos de letra, empleaban formas de crearlas y por aquel entonces solo conocían tres: la americana, la letra al aire y la letra tipo" (TiposQueImportan, 2021). Además, "no tenían otras referencias y apenas existían libros de muestras", siendo algunos *El arte de la rotulación* de Mercedes Bonet o los libros de láminas de Miguel Pedraza o Antonio Villarroya. "Todos ellos hablaban de estilos de letra más que de técnicas, lo cual era útil para los maestros para conocer sus proporciones y distintas aplicaciones (...)" (Ídem).

Laura Asensio, diseñadora gráfica y creadora de la iniciativa Valladolid con carácter, también incluye en su libro homónimo editado en 2022 la presencia de los profesionales rotulistas de Valladolid, explicando brevemente sus procesos de trabajo y mostrando las diferentes empresas de rotulación tradicional que han habitado la ciudad, tanto por estar situadas allí como por sus trayectorias profesionales expuestas en los negocios locales. “Cuando el diseño era aprobado por el cliente, la siguiente tarea era llevarlo a la fachada del negocio en cuestión. (…) Esta tarea se llevaba a cabo mediante la técnica del estarcido, que consistía en dibujar las letras en un papel a escala 100%, perforar su contorno con un punzón y, al superponer esta plantilla sobre la superficie elegida, aplicar carbón o tierras naturales en polvo. (…) Al retirar el papel, el dibujo queda transferido a la superficie. Después, se pintaba el diseño” (Asensio, 2022, p. 15).

Fig. 39: Ricardo Moreno, rotulista, dibujando una letra americana

El oficio de rotulista era generalmente enseñado de generación en generación y entre familiares (p. 23). Esta profesión fue muy demandada durante la década de 1970, cuando conoció su máximo esplendor, aunque en la siguiente década comenzaría a decaer con la aparición del ordenador y el vinilo. “Si en la década anterior (1970) el epígrafe de rotulistas de las Páginas Amarillas mostraba apenas media docena de profesionales, en esta (1980) mostraba cientos, los cuales ocupaban páginas y páginas en la guía. Y es que un ordenador lo maneja

cualquiera, mientras que con un pincel no ocurre lo mismo" (TiposQueImportan, 2021). A pesar de que es una profesión en declive, todavía existen profesionales que, habiéndose adaptado a las nuevas tecnologías, siguen sus trayectorias. Además, como resalta Laura Asensio en una entrevista (Ver Anexo 4), el interés por el lettering y la rotulación tradicional está aumentando en los últimos años, por lo que están surgiendo varios cursos dedicados a conocer esta profesión y labor.

El valor histórico y artístico que puedan tener los rótulos tradicionales, ya sea porque están ligados a una técnica, material o autor, se une al valor inmaterial del trabajo de una figura tradicional como el rotulista junto al valor paisajístico que otorga en el tejido urbano. A su vez, la memoria del local al que acaban ligados dichos rótulos termina por otorgarles una importancia simbólica que los convierte en "los representantes" de los negocios. La retirada de los rótulos tradicionales, por tanto, no solo resiente la imagen visual de la ciudad, sino que también simboliza el cierre de negocios locales a favor de la turistificación y la proliferación de franquicias en ciudades con cada vez menos identidad.

Conclusiones del apartado 3, Parte I

Las ciudades mediterráneas se caracterizan por no tener una normativa rigurosa y extensa que haga frente a la contaminación visual de la ciudad. Sin embargo, eso no ha detenido a ciertos colectivos dispuestos a defender el valor cultural que los rótulos otorgan a la ciudad, denunciando los casos de expolio y mala conservación a la que se enfrentan. Esta falta de rigurosidad se ha podido observar en dos casos que se contradicen: en la retirada de un elemento con evidente carga patrimonial de la zona y en la apertura de un negocio que actuaba contra las normativas urbanísticas y solo revisado tras la denuncia vecinal. El interés que han suscitado los rótulos comerciales no solo se ha quedado en intenciones altruistas, sino que también ha movilizado ciertas actuaciones institucionales para garantizar su preservación. A este interés por su valor paisajístico e histórico/artístico debemos añadirle el inmaterial; el interés por dar a conocer y enseñar las funciones de una trayectoria laboral en desaparición como es la profesión del rotulista. La variedad gráfica que nos encontramos en nuestro país desaparece frente a grandes franquicias, lo que no puede más que significar la pérdida de identidad de una ciudad pues "no hay ciudad sin comercio, sin locales; no hay ciudad sin rótulos" (Moreno Rosell, 2020, p. 7).

4. INICIATIVAS

Como hemos observado en el apartado anterior, el interés por el potencial patrimonial de los rótulos en la configuración del paisaje y en la memoria de las ciudades se suma al del trabajo artesanal de profesionales que van perdiendo reconocimiento. En esta sección desarrollaremos la labor de rescate, difusión y documentación de algunas de estas iniciativas a nivel nacional, en concreto, aquellas que ya llevan varios años de trayectoria y que, de alguna u otra forma, las administraciones locales han colaborado y/o financiado ciertas actividades.

4.1. Movimientos que rescatan y/o difunden el rótulo comercial

4.1.1. Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico

La Red se fundó en febrero de 2020 con la intención de servir como un punto de encuentro para todas aquellas personas e iniciativas interesadas en cuestiones urbanas y, sobre todo, la vida de los barrios. Así, con el eslogan "Difunde, Cataloga, Custodia, Rescata" (Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico, s. f.) llama a participar a cualquier individuo, tenga o no un proyecto constituido sobre rótulos, en el rescate y en la concienciación del potencial que presenta el Patrimonio Gráfico.

Fue constituida por integrantes de algunas iniciativas que ya se encargaban de documentar e, incluso, rescatar rótulos desde hace ya algunos años, tanto a nivel nacional como a nivel autonómico o local. Actualmente, cuenta con un total de 56 miembros, entre los que encontramos, como describe la propia web, variados perfiles profesionales, que van "desde el mundo del diseño gráfico, la creatividad, la arquitectura, el arte, el urbanismo o los estudios urbanos, a la gestión cultural o la historia" , lo que permite "que este trabajo de sensibilización y preservación pueda ser abordado desde distintos ámbitos" (Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico, *Quiénes Somos,* s. f.), incidiendo en la gran importancia de la interdisciplinariedad dentro de la gestión de los diferentes proyectos.

Siguiendo con el eslogan antes comentado, la Red no promueve ningún tipo de gestión con directrices concretas, pues su intención es que aquellos interesados puedan participar desde sus propias posibilidades y sus propios

intereses. De esta forma, no encontramos valores establecidos sobre qué rótulos podrían ser susceptibles de pertenecer a este Patrimonio Gráfico ni tampoco criterios para su catalogación o inventariado. Sin embargo, debemos destacar el gran trabajo de difusión que fomenta entre sus miembros, no solo proponiendo fotografiar letreros y subirlo a redes, sino también sugiriendo otras actividades como reproducir rótulos desaparecidos, realizar charlas y paseos con los vecinos de la zona, custodiar rótulos y rescatarlos (en caso de que vayan a desinstalarlo y, consecuentemente, arrojarlo a la basura) (Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico, *Cómo colaborar*, s. f.). Ante cualquiera de estas actividades, la Red se muestra como una unidad de apoyo, compartiendo recursos, ayudando a gestionar las actividades e, incluso, ayudando en la desinstalación y posterior transporte de los rótulos que peligran, en el caso de que un individuo se vea incapaz de convencer a los agentes que custodian el rótulo y/o que lo están interviniendo de la posibilidad de cedérselo (ídem).

Los días 27 y 28 de noviembre de 2020 realizaron el "1er Encuentro de la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico", jornadas subvencionadas por el Ministerio de Cultura y Deporte y que, debido a la pandemia y a la imposibilidad de establecer un punto de encuentro para la variada situación de los diferentes proyectos, se celebró vía online. En estas conferencias participaron gran parte de los fundadores de la Red, además de otros proyectos invitados, donde comentaron la labor realizada de muchos de ellos, sus inicios y perspectivas de futuro, las relaciones institucionales que han tenido algunos de ellos y el trabajo de difusión a través de exposiciones, publicaciones o "safaris tipográficos"[5].

[5] Los "safaris tipográficos" es un término que hace referencia a visitas guiadas por los rótulos de una localidad con el fin de conocer la rotulación de la zona, así como aprender, analizar y estudiar sus formas. Normalmente, los rótulos objeto de estos estudios suelen ser los tradicionales, dada su escasez y desaparición a favor de técnicas y materiales más mecanizados y sintéticos, respectivamente. No se ha podido determinar qué persona fue la que acuñó el término, pero a través de lo investigado parece una herramienta bastante extendida en el ámbito del diseño gráfico, más concretamente en el estudio de la tipografía. En este caso, el trabajo de López Méndez y Ruiz de Infante (2021) se centra en convertir esta herramienta en un recurso didáctico para ayudar a los alumnos a conocer las posibilidades de la tipografía urbana.

Fig. 40: Dos personas desmontando un banderín

4.1.2. Asociación Paco Graco

PACO GRACO (Patrimonio Común de la Gráfica Comercial) es un proyecto realizado de forma conjunta por los colectivos Basurama y Zuloark, por Alberto Nanclares y Jacobo Cayetano, respectivamente, habiendo sido beneficiados con el apoyo del programa de ayudas a la creación 2019 del Ayuntamiento de Madrid. Inspirados por Richard Nickel, fotógrafo estadounidense que convirtió su trabajo fotográfico sobre edificios en riesgo de demolición en una forma de concienciar de la pérdida de ese patrimonio cultural (Ruiz Colmenar, 2022, pp. 131-132), ambos comenzaron este proyecto de rescatar rótulos.

Como definen en su página web, "PACO GRACO es un proyecto en defensa y protección de un patrimonio común de Madrid que está amenazado en los últimos tiempos: el patrimonio gráfico comercial, testigo de la historia de esta ciudad y sus vecinos y vecinas. Pretende proteger y preservar ejemplos de rótulos de comercios de la península, que están siendo desmantelados y derribados de manera masiva en los últimos años" (Paco Graco, s. f.). De esta forma, esta asociación pretende ir físicamente al lugar donde se encuentren los rótulos cuya integridad peligra y desinstalarlos, aunque también han realizado labores de limpieza y restauración, pues es preferible que los rótulos se queden en su ubicación original, solo trasladándolos si es de extrema urgencia.

La página web dispone de un mapa de la ciudad de Madrid, en el que se encuentran geolocalizados una serie de rótulos clasificados según su situación y estado. De esta forma, encontramos: desaparecidos, en peligro, en uso, protegidos y rescatados. A pesar de que una gran cantidad se encuentran en el centro, también se señalan ejemplos de rótulos en la periferia (Paco Graco, *Mapa*, s. f.). Seleccionando cada señal, aparecerá información del rótulo y fotografías del mismo. Cabe destacar la importancia de la participación ciudadana en este proyecto, no solo a la hora de contribuir a la geolocalización de más rótulos desde la página web, sino en la concienciación y preocupación en el rescate de estos, pues muchos "llamamientos de rescate" han sido realizados por transeúntes.

El colectivo se centra en la concienciación ciudadana, al igual que el resto de iniciativas, pues es la forma de añadir valor a elementos que de otra forma parece que pasan desapercibidos por la población. La labor que realizan se

completa con la organización de actividades como "safaris tipográficos" y el montaje de exposiciones, como la realizada en 2019 en la Casa del Reloj (Madrid, Arganzuela), donde expusieron parte del material rescatado, o la pequeña intervención en la fachada de Gruta 77, donde se encuentran instalados rótulos de negocios del distrito de Carabanchel que fueron rescatados tras el cierre e inminente eliminación de los rótulos. En 2023, dentro del proyecto de *Un piano preparado*, se va a proceder a la instalación de 35 rótulos restaurados en una parte de la fachada y en espacios comunes de La Casa Encendida, una actividad que estará disponible del 16 de marzo al 1 de diciembre (La Casa Encendida, s. f.)

4.1.3. Letras Recuperadas

Juan Nava, diseñador gráfico, comenzó este proyecto en 2004 tras la realización del libro *Itinerarios Tipográficos*, surgido a partir del 1er congreso de tipografía en Valencia en el mismo año, en el cual se recogen diversos itinerarios por antiguos rótulos comerciales de Valencia (Juan Nava, *Itinerarios Tipográficos*, s. f.).

Letras Recuperadas, a diferencia de las iniciativas aquí expuestas, se caracteriza por la labor de "recuperación" de rótulos, en redibujarlos, para así subrayar el potencial cultural que se concentra en estos rótulos desaparecidos o a punto de desaparecer (Juan Nava, *Letras Recuperadas*, s. f.). Como señala en su web, "la visión de rótulos ya desaparecidos pueden plantear interrogantes relacionados con el cambio y la conservación del entorno urbano, (...) las fotografías han sido objeto de una reelaboración que rompe la escala y la perspectiva del objeto físico original, lo acota, elimina el ruido histórico. Este proceso se completa con un trabajo de limpieza mediante el redibujado digital de los rótulos en un color neutro, libre de contexto, que permite el estudio o el disfrute de sus cualidades más puramente tipográficas" (Juan Nava, *Info*, s. f.). De esta forma, en el proyecto podemos encontrarnos ejemplos de rotulación propia de negocios antiguos que, frente a su inminente desaparición, Nava ha redibujado con el fin de que la tipografía perdure y personas interesadas en el diseño, la rotulación y otros ámbitos puedan acceder a ellas, creando así un archivo documental tipográfico. De la misma forma, dentro de la web podemos encontrarnos una breve clasificación de los rótulos que Nava ha trabajado: los

rótulos impresos, los rótulos en azulejo, los rótulos de esmalte, los rótulos pintados, los rótulos en relieve y los rótulos de vidrio.

Fig. 41: May Perfumería y su redibujado

El trabajo de Juan Nava también ha sido editado en varias publicaciones y ha sido expuesto en varias salas de Valencia. Comenzando por el que arrancó todo, *Itinerarios tipográficos* en 2004, siguió con un pequeño ejemplar en 2006 llamado *Letras encontradas* y finalizando con un gran repertorio homónimo del proyecto, que recolecta doscientos rótulos redibujados y en el que no solo encontramos ejemplos de la ciudad de Valencia, sino también de otras ciudades españolas como Barcelona o Madrid, así como de otras ciudades extranjeras como Ámsterdam u Oporto (Graffica, *Letras recuperadas,* s. f.). En cuanto a las exposiciones relacionadas con el proyecto, estas se nutren del trabajo que a lo largo de los años el diseñador gráfico ha ido plasmando, destacando "Letras. Encontradas, recuperadas, dibujadas" en 2021 y "Gráfica Urbana" en 2022 (Eldiariocv, 2021).

4.1.4. TiposQueImportan

Asentado también en Valencia, el diseñador gráfico Miguel Maestro dirige esta plataforma respaldada por el proyecto World Design Capital Valencia 2022 y con el apoyo de instituciones como el Ajuntament de València, Generalitat Valenciana y el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial. Su objetivo es, como señala su página principal, "contribuir a la conservación y la difusión de la cultura local a través de la recuperación del rótulo comercial valenciano" (TiposQueImportan, s. f.). Su labor de difusión presenta dos vertientes: el archivo fotográfico y las "historias", funcionando éstas últimas como entradas de blog

sobre la historia del rótulo, los rotulistas y el oficio de la rotulación, tratadas en la anterior sección de este trabajo.

El archivo fotográfico se conforma de aportaciones realizadas gracias a la colaboración ciudadana (TIposQueImportan, *Archivo*, s. f). Cada participante debe adjuntar los datos pertinentes al rótulo, como el local que acompaña, su autor o la fecha de creación, y sus datos personales, como el nombre y el correo. Posteriormente, la ficha permite geolocalizar el rótulo y arrastrar dentro del mapa los iconos que correspondan a su situación (si se encuentra conservado, desaparecido o la ubicación es desconocida) y señalar un conjunto de hashtags que mejor se adecúan al rótulo. Finalmente, las fotografías pueden subirse a la nube, enviarse y, tras ser validadas, se podrán encontrar en el archivo fotográfico. De la misma forma, el archivo también tiene una selección de algunos valores que clasifican los rótulos que se encuentran en el archivo según sobre todo por la técnica, pero también incidiendo en el soporte y en la autoría: Pan de Oro, Azulejo, Rótulo de autor, Rotulación a mano, Rótulo Relieve, Vehículo rotulado y Neón.

Además de esta plataforma participativa, TiposQueImportan trabajó en un corto documental expuesto el 25 de junio de 2022 en el Festival CinemaJove de Valencia, donde "presenta a las personas que, allá por los años sesenta y pincel en mano, comenzaron a llenar de color y calor las calles de València. Una muestra que da voz a los protagonistas anónimos que construyen la gráfica comercial de València. Profesionales de la rotulación a mano, la rotulación comercial y el diseño, historias personales que nos ayudan a entender una ciudad y su historia." (Cinemajove. *TiposQueImportan,* s. f.)

4.1.5. Valladolid con carácter

Como describen desde su página web, Valladolid con Carácter es "un proyecto de investigación, documentación y experimentación sobre la tipografía, rotulación y escritura urbana en Valladolid, encabezado por Laura Asensio, diseñadora gráfica de profesión", el cual comenzó en 2017 "con una labor de documentación, catalogación y geolocalización" (Valladolid con carácter, s. f.) que años posteriores se materializaría en una exposición (2018), en la adhesión a la Red (2020) y en un libro editado (2022). Valladolid con carácter posee redes sociales donde difunden y conciencian sobre la importancia de los rótulos en la imagen

de la ciudad, pero es en su página web donde podemos visualizar el gran trabajo de investigación que ha realizado este equipo.

La labor de documentación está realizada por Miriam Chacón, redactora gráfica y fotógrafa, y José Ignacio Gil, periodista y artista visual, los cuales han generado un archivo fotográfico de un total de 820 rótulos . Estos, a su vez, están clasificados según su estilo tipográfico gracias al trabajo de Natalia Weber y Carlos de Miguel, ambos diseñadores gráficos, habiendo configurado un total de 21 categorías según este criterio (Valladolid con carácter, *Categorías,* s. f.). Finalmente, Asensio, Chacón y Gil se encargaron de seleccionar y geolocalizar los rótulos más representativos de la ciudad, la cual es posible ver desde su página web (Valladolid con carácter, *Mapa,* s. f.).

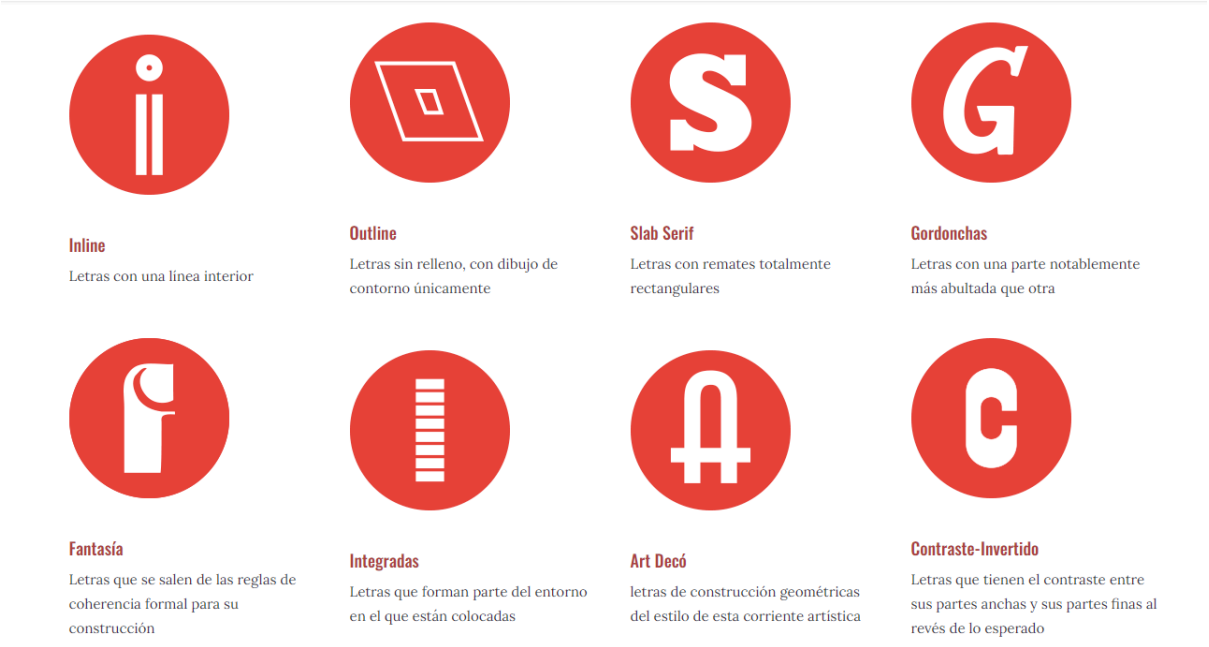


Fig. 42: Algunas de las posibles clasificaciones tipográficas que establece Valladolid con Carácter

La exposición realizada en 2018, inaugurada en el Museo Patio Herreriano, no solo daba a conocer el trabajo realizado por este equipo, sino que también contó con la participación de profesionales del diseño, la tipografía, el arte y el urbanismo, poniendo como protagonista a la letra como símbolo de identidad y de expresión locales, donde dedicaron secciones concretas al oficio de rotulista y a la evolución del oficio durante el siglo XX y a otras gráficas urbanas. (Valladolid con carácter. *Expo 2018*, s. f.). El libro maquetado en 2022 recoge todo lo

materializado en el proyecto y en la exposición, hablando sobre los comercios, rótulos y rotulistas vallisoletanos que dejaron una clara huella en la ciudad (Valladolid con carácter. *Libro*, s. f.).

4.1.6. Santatipo

Federico Barrera, diseñador gráfico e historiador, comienza esta iniciativa para la preservación del Patrimonio Gráfico de Cantabria en el año 2014 uniendo sus dos inquietudes y formaciones. Como el resto de ejemplos que hemos visto anteriormente, Santatipo también forma parte de la Red Ibérica, siendo parte de los proyectos fundadores, por lo que sus redes sociales funcionan como método de concienciación y difusión del estado de los rótulos y de su importancia en el paisaje local. En su página web recoge la labor de rescate y salvaguarda de los rótulos de Cantabria, así como una sección blog, donde aquello relativo a su salvaguarda, a los locales en los que se encontraban u otro tipo de noticias quedan recogidas (Santatipo, s. f.).

En general, el proyecto presenta un amplio repertorio fotográfico que recoge rótulos que se encuentran o se encontraron en su momento en la provincia, incluyendo algunos ejemplos de ciudades fuera de esta, pero sobre todo destacamos la clasificación realizada para los rótulos de la ciudad de Santander (Santatipo, *Rótulos de Santander*, s. f.). En esta sección, la documentación fotográfica por rótulo es más extensa que en los ejemplos de iniciativas anteriores y además se encuentran clasificados según la datación, el estado, la tipografía y la técnica del rótulo, acompañados de una breve descripción final. Parece que también existe una intención de geolocalizarlos desde Google Maps, pero todavía no es posible ver su ubicación.

Además de realizar una labor de rescate física de los rótulos que van a ser desinstalados de sus espacios originales, los cuales de forma temporal están almacenados en un espacio cedido por el Ayuntamiento, el proyecto también realiza una labor de “recuperación” de rótulos perdidos, similar a la realizada por Juan Nava. Finalmente, al igual que muchos de los anteriores proyectos, se ha editado el libro *Santatipo. Memoria fotográfica de los rótulos comerciales de Santander*, financiado por crowdfunding y cuyo principal mecenas fue el

Ayuntamiento de la ciudad y que recoge toda la memoria gráfica que *Santatipo* ha ido recolectando a lo largo del tiempo.

4.1.7. Rótulos chuléricos Jaén

Juan Montoro y Carlos Campos conforman el grupo de Rótulos Chuléricos de Jaén, centrado en rescatar y concienciar de la importancia de los rótulos de la ciudad. Siendo los dos diseñadores gráficos (profesor de diseño especializado en tipografía y fotógrafo, respectivamente) llevan con el proyecto tres años, que comenzó cuando se conocieron. De todas las iniciativas presentadas por el momento, este proyecto es el único que no tiene a disposición una página web, aunque desde su Instagram es posible seguir la labor de rescate que realizan en la ciudad, así como su trabajo de documentación fotográfica y concienciación de la importancia gráfica de los rótulos (Rótulos Chuléricos Jaén (s. f.).

Tras haber presentado su proyecto a dos técnicos del Ayuntamiento, la administración se encarga no solo de ofrecerles dependencias municipales para el almacenaje de los rótulos sino que también les facilita la ayuda técnica necesaria para desinstalarlos si corren peligro. Esta conexión más cercana con la Administración les ha permitido tener voz en el reciente Plan de Ordenación Urbana que se está gestando en la ciudad, pudiendo señalar rótulos representativos que por su valor cultural no deberían eliminarse de su lugar de origen, o participar con su trabajo en las Jornadas de Patrimonio Europeo 2022 llevadas a cabo por la Junta de Andalucía desde la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte (Consejería de Turismo, Cultura y Deporte, 2022).

Aparte, han realizado “safaris tipográficos”, editado un libro homónimo del proyecto en 2020 y realizado una exposición en el año 2022, actividades que han sido han generado tal concienciación que son los propios vecinos quienes suelen avisar la mayor parte de las veces de la posible pérdida de un rótulo, habiendo recibido peticiones de recogida de rótulos de pueblos de la provincia.

4.2. Instagram y el hashtag #patrimoniografico

El hecho de que existiesen numerosas iniciativas que pusiesen en valor el rótulo pero que no tuviesen ningún tipo de relación directa entre sí animó a

algunas de estas iniciativas a constituirse como asociación y dar lugar a la Red, formando ese punto de encuentro que ha servido a muchos proyectos para conocer mejores recursos de difusión y/o salvaguarda. Los proyectos que la constituyen ya tenían cierta trayectoria desarrollada según su propio contexto tanto personal como territorial, aunque existe por parte de todas una intención de concienciar y proteger ese patrimonio gráfico que peligra en las ciudades.

En el 1er encuentro de la Red Ibérica, Alberto Nanclares reafirma que cada persona puede aportar desde su situación personal y sus recursos, haciendo especial énfasis en que "tener una cuenta en redes sociales y utilizarla como archivo fotográfico es más que suficiente" (Red Patrimonio Gráfico, 2020, 1:56). La Red considera las redes sociales fundamentales en su labor de concienciación, pues no solo es la plataforma en la que se han conocido la mayoría de los propios integrantes del grupo, sino que también es una herramienta que sirve para llegar a muchas más personas. Por ello, la asociación ha creado el #patrimoniografico (o #patrimoniográfico), para así crear un archivo conjunto de fotografías de rótulos (Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico, *Cómo colaborar*, s. f.).

La Red utiliza las plataformas de Instagram, Twitter y Facebook, redes en las que tienen el hashtag. Para ilustrar la concienciación en cuanto a la difusión de los rótulos, ponemos de ejemplo los resultados que se han obtenido de la red social de Instagram, ya que es la que más se adapta al "archivo fotográfico" que la Red busca. Contando las cuentas de los anteriores proyectos comentados, se han encontrado un total de 51 cuentas en la plataforma de Instagram que se reparten por todo el país. Algunos se centran solo en ciudades o pueblos y otros recogen más territorio. De las cuentas estudiadas (a excepción de una que no ha podido verificarse la procedencia de las fotografías), 12 se concentran en ser archivos fotográficos de ejemplos a nivel nacional (teniendo 2 de ellas también ejemplos internacionales), 6 exponen ejemplos de rótulos encontrados en comunidades autónomas concretas y 32 se componen de ejemplos rotulísticos locales. Por otro lado, hay ciudades que tienen más de una cuenta dedicada a ellas, como el caso de Barcelona (4), Madrid (4), Bilbao (2), Málaga (2), Sevilla (2), Valencia (2), Vitoria (2) y Zaragoza (2).

Destacar que de las 51 cuentas, el 76,5% de ellas (39 cuentas) funcionan como repositorios de imágenes y quieren servir como un archivo fotográfico,

mientras que 21,6% de ellas (11 cuentas) proponen proyectos más ambiciosos, como los destinados al rescate y/o a la recuperación de los rótulos, su recuperación o la realización de exposiciones. Solo un 2% (1 cuenta) corresponde a un propósito diferente al resto de cuentas, ya que resulta ser un proyecto escolar del colegio Al-Qacéres (Cáceres) para las asignaturas de "Historia" y "Lengua y Literatura" pero que también aparece como colaboradora de la Red y es conocedora de sus actividades en el rescate de rótulos, como puede verse en sus publicaciones.

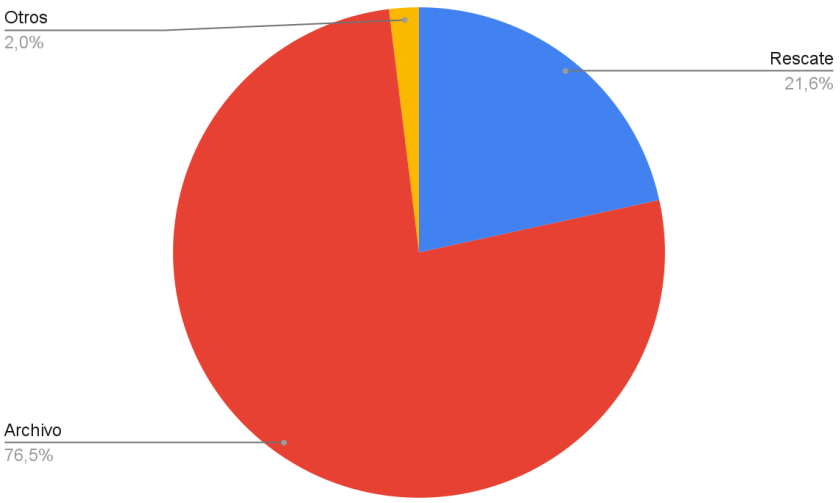
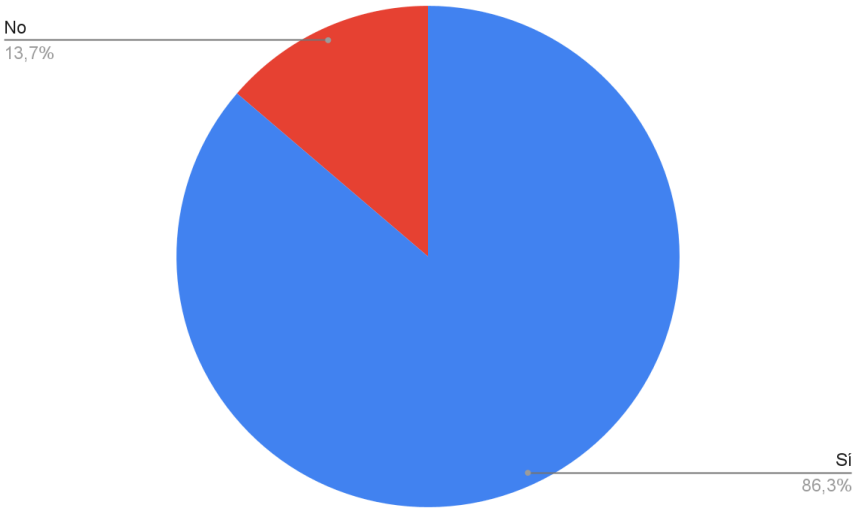


Fig 43: Tipos de labor de salvaguarda

Cabe mencionar que 86,3% de las cuentas (44 del total) utilizan el hashtag que la Red Ibérica emplea para dar visibilidad al proyecto y compartir entre la Red la gran diversidad visual que presentan estos bienes gráficos. El 13,7% restante (7 cuentas) no utiliza el hashtag. Observando la actividad y las publicaciones que estas presentan, esto puede ser debido a tres factores:

- El proyecto está parado desde antes de la creación de la Red y/o no está actualizado.
- La persona detrás de él puede no conocer a la Red Ibérica.
- La cuenta no utiliza hashtags en general.



Todos estos datos, las características de las cuentas y su ámbito de actuación, aparecen detallados en el Anexo 3.

Conclusiones del apartado 4, Parte I

En este apartado se ha desarrollado el trabajo de investigación, puesta en valor y difusión del rótulo comercial en manos de iniciativas que buscan preservar esa gráfica local vernácula de cada zona. Todas ellas forman parte de la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico, la cual se constituye como un lugar de encuentro para compartir recursos e información, permitiendo que cada proyecto se desarrolle de forma autónoma y desde los ámbitos en el que sus componentes saben y pueden desarrollarse. En estas, distinguimos labores de rescate, recuperación de rótulos desaparecidos, documentación fotográfica y catalogación. Es destacable el hecho de que todas ellas, de una u otra forma, han colaborado con las instituciones locales de su zona y/o estas prestan su ayuda para mejorar las labores del proyecto, lo que en parte indica cierto interés por su parte en la preservación de la gráfica urbana. La apuesta por la difusión en redes desde la Red ha dado lugar a un gran número de cuentas que trabajan, sobre todo, la documentación fotográfica en territorios locales y que utilizan el hashtag #patrimoniografico con el fin de compartir su trabajo con otros grupos de dentro y fuera de la Red, así para crear un archivo conjunto que conciencie y llame la atención de las cualidades gráficas y visuales de la rotulación.

PARTE II: CASO PRÁCTICO. Los rótulos como parte del tejido urbano y su adaptación en el medio. Caso de estudio: Barrio de Vista Alegre (Carabanchel)

Atxaga (2007) manifiesta en su tesis que a pesar de que los rótulos comerciales podrían considerarse como "una manifestación de la cultura gráfica y tipográfica popular", estos siguen "considerándose únicamente por su valor instrumental", perdiendo su valor una vez el negocio al que preceden cierra sus puertas (p. 17). La gran identidad que otorgan a los espacios urbanos acaba por ser ignorada y solo enfatizando su utilidad en función de si siguen las normativas vigentes o no.

Durante este trabajo, se ha hablado y analizado sobre cómo los rótulos poseen esa capacidad para adaptarse al medio y formar parte de un lenguaje vernáculo propio de cada zona, pero no se han mostrado datos más representativos de ese impacto. Por ello, la segunda parte de este trabajo de investigación consiste en analizar la imagen del espacio urbano desde un territorio concreto. El objetivo de esta selección permite conocer cómo afecta el rótulo (sus materiales, su color, la tipografía empleada...) a la ciudad a través de datos cuantitativos más concretos. Para realizar este análisis se ha escogido el barrio de Vista Alegre, situado en el distrito de Carabanchel (Madrid) por las siguientes razones:

- Los rótulos comerciales como patrimonio local y no como patrimonio hegemónico: Se ha observado a través de las iniciativas de rescate del Patrimonio Gráfico que la comunidad local, una vez implicada a través de la difusión por redes, es un agente fundamental en la búsqueda de rótulos que se encuentran en un estado de peligro inminente. Como hemos observado en apartados anteriores, sí existe por parte de algunas instituciones en otorgar valor a los rótulos más representativos de ciudades y barrios. Sin embargo, el resto de rótulos y, sobre todo, los que aquí se pretenden estudiar, actualmente conforman parte más bien de un patrimonio cultural significativo a nivel local más que a nivel nacional, por lo que enfocarnos es territorios más alejados de "lo tradicional" puede

ayudarnos a rescatar elementos que son más importantes para las zonas locales.

- No mucha relevancia a los rótulos de la periferia: El trabajo *Cuidar Madrid* realizado por el partido político Más Madrid estaba destinado a la búsqueda de bienes patrimoniales fuera de lo que se considera el Centro Histórico, algo que parece no haber funcionado con los rótulos comerciales, pues la mayoría pertenecen a barrios céntricos (Ver Anexo 2). Por lo tanto, se pretende analizar y buscar rótulos de importancia local en una zona más alejada del centro.
- Cercanía a la zona de estudio: Debido a la labor del trabajo de campo, la elección de una zona más cercana ha significado una mejor accesibilidad en cuanto a la toma de datos y a la búsqueda de rótulos.

1. CONTEXTO

A continuación, se desarrollará brevemente el contexto del distrito de Carabanchel y del barrio de Vista Alegre, tanto histórico como el comercial, con el fin de poder ver la evolución del barrio, sobre todo tras su anexión a Madrid.

1.1. Breve contexto de “los Carabancheles”

El territorio que hoy entendemos como el barrio de Vista Alegre se sitúa en lo que antes se conocía como Carabanchel Alto, un municipio que junto al próximo y homónimo Carabanchel Alto, formaban lo que comúnmente se conoció como “los Carabancheles”. Los Carabancheles fueron principalmente zonas de labor, aunque durante los siglos XVIII y XIX se convirtieron en una zona de veraneo para la aristocracia y la alta burguesía de Madrid, buscando el buen aire y la excelente calidad del agua de la zona, además de poder tener buenas vistas sobre la Corte. Como resultado, el territorio se transformó en un tejido de construcciones residenciales de grandes fincas (de Gregorio Hurtado y Ruiz Sánchez, 2021, p. 29)

Tras la guerra civil española, muchos de los edificios quedaron destruidos y la población de Carabanchel Bajo descendió casi un 14 %. Se tomó entonces la iniciativa de anexionar varios municipios del área metropolitana de Madrid para poder dar solución a los problemas que conllevaba la expansión de la ciudad,

facilitando una planificación sobre todo el conjunto (p. 30). Esto se tradujo en la anexión de los dos municipios homónimos en un solo distrito, Carabanchel, que ahora pertenecería a la ciudad de Madrid y que supuso para toda la zona una mejora de todas sus infraestructuras (Sánchez Molledo, 2022, p. 224). A su vez, en 1971, el término municipal de Carabanchel se repartiría en tres distritos: Latina, Carabanchel y Usera (p. 223).

"El boom económico que se produjo en España a partir de la década de 1960 provocó que Carabanchel acogiese a una parte importante de los migrantes que llegaron a Madrid atraídos por el desarrollo industrial", migrantes sobre todo procedentes de zonas rurales (p. 224). La rehabilitación de edificios y del espacio público, la creación de nuevos equipamientos como el PAU de Carabanchel en últimos años del siglo XX y los primeros años del siglo XXI influyeron en el gran desarrollo del distrito (de Gregorio Hurtado y Ruiz Sánchez, 2021, p. 30) sumado también a la llegada de nuevos migrantes (Sánchez Molledo, 2022, p. 225).

1.2. Situación actual

El barrio de Vista Alegre forma parte, junto con los barrios de Comillas, Opañel, San Isidro, Puerta Bonita, Buenavista y Abrantes, del distrito madrileño de Carabanchel. Se sitúa en el extremo suroeste de Madrid y se conforma como un barrio principalmente residencial. Sobre el plano, tiene una forma más o menos rectangular (Martín Lou, 1980, p. 361). Como se comentaba anteriormente, el gran desarrollo y crecimiento experimentado en la zona ha ocasionado que el barrio de Vista Alegre pase a ser uno de los más poblados.

Según los datos aportados por el Ayuntamiento de Madrid[6], en el barrio habitan un total de 46.474 personas (Anexo 6.a.i), siendo el segundo barrio del distrito con más habitantes, superado por el barrio de Buenavista, y el undécimo barrio con más habitantes de la ciudad de Madrid. Tiene una superficie de 158,93 hectáreas y su densidad es de 292 habitantes por hectárea, superando la media del distrito (182 hab./ha.) En general, la población del barrio de Vista Alegre presenta un carácter envejecido, en el que el índice de sobreenvejecimiento es del 36,8%, superando la media madrileña situada en un 35% (Anexo 6.a.ii.). Por otro

[6] Los datos utilizados son del 1 de enero de 2022. Fuente: http://portalestadistico.com/municipioencifras/default.aspx?pn=madrid&pc=ZTV21&idp=34&idpl=1328&idioma= (visitado el 12 de febrero de 2023)

lado, el porcentaje de población de nacionalidad extranjera es muy superior a la media madrileña, presentando un 24'7% frente a un 15'7% y situándose en el undécimo barrio madrileño con más porcentaje de habitantes con nacionalidad extranjera (Anexo 6.a.iii). La comunidad latina es la más numerosa, entre las que destacan las nacionalidades hondureña (1.268 habitantes) colombiana (1.090 habitantes) o ecuatoriana (842 habitantes). Otras comunidades como la china (1.246 habitantes) y la rumana (1.003 habitantes) también están asentadas en el barrio (Anexo 6.a.iv).

1.3. La función comercial del barrio

La función comercial del barrio de Vista Alegre estaba ampliamente desarrollada incluso antes de su anexión a Madrid pues ya en 1924, cuando todavía pertenecía al municipio de Carabanchel Bajo y este presentaba un total de 13.000 habitantes, ofrecía "cinco farmacias, 24 tiendas de comestibles (sin contar carnicerías, pescaderías, panaderías...) y cinco fábricas de jabón" (Martín Lou, 1980, p. 370), entre otros posibles negocios. El gran desarrollo que experimentó el barrio tras su adhesión a la capital permitió que el barrio pudiese expandirse y, de la misma forma, abrir sus calles a nuevos negocios. De esta forma, como sigue comentando la autora, a finales de 1970 e inicios de 1980 era muy común encontrarse con tiendas dedicadas al hogar y a muebles (p. 373) debido a que por esos años nuevos vecinos se habían instalado en la zona y la gran mayoría de las personas que se habían instalado allí no llevaban más de veinte años viviendo (p. 366). Además, era posible encontrar dos mercados grandes: el mercado de Carabanchel y el Puerta Bonita, situados en el número 248 de General Ricardos y en las calles Alondra y Eduardo Morales, respectivamente. Además, también se hallaba en el barrio otro de menor tamaño, pero que no estaba constituido como mercado, en la calle Tucán con entradas en Bernardina Aranguren y La Laguna (Ídem, p. 371). Además, las calles de la Oca, la Vía Carpetana, el Paseo Muñoz Grandes (ahora Paseo de Marcelino Camacho) y Nuestra Señora de Fátima se instauraron en el barrio con un fuerte carácter comercial (Ídem, p. 372), aunque otras calles interiores y otras zonas menos comerciales del barrio también poseían y poseen negocios.

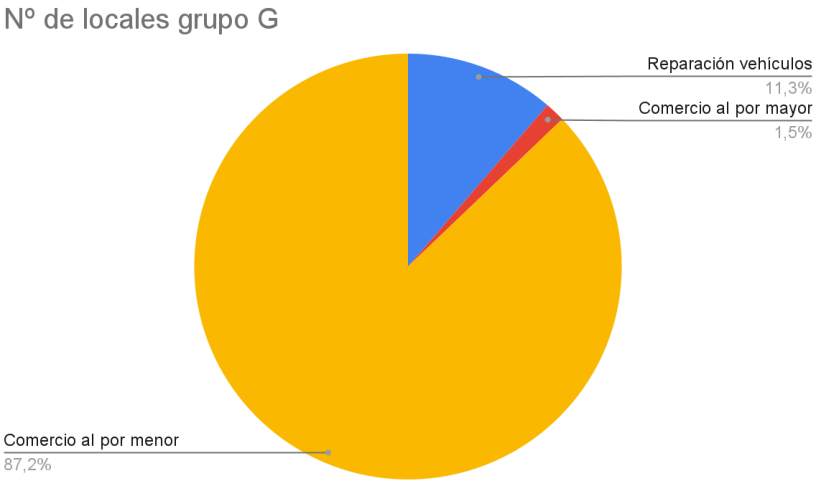
Actualmente, el barrio de Vista Alegre se instaura como la zona con más negocios de todo el distrito, habiéndose contabilizado en él un total de 1.965 locales abiertos, según datos del Ayuntamiento de Madrid[7] (Anexo 6.b.i), superando en cientos a los barrios de Buenavista (1.234 locales) y Opañel (1.153 locales). Esto puede ser debido a que, tras la anexión con Madrid y la consecuente mejora de sus infraestructuras, este es uno de los barrios con más población del distrito, además de ser el que mayor número de calles comerciales posee (Sánchez Molledo, 2022, p. 226). Sin embargo, como apunta el autor, lo más probable es que el barrio no aumente más el espacio destinado a locales pues actualmente "no es posible construir más y apenas existen viviendas no ocupadas" (Ídem). Las calles comerciales principales siguen siendo las mismas, a las que habría que añadir la calle de La Laguna, que recientemente se estableció como exclusivamente peatonal.

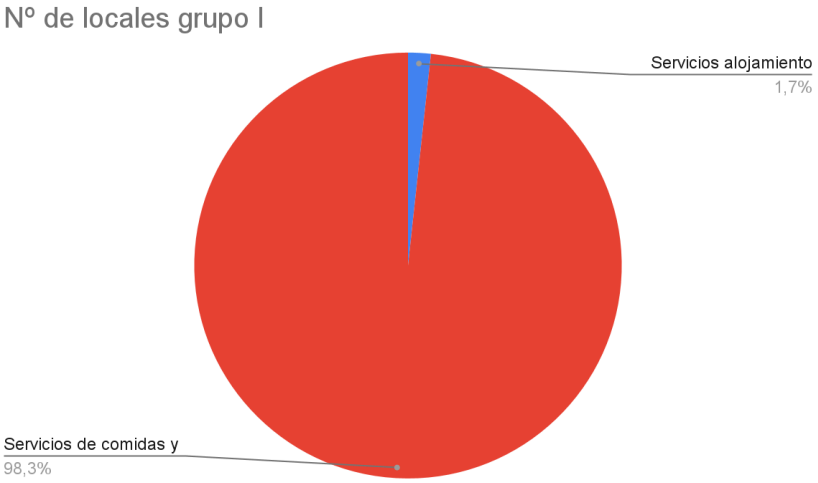
Según datos oficiales del Ayuntamiento a 1 de enero de 2022 (Anexo 6.b.ii y 6.b.iii), el mayor grupo de locales abiertos es el destinado al Comercio al por mayor y al por menor y/o reparación de vehículos de motor y motocicletas, el cual representa un 40,5% del total (795 locales). Otros dos grupos con gran presencia en el barrio son aquellos que engloban las actividades de Hostelería (representando un 14,9% con 292 locales) y Otros servicios (representando un 13% con 256 locales). El resto de grupos presentan menos de 100 locales y no llegan a representar ni el 5% del total. Aún así, vemos que en conjunto dotan también al barrio de las estructuras necesarias para o bien garantizar la convivencia necesaria de los vecinos, como pueden ser infraestructuras dedicadas a la educación, a los servicios sociales o a actividades culturales y artísticas, o bien manejar otros negocios también importantes como pueden ser el transporte y almacenamiento, actividades administrativas o actividades inmobiliarias.

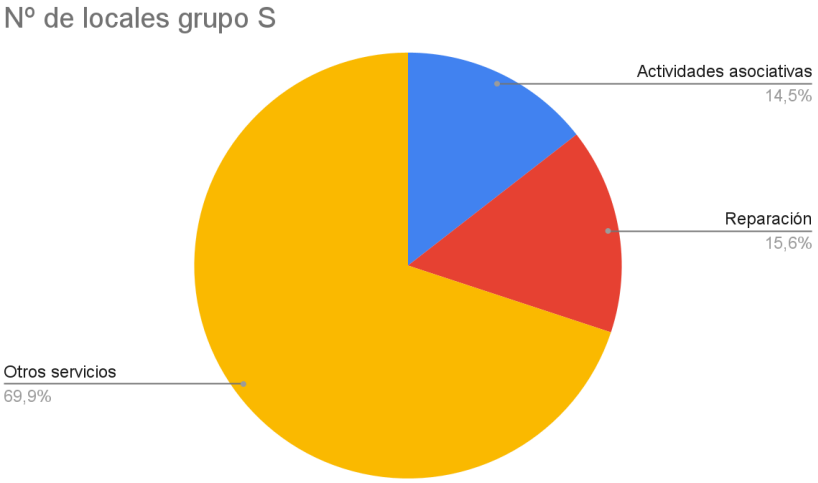
De los grupos destinados al Comercio al por mayor y al por menor y/o reparación de vehículos de motor y motocicletas, a la Hostelería y los Otros servicios, debemos a su vez desglosarlos, con el fin de poder saber cuáles son los tipos de negocios que podemos encontrar de forma mayoritaria en el barrio:

[7] Datos extraídos del Banco de Datos de la Comunidad de Madrid a 1 de enero de 2022 (Visitado el 12 de febrero de 2023) https://www-s.madrid.es/CSEBD_WBINTER/arbol.html

- En el denominado grupo G, que engloba las actividades de comercio al por menor y al por mayor, recogemos que el negocio predominante es el comercio al por menor, el cual constituye un 87,2% (693 locales) del total, dejando los locales de reparación de vehículos en 11,3% (90 locales) y el comercio al por mayor en un 1,5% (12 locales).
- En el grupo I, relacionado con la hostelería, se destaca la presencia de los negocios dedicados al servicio de comidas y bebidas, que representan un 98,3% (287 locales), frente al 1,7% que suponen los servicios de alojamiento (5 locales).
- Finalmente, el grupo S, que engloba los denominados Otros servicios, se conforma mayoritariamente por los servicios personales, los cuales el Instituto Nacional de Estadística define como “aquellos servicios que se prestan a mejorar el bienestar y calidad de vida de la persona” y que constituyen en este grupo un 69,9% (179 locales). Por otro lado, los servicios destinados a la reparación de ordenadores, efectos personales y artículos de uso doméstico conforman un 15,6% (40 locales) y las actividades asociativas, el 14,5% del restante (37 locales).







Figs. 45, 46 y 47: Porcentajes del tipo de negocios que pertenecen al grupo G (arriba), al grupo I (medio) y al S (abajo).

Conclusiones del apartado 1, Parte II

Se observa que el barrio de Vista Alegre, en paralelo al desarrollo de la zona, no ha perdido el carácter comercial que ya marcaba aun cuando la zona pertenecía al municipio de Carabanchel Bajo. De esta forma el barrio ha seguido creciendo y nos encontramos con un territorio con la mayor cantidad de locales comerciales de todo el distrito y uno de los más poblados, aunque es poco probable que se siga expandiendo por la falta de espacio. Desde finales de 1970 no ha sufrido grandes cambios en cuanto a la morfología de sus calles principales, aunque podemos destacar la adaptación de los negocios en los diferentes edificios construidos. Los negocios que ahora se encuentran en la zona pertenecen al sector terciario, en el que destacan el comercio al por mayor, los servicios de comida y bebida y los servicios personales. Sin embargo, de la misma forma que los negocios de muebles destacaban sobre los demás por la mudanza de nuevos vecinos a finales de 1970, ¿cuáles son los negocios que más están aumentando en el barrio y qué impacto tienen sobre el mismo actualmente?

2. EL BARRIO A TRAVÉS DEL RÓTULO

Tras haber analizado el contexto del barrio de Vista Alegre, a continuación se desarrolla el impacto que suponen en el tejido urbano la presencia de un tipo u otro de negocios, lo cual también repercute en el diseño del rótulo. Posteriormente, se justificarán los criterios que se tendrán en cuenta en el análisis de los locales presentes en las calles comerciales principales del barrio y, con ello, extraer las conclusiones sobre el estado del entorno urbano a través de la rotulación comercial.

2.1. El impacto de los negocios y sus rótulos en el paisaje urbano

Un informe realizado por la Comisión de Planeamiento y Coordinación del Área Metropolitana de Madrid en 1983 sobre el distrito de Carabanchel destacó que en los negocios locales de la zona predominaba la empresa familiar y los trabajadores eran el propietario ayudado por sus familiares (p. 26). A pesar de que el barrio se encontraba suficientemente dotado de equipamiento comercial, la Comisión ya describía una problemática en el sector comercio del barrio relacionada por un lado por el minifundismo y, por otro, por la posesión de locales con tamaños inferiores al exigido por el Reglamento de Comercio de Minoristas de Alimentación de Madrid. Sumado a ésto, la situación vino empeorada por actuaciones de la Administración, que pretendía sustituir el pequeño comercio por nuevas formas de servicios más modernas y por la instalación de grandes compañías extranjeras, las cuales han terminado por ahogar aún más al pequeño comerciante (Ídem). Vemos cómo este problema no ha variado, pues la compra online, la preferencia de compra en zonas del centro así como la inflación suponen el cierre inminente de los establecimientos comerciales y/o la forzada conversión al mercado digital.

En el barrio de Vista Alegre, al igual que muchas otras zonas de Madrid, se observa que las franquicias y grandes superficies van quitando terreno y competencias al pequeño comercio, lo que provoca, como venía advirtiendo la Red Ibérica del Patrimonio Gráfico, la homogeneización de la imagen de la ciudad a través de sus rótulos (Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico, s. f.). Además, los cambios socioeconómicos y de hábitos también se ven reflejados en la aparición y/o proliferación de otros negocios que pueden estar ligados a

franquicias o no. Un ejemplo de este tipo de locales es el caso de casas de apuestas que, según Echagüe (2022), el barrio con más locales de este tipo es el de Vista Alegre, constando 26 según fuentes del artículo[8], superando incluso a distritos enteros como Barajas (7 locales), Moratalaz (14 locales) o Villa de Vallecas (10 locales). A pesar de algunas excepciones (ya que en el distrito Centro también se concentran gran cantidad de locales de apuestas), Echagüe ha señalado una relación directa entre el aumento de las casas de apuestas y el nivel de renta, pues las zonas con la renta más baja son las que más sufren esta propagación de negocios relacionados con los juegos de azar y apuestas, como es el caso del barrio de Vista Alegre. En cuanto al impacto de estos locales en la zona, al igual que muchos otros negocios suelen alterar sus fachadas hacia un carácter opaco e indiferente, aunque su verdadero impacto radica más bien en las posibles controversias y quejas vecinales que pueden ocasionar (Ídem).

Fig. 48: Las casas de apuestas ocupan locales de gran tamaño. Además del rótulo del propio local se suele instalar alrededor aquel que pertenece a la franquicia con la que trabaja (en el caso de la foto, Sportium, que se encuentra en los extremos izquierdo y derecho)

[8] Para este trabajo se enumeró la cantidad de casas de apuestas que hay en este año 2023 y se llegaron a contar un total de 16 locales (Ver Anexo 6.c.i). Esta reducción puede deberse a la rapidez con la que abren y cierran los negocios, así como a la confusión de los límites administrativos concretos entre barrios. Aún así, el barrio de Vista Alegre sigue presentando altos índices de este tipo de negocios en sus inmediaciones y la gran mayoría de ellos se encuentran en sus calles principales.

La búsqueda de nuevos nichos de mercado se ha traducido en el aumento de negocios que se adaptan a nuevos intereses y necesidades de los vecinos que en el barrio se encuentran. Durante el trabajo de campo pudo observarse la gran proliferación que han desarrollado algunos negocios como las fruterías, las peluquerías o *barbershops,* las clínicas dentales o las ópticas, que de la misma forma pueden afectar a la imagen del barrio por la repetición de elementos que muchas utilizan. De la misma forma, nuevos negocios como los trasteros o las lavanderías, que antes no tenían ninguna presencia en el barrio, van apareciendo y formando parte de la imagen de la zona. También cabría destacar la presencia en estos últimos años de negocios más "modernos", los cuales suelen preferir la distinción y tienden a utilizar rótulos estudiados y acorde a la imagen que pretender dar al viandante.

Por otro lado, los nuevos vecinos que habitan la zona también están transformando el tejido visual del barrio a través de los negocios, otorgándole un carácter multicultural a su imagen. Como se ha destacado en los datos del Ayuntamiento sobre el porcentaje de población extranjera en el barrio, los vecinos de procedencia latinoamericana son los que más presencia tienen en el barrio y, por lo tanto, destaca sobre las demás nacionalidades extranjeras por poseer una mayor cantidad de locales dirigidos hacia ellas, lo cual marca muchos rótulos de forma diferenciada, empleando sobre todo ilustraciones de banderas, para hacer mención de una nacionalidad en especial. Las comunidades china, árabe y rumana también tienen presencia en el barrio a través del comercio a partir de locales de alimentación y de servicios de comida en general, aunque los negocios de origen chino son los que más extendidos están por el barrio. Algunos de los locales

Fig. 49: Un banderín con tipografía asiática

asiáticos y árabes utilizan una tipografía no latina para nombrar a sus locales, mientras que los pocos locales rumanos del barrio lo hacen a través de utilizar los colores de su bandera de forma notoria.

2.2. Criterios para el análisis de la imagen del barrio

Como describe Laura Asensio en la revista *Cran* (2020), "al igual que la arquitectura, la rotulación marca y define el carácter de una ciudad. Los rótulos, supervivientes de varias décadas, tienen un inmenso valor cultural y esconden todo un legado que alberga la identidad y trayectoria de toda una ciudad" (p. 14). La variedad gráfica que nos encontramos en el barrio de Vista Alegre y que podríamos denominar como "personalizada" entrelaza los diferentes estratos históricos y sociales que comentaba González Solas en *Escrito en la ciudad* (2008), que se superponen y conforman la imagen de la ciudad a través de sus diferentes signos. Además, la gran cantidad de materiales susceptibles de ser utilizados junto a una amplia variedad de fuentes tipográficas y colores ofrecen combinaciones infinitas para los comerciantes. Rótulos abandonados junto a rótulos recién instalados, letras arrancadas por el paso del tiempo, textos en otros idiomas, en los rótulos, muestras de plástico con ilustraciones impresas, combinaciones cromáticas desiguales entre los locales adjuntos... En definitiva, nos encontramos en una amalgama de lenguajes gráficos que de forma orgánica revela el desarrollo del barrio, creando capas de profundidad que a día de hoy todavía deja entrever algunos resquicios de años pasados supuestamente ya desaparecidos. Además, los rótulos conviven con otros elementos de la gráfica urbana: cableado, señales de tráfico, letreros de calles, graffitis... Todo ello conforma el entorno y su significación, también polucionándolo si este se encuentra en exceso.

Como sigue definiendo la diseñadora gráfica, "el repertorio iconográfico de las calles constata un rápido proceso de transformación, consecuencia de la crisis y de un modelo de desarrollo económico que asfixia el comercio local y homogeneiza la oferta en todas las ciudades con el despliegue de marcas globales y grandes franquicias" (ídem). A pesar de que no cuenta con el mismo nivel de contaminación visual que el centro de Madrid, Vista Alegre ha sido un barrio que ha experimentado grandes cambios a partir de su anexión a la ciudad.

Fig. 50: Variedad tipográfica de los negocios de Vista Alegre

Fig. 51: Variedad tipográfica de los negocios de Vista Alegre

Figs. 52 y 53: El lenguaje gráfico que dejan los rótulos se mezcla a su vez con otros registros urbanos

Figs. 54, 55 y 56: Los diferentes negocios, así como sus carteles, se entremezclan entre sí y se dispersan por las calles dotándolas de mensajes (arriba). El cierre y apertura de locales a veces deja entrever restos que han quedado enterrados (abajo).

La aparición de franquicias y la proliferación de algunos pequeños comercios están siendo parte de la homogeneización de su tejido urbano. Los rótulos de los negocios representan una de las partes más importantes de la imagen del local; lo que se va a recordar de él. Cómo están instalados y de qué manera forma parte de una imagen que, en teoría, está reglada por las normativas municipales.

Según la Ordenanza Reguladora de Publicidad Exterior de la Comunidad de Madrid (AMN 2011\139), el barrio de Vista Alegre se encuentra enmarcada en la zona 2 dentro del Área de Planeamiento Específico del Casco Histórico del Distritos Periférico de Carabanchel Bajo, junto con los de otros cascos históricos como los de Carabanchel Alto, Fuencarral o El Pardo (p. 7). De esta forma, la normativa aplicada a esta zona es la que debe regular los nuevos rótulos que vayan a instalarse en el barrio (Ver Anexo 7), aunque como ya advierten trabajos como el de Cogollos (2010), Moreno Rosell (2020), Satué (2001) y Atxaga (2007) y ya se ha ido desarrollando a lo largo de este trabajo, a pesar de la existencia de estas leyes sigue imperando “la anarquía” (Cogollos, 2010, p. 91) en aquello que tiene que ver con la instalación de publicidad de negocios. Esta ordenanza establece las diferentes medidas que se deben tomar para evitar la contaminación visual de la zona, fijando unas dimensiones adecuadas así como espacios adecuados para el montaje de los rótulos. Entre esos montajes, la normativa recomienda utilizar letras sueltas o logos, pudiéndose instalar como letras corpóreas (retroiluminadas o con focos) o caladas en cajones de luz (Ayuntamiento de Madrid, s. f.).

Figs. 57 y 58: Un rótulo de letras corpóreas (izqda.) y un conjunto de rótulos con letra calada (dcha.)

Sin embargo, como se explicaba al principio de este trabajo, la normativa (así como otras a nivel nacional) no habla sobre colores, materiales o técnicas concretas que puedan o deban emplearse para mejorar la imagen de la zona, pues estas elecciones se dejan a cargo de los propios comerciantes. En su libro *El paisaje comercial de la ciudad,* Enric Satué (2001) analiza la situación en algunas de las calles principales de Barcelona, donde afirma que "el caos de tipos, colores y soportes es considerable y repetitivo en la ciudad: los rótulos con fondo amarillo y letras negras, poco aconsejables, son mayoría; las letras autógrafas y la composición compositiva, también" (p. 184). A raíz de este análisis, el autor dedica gran parte del libro a establecer una serie de recomendaciones que sugieren las elecciones más favorables para la realización de un rótulo. La tipografía adecuada, su situación en el soporte, su tamaño, la separación entre letras... son algunos de los temas que trata el autor, que aconseja que sean labor de un profesional pues las circunstancias en cada caso son distintas y únicas (p. 133). Así, de la misma forma que Satué aconseja que la instalación de estos rótulos debe fijarse acorde a su contexto arquitectónico, no entorpeciendo la lectura de los lenguajes arquitectónicos (p. 156), también su color debe pensarse a favor del tono dominante del edificio en el que van a situarse (p. 76). Como sigue el autor, la combinación cromática más antigua utilizada en rotulación es la conformada por letras amarillas (u oro) sobre fondo negro. "La práctica del sentido común dictada por los siglos muestra que los antepasados en el trámite comercial experimentaron las calidades de distinción y visibilidad de los rótulos con fondo oscuro y letras claras, de una superioridad manifiesta sobre las combinaciones inversas, de fondo claro y letras oscuras. (...) Este principio es extensible, por naturaleza, a los fondos ostensiblemente oscuros, aun no siendo negros: azules, verdes, granas, tierras, morados, grises..., sobre los cuales el blanco (y en su extensión, el plata) y todos los colores claros se acoplan cómodamente" (Ídem) siempre evitando los colores y contrastes llamativos, como los colores saturados. Un claro ejemplo que demuestra el éxito de usar fondo oscuro sobre letras claras es el utilizado en señalizaciones viales donde los fondos azules o verdes concentran la vista hacia las letras claras. En el caso contrario, un fondo claro con letras oscuras, solo "desparramaría" el mensaje (p. 127).

Fig. 59: Recomendaciones de Enric Satué sobre la combinación cromática en rótulos

Para analizar la imagen del barrio de Vista Alegre, se ha llevado a cabo un estudio de algunos de sus negocios. Para conocer de forma más concreta cómo impactan en el tejido urbano sus rótulos, se han establecido diferentes clasificaciones que los dividen:

- **Por calles**: Debido a la gran cantidad de negocios en la zona, se ha optado por estudiar los rótulos que preceden a negocios instalados en las calles principalmente comerciales que señaló Martín Lou con anterioridad, a la que se añadiría el tramo peatonal de la calle de La Laguna. Por tanto, las calles analizadas son:
    - Avenida Nuestra Señora de Fátima
    - Calle Vía Carpetana
    - Calle de la Oca
    - Paseo de Marcelino Camacho (Antiguo Paseo de Muñoz Grandes)
    - Calle de La Laguna (solo tramo peatonal)
- **Por el tipo de negocio**: La repetición de ciertos tipos de negocio, aunque no sea franquiciados, muchas veces también suponen cierta homogeneidad por la selección de imágenes y texto que utilizan para conformar su rótulo, por lo que antes de analizarlo deberemos señalar qué tipo de negocio se encuentra en el local. Para llevar un control más claro de los negocios, se han establecido los siguientes grupos:
    - Alimentación (fruterías, carnicerías, tiendas de frutos secos...)
    - Restauración (bares, restaurantes, cafeterías...)
    - Salud (centros médicos, ópticas...)
    - Estética personal (clínicas dentales, salones de estética, peluquerías...)
    - Moda (tiendas de ropa, tiendas de complementos...)
    - Animales (veterinarios, tiendas de animales...)
    - Decoración, hogar y reparaciones (Decoración del hogar, tiendas de muebles, reparaciones de electrodomésticos, duplicado de llaves...)
    - Telefonía, envíos de dinero y electrónica (Tiendas de electrónica, tienda de telefonía móvil, locales de envíos de dinero...)

    - Asesorías y gestorías (Gabinetes de abogados, inmobiliarias…)
    - Otros (estancos, sucursales bancarias, casas de apuestas, imprentas…)
- **Por la situación del negocio**: Muchos rótulos se quedan abandonados en las fachadas por lo que, aunque el negocio que le precedía ya no exista, estos siguen formando parte de las calles. Se establecen dos categorías:
    - Negocio abierto
    - Negocio cerrado
- **Por el tipo de rótulo instalado**: Siguiendo la clasificación que se estableció al principio del trabajo y como la normativa de la Comunidad de Madrid nombra las diferentes instalaciones, podemos dividir los rótulos comerciales en:
    - Muestra
    - Banderín
    - Pudiendo existir la opción de tener ambos instalados (banderín y muestra)
- **Por la tipografía empleada**: De la misma forma que el tipo de negocio, las posibilidades de esta clasificación son prácticamente infinitas, pues es posible combinar de diferentes formas las fuentes tipográficas disponibles. Las cinco categorías establecidas para diferenciar el tipo de letra son:
    - Tipografía sin serifa
    - Tipografía con serifa
    - Tipografía decorativa
    - Tipografía manuscrita
    - Tipografía no latina

En caso de que un negocio instale más de un rótulo a la vez (y puede darse la circunstancia de que cada rótulo posea una tipografía diferente), se ha analizado aquel rótulo que se encuentra sobre la entrada del local.

- **Por la combinación cromática presentada**: Al igual que la tipografía, el uso de colores y su combinación es prácticamente infinito y muy difícil de analizar. Por lo tanto, se han establecido las categorías acorde a los comentarios de Satué aunque, como veremos más adelante, estas categorías se vuelven más complejas:
    - Letra clara sobre fondo oscuro
    - Letra oscura sobre fondo claro

    - Letra adosada al edificio o sin soporte

Al igual que lo ocurrido con la tipografía empleada, en el caso de haber más de un rótulo se ha analizado el que se encuentra en la entrada del local.

- **Por su adaptación a las recomendaciones de Enric Satué**: Las recomendaciones de Enric Satué nos sitúan ante dos clasificaciones:
    - No se adapta (ya que emplea colores llamativos y poco refinados)
    - Se adapta (que emplea colores sobrios)
- **Por el material principal del que están compuestos**: Existen varios materiales y técnicas para crear rótulos y muchos suelen combinar dos o varios elementos. Por otro lado, para considerar uno de los materiales como principal se ha optado por considerar aquellos que componen el cuerpo de la letra (por ejemplo, en el caso de una muestra corpórea con estructura de aluminio y acabado en metacrilato, se considerará como principal el aluminio por ser el que sustenta la letra). Por lo tanto, podemos considerar:
    - Rótulos sintéticos
    - Rótulos metálicos
    - Rótulos de madera
    - Rótulos de tubos de neón
    - Rótulos de vidrio
    - Rótulos de cerámica
- **Por su distinción**: Ya sea por su antigüedad o por el material con el que se han creado, existen rótulos en el barrio con cierta distinción frente a otros, lo cual puede ser por:
    - Forman parte de una franquicia (lo que les hace rápidamente reconocibles)
    - Se les atribuye cierta pátina de antigüedad (por un conjunto de factores, como la degradación, los materiales utilizados y/o la manera de usar los diferentes elementos gráficos)
    - Están constituidos por un material o materiales poco comunes
    - Presentan elementos étnicos que no podrían haberse visto con anterioridad en el barrio.

ESQUEMA VISUAL.

Tipos de tipografía:

LETRA CON SERIFA *LETRA MANUSCRITA*

LETRA SIN SERIFA LETRA DECORATIVA

不是拉丁裔

Tipos de combinación cromática:

LETRA OSCURA
FONDO CLARO

LETRA CLARA
FONDO OSCURO

LETRA SIN
SOPORTE

Adaptación a las recomendaciones de Enric Satué:

SE ADAPTA

SE ADAPTA

NO SE ADAPTA

NO SE ADAPTA

Conclusiones del apartado 2, Parte II

Las franquicias forman parte ya inseparable del tejido urbano, pero es innegable que fomentan la homogeneización del ambiente. Asimismo, locales como las peluquerías, salones estéticos o casas de apuestas producen en el barrio de Vista Alegre un efecto parecido debido a su proliferación. Esto es debido, tanto en el caso de las franquicias como en el de los otros negocios, a la búsqueda de nichos de mercado que se adapten a las necesidades, hábitos y nivel socioeconómicos de sus vecinos, lo que termina también por afectar a la imagen de la zona. Por otro lado, mientras que estos negocios la homogenizan, la aparición de negocios extranjeros la vuelven más diversa, otorgándole una identidad "personalizada" y multicultural. Los diferentes estratos históricos y sociales que conforma toda la gráfica urbana (rótulos, graffitis, señales de tráfico...) señalan la trayectoria y desarrollo a través del tiempo, por lo que es importante regularla para que no suponga una contaminación para el medio, aunque como hemos visto anteriormente, el caso español es en general de "anarquía gráfica". Se destaca que, aun así, la normativa que rige la zona de Vista Alegre tampoco hace mención de colores, tipografías o materiales susceptibles de ser usados en rotulación, por lo que en esta sección no solo se han destacado las recomendaciones de Satué en pos de una buena utilización del color (pues otros factores dependen más del caso en concreto mientras que este se aplica de forma general), sino que también se han establecido los criterios que se han utilizado y tenido en cuenta para el análisis de las calles principales comerciales.

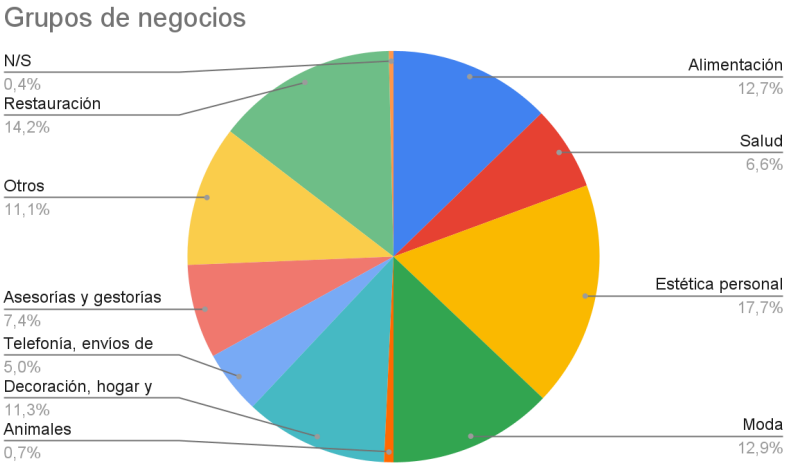
3. RESULTADOS DEL ANÁLISIS Y PROPUESTAS DE SALVAGUARDA

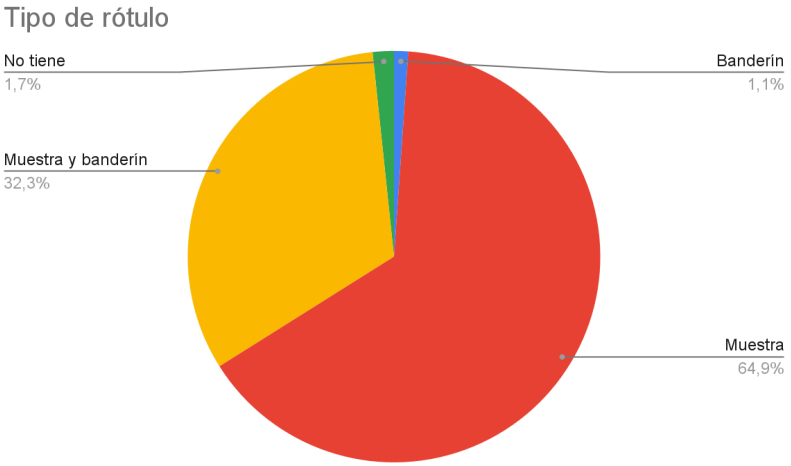
A través de los criterios anteriormente mencionados, se ha podido crear un listado de rótulos de las calles principales comerciales del barrio de Vista Alegre, con el fin de sacar conclusiones en cuanto al impacto que suponen estos para su imagen. Tras los datos obtenidos, se ha realizado un informe DAFO que ayudase a visualizar y concretar las posibilidades de acuerdo al potencial de la rotulación local y poder establecer unas propuestas de actuación acorde a ello.

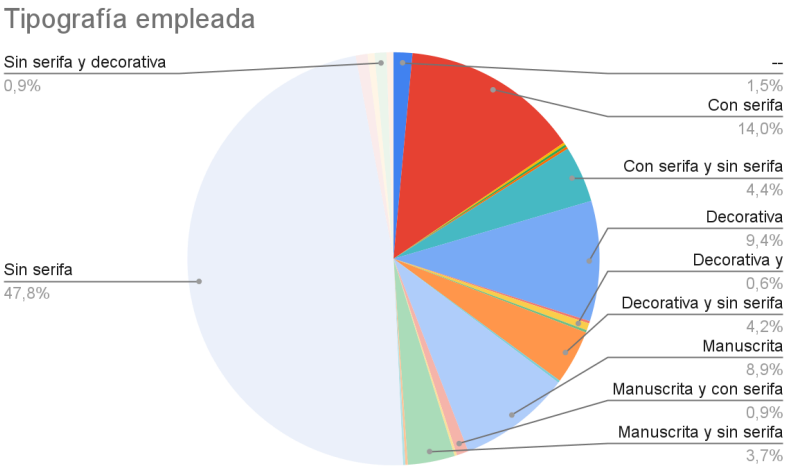
3.1. Datos extraídos

En total, se han analizado un total de 542 negocios ubicados en las cinco principales calles comerciales antes mencionadas. La calle con más negocios es la Calle de la Oca, que cuenta con 173 negocios que se dispersan a lo largo y a lo ancho de sus inmediaciones, siguiéndole la Avenida de Nuestra Señora de Fátima, con 136 locales; el Paseo de Marcelino Camacho, con 93; la Calle de La Laguna, con 85 y la Vía Carpetana, con 55 locales. La poca presencia de negocios en esta última calle, a pesar de ser una de las más recorrido tiene, se debe a que se sitúa en los límites administrativos del barrio, por lo que los negocios de la acera de los números pares pertenecen realmente al barrio de Aluche (distrito de La Latina). Además, de los negocios totales solo 25 rótulos se encuentran abandonados frente a 517 que siguen en uso.

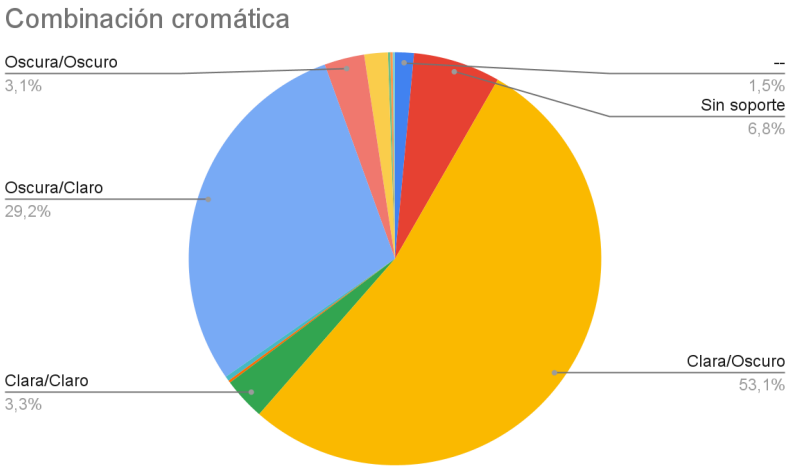
El grupo de negocios que más prolifera en el barrio es el relacionado con la estética personal, que equivalen un 17,7% del total, ocupando 96 locales en las calles principales del territorio. Asimismo, destacan los dedicados a la restauración, a la moda y a la alimentación, ocupando estos un 14,2% (77 locales), 12,9% (70 locales) y 12,7% (69 locales), respectivamente. Por otro lado, si analizamos los negocios de forma individual, son los bares/restaurantes los que más presencia tienen en las calles, con un total de 50 locales, pero es la gran variedad de negocios dedicados a la estética y/o al cuidado personal, como peluquerías, centros de estética o salones de uñas, que genera que este grupo sea el que tenga más impacto en las calles del barrio. Las casas de apuestas, antes mencionadas como locales con un controvertido impacto en la imagen del barrio, tienen bastante presencia en las calles principales, pues de las 16 encontradas en total son 12 las que se sitúan en las calles principales.

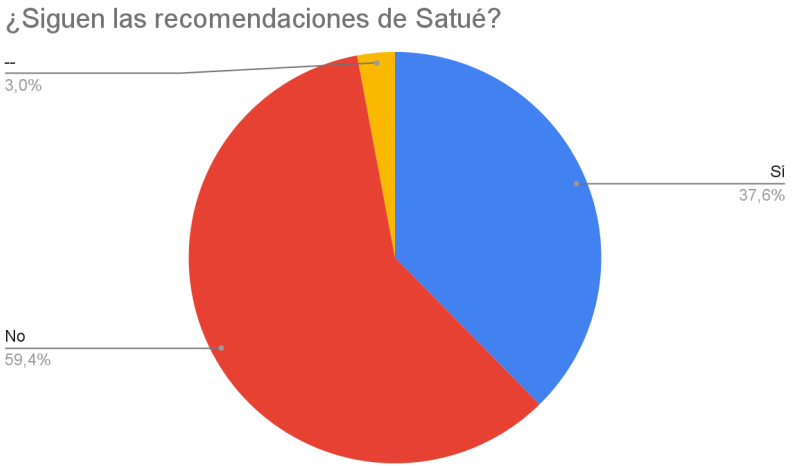


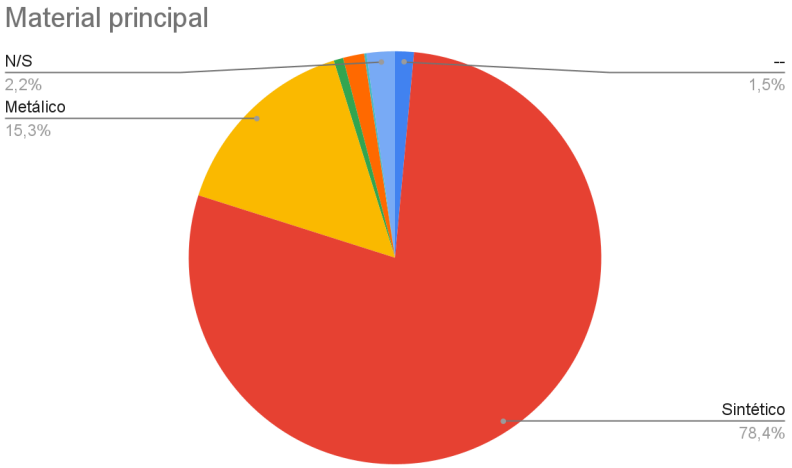




Figs. 60, 61 y 62: Clasificación de los negocios del barrio, el tipo de rótulo instalado y la tipografía empleada, en porcentajes







Figs. 63, 64 y 65: La combinación cromática utilizada, los rótulos que siguen o no las recomendaciones cromáticas de Satué y el material principal empleado, en porcentajes

En cuanto a los rótulos utilizados por cada negocio para hacerse ver entre los viandantes, 352 negocios han optado solo por la instalación de muestras en paralelo a las fachadas y 175 combinan muestra y banderín[9]. Solo 6 negocios han optado por elegir simplemente el banderín y 9 no tienen rótulo alguno, pues utilizan otros elementos flexibles como los toldos para llamar la atención y denominar su local. La combinación infinita de tipografías nos deja un resultado variopinto en el tejido urbano, pero es el empleo de la tipografía sin serifa (o tipografía de palo seco) la más destacada, dado ese valor de "moderno" que este tipo de letra otorga. Un total de 259 locales son los que exclusivamente utilizan esta tipografía, lo que corresponde a un 47,8% del total. Un 14% (76 locales), un 9,4% (51 locales) y un 8,9% (48 locales) corresponden al empleo de las tipografías con serifa, decorativa y manuscrita, respectivamente. El resto de los negocios que tienen rótulo (19,9%, 100 rótulos) utilizan una combinación de más de una tipografía, siendo las más escogidas las que mezclan tipografía con serifa y sin serifa (24 locales), decorativa y sin serifa (23 locales) y manuscrita y sin serifa (20 locales).

La combinación cromática, al igual que el uso de las tipografías, puede generar resultados casi infinitos y tiene un papel muy importante en el impacto visual de los espacios urbanos. Como se determinaba en los criterios, Satué señala dos situaciones comunes, letra clara sobre fondo oscuro y letra oscura sobre fondo claro, siendo la primera la más acertada a la hora de lograr mayor visibilidad y legibilidad. Sin embargo, durante el trabajo de campo se han podido observar otras muchas combinaciones cromáticas, posiblemente dadas del desconocimiento del uso correcto del contraste cromático. Así, nos encontramos situaciones como letra oscura sobre fondo oscuro, letra clara sobre fondo claro, letras claras y oscuras sobre fondos claros u oscuros (solo permitiendo la lectura del texto que contrasta y no de la totalidad del mensaje) y letras tanto claras como oscuras sobre fondos indeterminados (esta última producto del empleo de ilustraciones o fotografías como color de soporte, que genera zonas más legibles que otras en el propio rótulo). Esto provoca unos resultados visuales que no ayudan a la legibilidad de las letras y, por tanto, de los negocios, además de

[9] Para este análisis, se han contado los banderines que corresponden al local en sí mismo y no los correspondientes a marcas y logos, pues se trata más de una publicidad hacia la marca que al local.

propiciar más ruido y contaminación visual. Solo el 53,1% de los rótulos emplea letra clara sobre fondo oscuro, mientras que el resto utiliza o letra oscura sobre fondo claro o las posibilidades anteriormente mencionadas. Sin embargo, si analizamos si los rótulos emplean las recomendaciones específicas de Satué (letras claras sobre fondos como el negro, granate, azul oscuro, verde oscuro...) nos encontramos que solo el 37,6% (204 rótulos) cumplen esa regla frente al 59'4% (322 rótulos) que no la cumple. Esta reducción se debe a que, a pesar de utilizar un contraste de letras claras sobre fondo oscuro, los colores empleados no han sido los adecuados, pues corresponden a tonalidades llamativas en vez de unas más sobrias.

El 78,4% de los rótulos son de material sintético, lo que supone un total de 425 locales, mientras que el siguiente más predominante son los de material metálico con 83 locales (15,3% del total), que han podido verse incrementados por la nueva normativa que fomenta la instalación de letras corpóreas y caladas y, por tanto, la posibilidad de ver las estructuras metálicas como una opción viable para rótulos retroiluminados. Los rótulos de neón o de madera tienen muy baja presencia (de 1,7% y 0,9%, que responden a 9 y 4 rótulos, respectivamente) y solo se encontró un rótulo de vidrio. Otros rótulos, como los de cerámica o pintura directa, no tienen representación en las calles principales. Asimismo, no se pudo determinar el material principal de 12 rótulos, pues la pintura y el lacado dificultaron conocer su fabricación.

Finalmente, en relación a las posibles cualidades que los rótulos del barrio puedan tener a favor de la imagen del barrio, se destaca que el 59% (320 rótulos) no presenta ningún rasgo distintivo. Esto es debido a que estos o bien son demasiado estandarizados, pues sus materiales o elementos gráficos no destacan sobre el resto, o llevan demasiado poco tiempo instalados en las calles. El 22'9% (124 rótulos) pertenecen a un local que se asocia a una franquicia, lo que los hace inmediatamente reconocibles y, a la vez, provoca que el barrio no pueda formar su lenguaje gráfico propio. Solo el 16,1% del total de los rótulos presentan algún tipo de valor, ya sea porque se les atribuye cierta antigüedad (10,3%, 56 rótulos), porque están fabricados con un material o técnica destacados (3,3%, 18 rótulos) o porque se conforman elementos gráficos étnicos que les hacen destacar (3%, 16 rótulos).

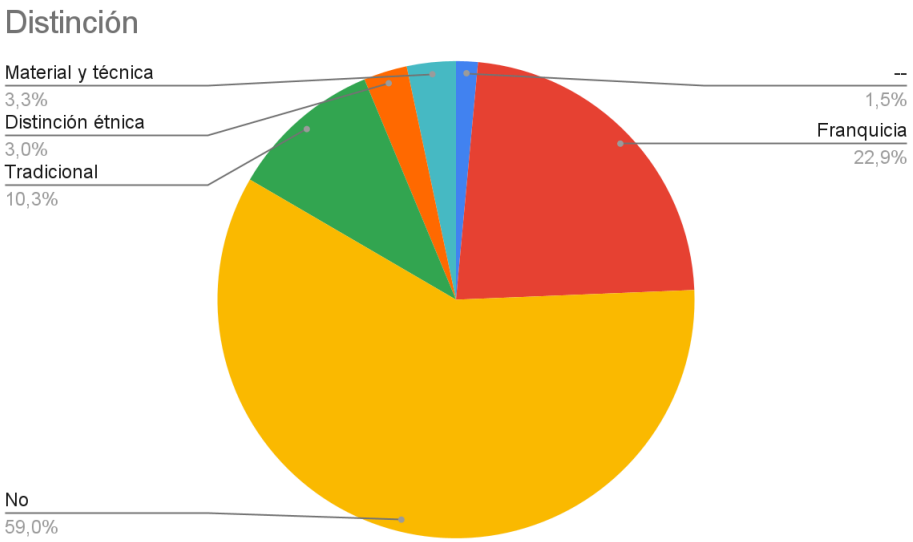


Fig. 66: El tipo de distinción de los rótulos del barrio, en porcentajes

3.2. La imagen del barrio y la preservación de sus rótulos. Propuestas.

Observamos que el carácter comercial de las calles principales sigue vigente, ya sea por la cantidad de locales abiertos o por la gran variedad de tipos de negocios que nos podemos encontrar. Sin embargo, parece que dos ideas parecen contradecirse: de la misma manera que existe un caos gráfico debido a las diferentes posibilidades y combinaciones tanto en la instalación de los rótulos como en la elección de su color y tipografía, también estamos asistiendo a una estandarización del plástico y el uso predominante de la tipografía sin serifa o de palo. Los rótulos comerciales suponen un valor añadido al barrio a la vez que una amenaza para otros lenguajes urbanos. Para desarrollar de forma más detallada cuál puede ser el verdadero potencial de los rótulos en el barrio para poder actuar en consecuencia, se ha establecido un análisis DAFO a través de lo obtenido en el trabajo de campo por todo el barrio y los resultados de las calles principales:

- Debilidades
    - Considerado patrimonio de menor relevancia.
    - El mal planteamiento en su diseño provoca su consecuente ilegibilidad. Esto puede observarse en algunas de las combinaciones cromáticas encontradas en el barrio.

    - El uso generalizado de colores llamativos provoca que muchos rótulos del barrio obtengan el efecto contrario al esperado; en vez de volverse atractivos para el viandante se diluyen entre todo el conjunto cromático de las calles y provoca que no tengan ningún rasgo distintivo.
    - La repetición gráfica en algunos negocios, ya sean franquicias u otros pequeños comercios, provoca la estandarización del entorno.
    - El uso generalizado del plástico (sobre todo el vinilo impreso) reduce la calidad gráfica del tejido urbano.
- Amenazas
    - Mal mantenimiento y abandono.
    - Inminente desaparición si el negocio cierra.
    - Si el rótulo no sigue la normativa vigente, a pesar de que pueda tener valor añadido, no podría considerarse como “apropiado” para el tejido urbano.
    - La identificación de un rótulo con las actuaciones del negocio que precede puede crear una imagen, a veces, negativa de él.
- Fortalezas
    - Como se viene hablando a lo largo del trabajo, los rótulos forman una parte esencial de la imagen urbana y su significación. Su valor paisajístico y cultural les proporciona un carácter imprescindible en el tejido urbano.
    - La aparición de nuevos negocios aumenta las posibilidades gráficas y visuales, proporcionando variedad visual.
    - La llegada de nuevos vecinos y, a su vez, de negocios extranjeros, proyecta en la imagen urbana un carácter multicultural.
- Oportunidades
    - Los rótulos funcionan como la “portada” de un negocio. Su preservación puede actuar como un mecanismo de memoria relacionada con los negocios locales más tradicionales.
    - Las nuevas normativas han favorecido la aplicación de otros materiales como las estructuras metálicas. De la misma forma, otros como la madera han visto, aunque de forma todavía minoritaria, su importancia en la fabricación de letras corpóreas.

- Los diferentes sedimentos históricos y culturales se suceden y los rótulos y sus negocios son parte de ello.
- Conocer cómo y de qué forma los diferentes factores pueden influir en la creación de un rótulo puede llegar a promover el buen uso de éste.

Al inicio de este trabajo, se planteó la idea de realizar ciertas propuestas que pudiesen ayudar en la preservación de los rótulos comerciales, adaptando el contexto a la del barrio de Vista Alegre. El análisis DAFO ha servido como una herramienta para extraer ciertas conclusiones en torno al potencial de los rótulos, conclusiones que han podido servir como objetivos en la realización de las siguientes propuestas realizadas:

- **Archivo fotográfico de los rótulos del barrio:** Como señala Nanclares y que en apartados anteriores se había mencionado, la Red Ibérica considera la creación de cuentas en redes sociales como una herramienta suficiente para concienciar de la situación y valor que los rótulos otorgan al paisaje urbano, así como de las consecuencias del mal uso de los mismos. Es por ello que muchas personas optan por crear un archivo fotográfico y documentar la presencia de los rótulos y otros elementos pertenecientes a la gráfica urbana en las calles para evitar su desaparición total. Por ello, se ha realizado una labor de documentación fotográfica de muchos de los rótulos que se encuentran en las inmediaciones del barrio. Del total obtenido se han seleccionado 165 fotografías, parte de ellas habiéndose mostrado a lo largo de este trabajo. El objetivo de esta labor fotográfica consiste en obtener un registro del lenguaje gráfico que, de un día a otro, puede desaparecer. Esta labor fotográfica recoge todo tipo de rótulos, independientemente que sean nuevos o tradicionales, dando protagonismo sobre todo a negocios locales o rótulos que proporcionen al barrio cierta idiosincrasia, con el fin de darles visibilidad frente a locales franquiciados. Asimismo, también se ha querido evidenciar el consecuente impacto que muchos de estos producen en el tejido urbano, ya sea para bien o para mal. Debido a la imposibilidad de mostrar todo el trabajo de campo en este documento, se ha creado una cuenta en la plataforma de Instagram llamada *@rotulosdeperiferia*, con el fin de permitir el acceso

libre al archivo documental y seguir con la labor de concienciación hacia este tipo de bienes.

- **Redibujado de los rótulos:** De la misma manera que Juan Nava se enfoca en redibujar rótulos desaparecidos o antiguos con el fin de limpiarlos del ruido y su contexto y poder disfrutar de sus cualidades tipográficas así como para documentarlos y preservarlos de su inminente desaparición en las calles (Juan Nava, *Info,* s. f.*)*, para este trabajo también se ha realizado una pequeña labor de redibujado de una selección de 20 rótulos, una labor más limitada que la de Nava pero con las mismas intenciones de preservación y salvaguarda de la iconicidad gráfica local. La propuesta se ha tratado de enfocar en la vectorización de rótulos variados: franquicias, logos, rótulos en mal estado, símbolos extranjeros... todo con el fin de mostrar la variedad tipográfica que se puede encontrar en el barrio de Vista Alegre. Los rótulos se han trabajado a través de programas de edición como Photoshop e Illustrator, editando y limpiando el diseño y posteriormente vectorizándolo.
- **Fichas para su catalogación:** Catalogar los rótulos comerciales permite conocerlos y documentarlos, enfatizando también la situación en la que muchos se encuentran. En el caso de Madrid, los únicos rótulos que, en teoría, se hallan preservados son los que se encuentran en el Inventario de Rótulos Históricos, siendo como se había anteriormente nombrado los rótulos de Schweppes (edificio Capitol de la calle Gran Vía, 41), el de Tío Pepe (edificio situado actualmente en Puerta del Sol, 11) y el de BBVA (edificio de Pº Castellana, 81). Salvo que se obtenga un informe favorable de la Comisión de Patrimonio Cultural, el resto de rótulos no presentan ningún tipo de protección, más allá de la documentación que se pueda hacer de ellos, pues en comparación a todos los bienes patrimoniales que una ciudad puede albergar, los rótulos todavía hoy están considerados un patrimonio menor. De esta forma, se ha creado un modelo de ficha que permite documentar los rótulos que se encuentran en el barrio, así como para conocer, en el caso de que fuese un proyecto a largo plazo, el desarrollo del barrio a través del cambio en sus negocios. Los criterios establecidos para la catalogación de rótulos han sido influenciados por la última sección del trabajo de Moreno Rosell (2020, pp. 105-135) y la propuesta de ficha para el inventariado de la gráfica urbana propuesta por

González Riaza (2016, p. 45). En total, se han analizado 15 rótulos como prueba (y que se encuentran en el Anexo 9), siguiendo la siguiente estructura:

- DATOS DE IDENTIFICACIÓN
    - Nombre del negocio
    - Localización
    - Descripción
- DATOS TÉCNICOS
    - Tipo de rótulo
    - Datación
    - Técnica
    - Material
- ASPECTOS GRÁFICOS
    - Contenido
    - Tipografía
    - Color empleado en el soporte
    - Color empleado en la letra
- ESTADO DE CONSERVACIÓN
    - Situación
    - Deterioros destacables
- OTROS DATOS
    - Estado del local
    - Datos sobre el local
    - Otras observaciones
- CUALIDADES

Fig. 67. Vista Alegre a través de su tipografía. Rótulos vectorizados

Fig. 68. Vista Alegre a través de su tipografía. Rótulos vectorizados

Fig. 69. Vista Alegre a través de su tipografía. Rótulos vectorizados

Conclusiones del apartado 3, Parte II

El análisis realizado en las principales calles comerciales del barrio de Vista Alegre revela qué tan variado puede llegar a ser el barrio. La gran cantidad de negocios que se reparten hacia lo largo y ancho de sus calles desvela la gran variedad de negocios, mezclado negocios de toda la vida con franquicias y locales extranjeros. Sin embargo, el dato más revelador se obtiene al final del análisis: más de la mitad de los rótulos no presentan ningún rasgo distintivo. La estridencia de la que hablaba Satué por intentar ser llamativo termina por silenciar la mayoría de rótulos, que siguen un mismo patrón: material sintético de colores llamativos y tipografía de palo. El 22,5% pertenecen a una franquicia y, finalmente, solo el 16,6% forman parte de una rotulación distinguida, por unas razones u otras. A través de estos resultados se elaboró un análisis DAFO que permitió resumir y enfocar las propuestas realizadas para este trabajo, así como posibles futuras líneas de trabajo, que se exponen en el siguiente apartado.

4. POSIBLES CAMINOS PARA CONTINUAR EL PROYECTO

De la misma forma que el análisis DAFO ha servido para definir bien las propuestas relacionadas con la preservación de los rótulos del barrio de Vista Alegre, también ha servido para plantear la siguiente cuestión: ¿qué otras líneas de investigación pueden surgir del realizado en este? Cierto es que lo planteado en este trabajo ha supuesto más un acercamiento a conocer la realidad del barrio y, posiblemente, la realidad de muchos otros, pero hay otras líneas que podrían explorarse siempre y cuando el tiempo lo permitiese, pues su extensión y desarrollo supone un trabajo casi independiente a este.

- **Continuar con el archivo fotográfico en todo el distrito de Carabanchel.** La documentación fotográfica es una de las herramientas más eficaces para la preservación de los rótulos, dada la volatilidad de su presencia en zonas urbanas. Ya que, como se ha expresado anteriormente, las zonas céntricas son las que más interés acaban recibiendo por parte de los transeúntes, realizar una labor fotográfica que se centre en rótulos de la periferia puede fomentar el interés en zonas más alejadas y visibilizar los rótulos de estas, también de importancia para el lenguaje gráfico y visual urbano.
- **Concienciación y selección de rótulos con la comunidad local.** Una de las cuestiones que quedaron sin tratarse en este trabajo por falta de tiempo y gran desarrollo que suponía fue la implicación de la comunidad: ¿es posible que la propia comunidad local pueda elegir qué rótulos pueden preservarse? Esta línea de investigación supone una participación activa de los vecinos, que podría desarrollarse a partir de “safaris tipográficos” y una selección activa de los rótulos -desaparecidos o no, siempre que se pueda acceder a ellos- para acabar creando un espacio y/o actividades que fomenten y celebren el comercio local y su variedad gráfica.
- **Libro blanco sobre la correcta rotulación comercial.** Enric Satué ya trata sobre este tema en su libro, en el que habla más allá de la correcta instalación de los rótulos: su correcta dimensión en el dintel y/o en su espacio asignado, el tamaño que las letras debían de tener para su mayor legibilidad, el espaciado entre letras, la recomendación de seguir colores predominantes del entorno y la fachada arquitectónica, la selección de

colores que fomentan una imagen de distinción en el negocio... todos estos consejos pretenden no solo reducir la contaminación visual, sino también fomentar el correcto uso del diseño; "prevenir" y propiciar un ambiente visual favorable. Sin embargo, exceptuando parte del trabajo de Cogollos, es el único libro que se ha logrado encontrar sobre este tema, libro que por otro lado se editó en 2001. Por ello, otra de las líneas de investigación puede ser la realización de un libro blanco que propicie el buen uso de la rotulación comercial, es decir, un libro que sirva a los comerciantes para conocer la importancia del uso del color, la tipografía y el tamaño y posición de las letras y cómo estos factores pueden impactar de forma positiva o negativa hacia la imagen del negocio, así como guiar a los comerciantes sobre posibles situaciones que les ayude a conseguir el objetivo deseado o solucionar ciertas circunstancias también relacionadas con las normativas vigentes en cuanto a publicidad exterior.

CONCLUSIONES FINALES

Se ha observado que la figura de los rótulos comerciales desde una perspectiva patrimonial presenta una situación compleja. A partir del análisis de las normativas en publicidad exterior, se determinó el rótulo sobre fachada, el banderín y el rótulo en coronación como las tres instalaciones que más se acercan al concepto de "rótulo", entendiéndolos como soportes rígidos que pretenden señalizar un local o establecimiento, identificarlo y distinguirlo de los demás. De las ordenanzas municipales en materia de publicidad exterior escogidas para su análisis y comparación, cuatro no hacen mención de posibles paletas de colores o tipografías adecuadas para la instalación de rótulos en las calles, tres no tratan ningún tipo de material susceptible de ser trabajado y una no incluye los rótulos comerciales en la regulación de la publicidad exterior, por lo que ni los define ni los clasifica. La falta de rigurosidad de las administraciones competentes, como advierten autores recogidos en este trabajo, ha acabado por conseguir en nuestro país un tejido urbano diverso y nada coherente, además de situaciones que pueden llegar a actuar en detrimento del entorno urbano y su identidad. Como elementos con una clara carga visual y con un protagonismo evidente en el desarrollo del lenguaje vernáculo de la zona donde se encuentran, para este trabajo se estableció una clasificación de los rótulos comerciales que cubre todo su potencial gráfico y formal, clasificación influenciada por trabajos previos como los de Atxaga (2007) o Moreno Rosell (2020) y que recoge parámetros como los materiales utilizados, el/los color/es empleado/s, la/s técnica/s aplicadas a los materiales, la/s tipografía/s seleccionada, el contenido que alberga, su estado de conservación y su antigüedad.

El paisaje urbano en el que se encuentran los rótulos es un tejido en constante transformación y desarrollo, causado por la interacción entre el medio y las personas que conviven en él. Los rótulos forman parte de la gráfica urbana y, más concretamente como sugiere González Solas (2008), esta a su vez se sitúa en la "*tiposfera*", espacio más cercano e inmediato al viandante y que conforma su campo de visión. Con los ejemplos de Las Vegas de la década de 1960 y la ciudad de Sao Paulo se ha podido demostrar la importancia de la rotulación para la iconicidad, localización e identidad de un territorio a través de la memoria de sus ciudadanos, relación que recientemente está cambiando debido al desarrollo de

las nuevas tecnologías y el márketing. El "gran escaparate" de estímulos provenientes de los tradicionales signos, los nuevos surgidos por las nuevas tecnologías y el resto de gráfica urbana acaban por polucionar el entorno y han conducido a la publicidad hacia una reducción de su mensaje y significado. Esto también influye en los rótulos que, junto con la proliferación de franquicias y el uso estandarizado de las tipografías de palo, están tendiendo a aplanar y empobrecer el entorno urbano.

En este nuevo entorno urbano donde las franquicias ganan terreno, los rótulos tradicionales son amenazados con ser arrancados de su contexto y sufrir expolio. Además de esto, los rótulos se enfrentan a unas condiciones que empeoran su estado de conservación. Su situación administrativa, así como otros elementos relacionados con la publicidad exterior, puede llevar a ocasionar actuaciones que se pueden llegar a contradecir y actuar en contra del propio tejido urbano. Este hecho se ha ejemplificado con dos sucesos ocurridos en Madrid: por un lado, la retirada de un rótulo muy arraigado a la zona y con claros valores histórico/artísticos, el rótulo de *Curtidos Baranda,* y por otro lado, la proliferación de un local franquiciado que atentaba lesivamente contra el edificio histórico en el que se encontraba y que no fue retirado hasta la denuncia de la asociación de vecinos. A pesar de estas situaciones, el interés por la preservación de los rótulos comerciales y la difusión de su situación actual ha comenzado a manifestarse de forma muy reciente no solo por individuos con una implicación personal, sino también por instituciones o proyectos de carácter público, privado o, incluso, académico.

La figura de la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico demuestra la existencia de ese interés de la ciudadanía en preservar la identidad gráfica de los entornos urbanos frente a la homogeneización de las franquicias. Esta funciona, como dice su nombre, como una "red" que une los diferentes proyectos que se dedican a la labor de investigación, rescate, catalogación y difusión del rótulo comercial con el fin de servir como punto de encuentro e intercambio de recursos entre sus miembros y cualquier persona interesada en realizar cualquier actividad a favor de la rotulación comercial. De la misma forma, esta red alberga dos tipos de trabajos: los primeros, que constituyen proyectos de gran envergadura y que se dedican, sobre todo, al rescate directo o indirecto de rótulos comerciales; y los

segundos, que realizan una labor de documentación fotográfica. La Red fomenta entre sus integrantes y otros interesados el uso de las redes sociales como herramienta esencial para la concienciación del potencial visual y valor cultural que los rótulos poseen, por lo que han creado el hashtag #patrimoniografico con el fin de poder crear un amplio repertorio de rótulos.

Para analizar la adaptación al medio de los rótulos comerciales y seguir respondiendo las preguntas marcadas para este trabajo, se eligió estudiar el barrio de Vista Alegre (Carabanchel), ya que en previas actuaciones expuestas en este trabajo dedicadas a la salvaguarda de la rotulación en Madrid están, en su gran mayoría, enfocadas en zonas céntricas, olvidando ejemplos periféricos. Se desarrolló el contexto histórico, demográfico y comercial del barrio situado en el distrito de Carabanchel, destacando el gran desarrollo en la mejora de sus infraestructuras tras su anexión a la ciudad de Madrid y años posteriores y el alto índice de envejecimiento y el alto porcentaje de extranjeros que presenta actualmente. Vista Alegre siempre ha sido un barrio con un fuerte carácter comercial, conformándose como el que más negocios tiene dentro del distrito. Al mismo tiempo que evoluciona su población, sus negocios también varían; los cambios de hábitos y los cambios socioeconómicos, entre otros factores, determinan la presencia o ausencia de unos u otros negocios.

La presencia de franquicias en el barrio es notoria y otros negocios como peluquerías, ópticas, fruterías, salones de estética o clínicas dentales se repiten a lo largo de las calles, muchas de ellas también perteneciendo a locales franquiciados. A su vez, otros negocios como los trasteros y los servicios de lavandería comienzan a aparecer en el barrio y los negocios extranjeros vuelven más diverso el comercio de la zona, otorgando cierta multiculturalidad a las calles. Todo esto afecta a la imagen del barrio, que se ve influida por los negocios en sí mismos; su forma de exponerse al público a través del cambio en sus fachadas y sus rótulos definen el lenguaje gráfico y visual que protagonizará la "*tiposfera*" de Vista Alegre. A su vez, los rótulos se encuentran acompañados del resto de la gráfica urbana: graffitis, señales de tráfico, cableado eléctrico... elementos que forman el tejido urbano, lo enriquecen de cierta forma, permitiendo vislumbrar las diferentes capas históricas que definen al barrio, pero que también provocan su polución visual y crean consecuentemente un "caos gráfico". La normativa sobre publicidad exterior de la Comunidad de Madrid no determina, al igual que otras

ordenanzas, colores, materiales o tipografías, dejando estas decisiones al comerciante, a pesar de que estos factores son unos de los que más peso tienen en el impacto visual de la zona. Enric Satué aclara que la creación de un rótulo se debe determinar de forma individual, pues cada caso es distinto, pero defiende que los rótulos, sobre todo, deberían ser respetuosos con el color predominante de la arquitectura en la que se encuentran, recomendando el uso de letras claras sobre soportes negros o tonalidades que se acerquen a este color.

Tras una serie de criterios establecidos para analizar la imagen del barrio y, por tanto, ejemplificar con datos cuantitativos el impacto de los rótulos sobre el entorno, se analizaron 542 locales, siendo aquellos que se encontraban en las calles comerciales principales del barrio. Entre los diferentes resultados se extrajo, entre otras, una de las conclusiones más destacadas: el 59% de los rótulos del barrio (320 en total) no presenta ningún rasgo distintivo. El uso generalizado del plástico, la predominancia de la tipografía de palo y la uso de colores llamativos para identificar el local declara que los negocios, en su intento de llamar la atención del viandante, terminan por silenciarse unos a otros, volviéndolos casi olvidables y solo aportando estridencia visual al entorno. Tras estas conclusiones, se estableció un análisis DAFO para valorar cómo y de qué manera enfocar las propuestas para la salvaguarda de la rotulación del barrio de Vista Alegre, lo que dio lugar a tres propuestas:

- La realización de un archivo fotográfico, que ponga en valor la identidad gráfica y visual de los rótulos, así como para documentar aquellos cuya integridad peligra.
- El redibujado de rótulos, enfocando esta propuesta como una forma de limpiar el diseño tipográfico y mostrar las posibilidades gráficas que nos podemos encontrar en el barrio.
- La creación de una ficha base para su catalogación, con el fin de dar más información sobre el rótulo y su relación con el entorno, ya sea hablando del negocio que precede, sus materiales, su estado de conservación u otros datos de importancia.

Asimismo, a través del análisis DAFO también se identificaron otras posibles líneas de trabajo derivadas de este proyecto:

- Continuar la labor de documentación gráfica en el distrito de Carabanchel.
- Trabajar en la concienciación ciudadana para la salvaguarda de sus rótulos, enfocando este proyecto en la memoria del comercio local.
- Realizar un "libro blanco" sobre recomendaciones en la rotulación comercial que sirva para guiar a los comerciantes así como concienciar de la importancia de adaptarse al medio arquitectónico en el que se encuentran.

El campo de la rotulación es, por tanto, un campo inmenso que puede trabajarse desde diferentes perspectivas y su salvaguardia presenta ciertas complicaciones dada la vertiginosidad de los cambios producidos en el entorno urbano. Sin embargo, el comercio y, por tanto, sus rótulos comerciales forman una parte inseparable de la identidad de nuestras ciudades, tejiendo y cultivando un claro valor cultural junto a otros elementos que allí se encuentran. Su desaparición frente a la gentrificación debería preocuparnos no solo desde el punto de vista del diseño o el *lettering*, sino también desde el urbanístico o el social, pues no se trata de proteger la identificación de un local, sino de dar valor a la historia de nuestras ciudades.

BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA CONSULTADA

BIBLIOGRAFÍA

2005/21427 [Ayuntamiento de Valencia] Ordenanza municipal de publicidad y de actividades, instalaciones y ocupaciones en la vía pública, publicado el 12 de septiembre de 2005 (rectificado el 21 de septiembre de 2005, BOPV nº224 suplemento 1).

Aguiló Alonso, M. (2005) "Naturaleza, paisaje y lugar: del uso al significado." en *Paisajes culturales : Ronda, 7 al 12 de julio de 2003, Miguel Aguiló Alonso y Ramón de la Mata Gorostizaga*. Madrid, España: Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos.

AMN 2011\139 [Ayuntamiento de la Comunidad de Madrid] Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior. 30 de enero de 2009 (Última actualización publicada el 08 de abril de 2011).

Asensio, L. (2022) "Crisis de Identidad (gráfica)" en *Cran 1# Tipografía de calle* (Moyano, A. (ed.)) nº1, p. 14.

Asensio, L., Chacón, M., Gil, J. I. y De Miguel, C. (2022) *Valladolid con carácter*. Ayuntamiento de Valladolid.

Atxaga Arnedo, K. (2007) *Tipografía popular urbana: los rótulos del pequeño negocio en el paisaje de Bilbao*. Tesis Doctoral. Comunicación audiovisual y publicidad. Universidad del País Vasco.

Ayuntamiento de Madrid (s. f.) Señalización e Identificación de Actividades y Establecimientos en la Nueva Ordenanza Reguladora de Publicidad Exterior de Madrid (refiriéndose a la aprobada el 30 de enero de 2009) [Folleto Informativo] https://sede.madrid.es/UnidadWeb/UGNormativas/Normativa/2009/ficheros/FolletoOrdenanzaPubli.pdf.

Baines, P. y Dixon, C. (1999) *Signs: Lettering in the Environment*. 1ª edición, Laurence King [Traducción castellana: (2004) *Señales: Rotulación en el entorno*. Art Blume, S.L.].

Berger, J. (1972) *Ways of Seeing*. Londres, British Broadcast y Penguin Books [Traducción castellana: (2019) *Modos de ver*. 3ª ed. 8ª tirada, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili].

Cogollos, J. N. (2010) *La Gráfica Comercial del entorno europeo: interferencias en el plano sociocultural y artístico* Tesis doctoral. Facultad de Bellas Artes de San Carlos. Universidad Politécnica de Valencia.

Campos, C. (2021) *Rótulos Chuléricos de Jaén*. Proyecto Fin de Máster. Máster Universitario en Investigación y Educación Estética: artes, música y diseño. Universidad de Jaén.

Comisión de Planeamiento y Coordinación del Área Metropolitana (Madrid) (1983) Carabanchel Madrid, La Comisión, D.L.

Esteban Maluenda, I., (2017) *Tipografías construidas. Usos simbólicos y expresivos de la escritura en la arquitectura contemporánea*. Tesis Doctoral E.T.S. Arquitectura (UPM).

González Díez, L. y Tabuenca Bengoa, M. (2015) Madrid Tipográfico. Un recorrido ilustrativo por la rotulación de la Gran Vía" en *Arte y Ciudad - Revista de Investigación* N° 7. pp. 27-46.

González Riaza (2016) *La ciudad escrita. Propuesta de un modelo de inventario y difusión colectiva de la gráfica en el espacio público a través de Internet*. Tesis Doctoral. Facultad de Bellas Artes. Universidad Complutense de Madrid.

González Solas, J. (2013). "Ciudad escrita: números y letras sobre la ciudad" en Arte y ciudad - Revista de investigación, n° 3 pp. 91 - 101

González Solas, J. (2008) "Escrito sobre la ciudad" en Revista: Pensar la publicidad, vol. 2 n°3, pp. 37-62.

Hernández Medina, C. E. (2021). "Mediascape: desvanecimiento del significado en el espacio de consumo." Proyecto Fin de Carrera / Trabajo Fin de Grado, E.T.S. Arquitectura (UPM).

Koeck, R. y Warnaby, G. (2014) "Outdoor advertising in urban context: spatiality, temporality and individuality" en Journal of Marketing Management, 30 issue, Nos. 13–14, pp. 1402–1422.

López Méndez, L. y Ruiz de Infante, J. (2021) "Safari tipográfico: La tipografía como recurso didáctico para la comunicación en la docencia online y aprendizaje del Diseño" en ArDIn. Arte, Diseño e Ingeniería n° 10, pp. 70 - 91.

Moreno Rosell, L. (2020) *Ciudad Visual. Taxonomía del tejido urbano-gráfico de Lavapiés*. Proyecto Fin de Carrera/Trabajo Fin de Grado. E.T.S. Arquitectura (UPM).

Nanclares Da Veiga, A. (2021) "La Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico se moviliza por la conservación de la memoria urbana colectiva" en *Revista PH Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* n.° 103. pp. 2-4.

Ordenanza de Publicidad [Ayuntamiento de Sevilla] Ordenanza Municipal de Publicidad, del 17 de febrero de 2022, Boletín 52.

Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior [Ayuntamiento de Murcia] Ordenanza Municipal de Publicidad Exterior, publicada el 1 de agosto de 2012 en el BORM n°177 (rectificada el 9 de mayo de 2015, BORM n°105) .

Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior [Ayuntamiento de La Coruña] publicada el 30 de enero de 1988, BOP n°24.

Sánchez, A. (2005) *Barcelona gráfica*. Editorial GG.

Sánchez López, R. J. (2019) *La publicidad en las calles de Sevilla. Un paseo por los rótulos de los establecimientos sevillanos*. Proyecto Fin de Carrera/Trabajo Fin de Grado. Universidad de Sevilla.

Satué, E. (2012) *El diseño gráfico hasta nuestros días*. 2ª edición. Alianza Editorial, Madrid.

Satué, E. (2001) *El paisaje comercial de la ciudad.* Ediciones Paidós, Barcelona.

Sudjic, D. (2017) *El lenguaje de las ciudades*. Editorial Ariel, Barcelona.

Venturi, R., Izenour, S. y Brown, D. S. (1972) *Learning from Las Vegas*, Cambridge MA: MIT Press. [Traducción castellana: (1982) *Aprendiendo de Las Vegas. El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. 2ª Edición ampliada. Colección Punto y Línea].

Ruiz Colmenar A. (2022) "Changing Chicago. Richard Nickel y su mirada fotográfica sobre el patrimonio en peligro" en *ArDin. Arte, Diseño e Ingeniería* nº 11 (pp. 131-161).

Martín Lou, M. A. (1980) "Vista Alegre" en *Madrid* (Álvarez Terán, M.C.) 2ª edición. Madrid, Espasa Calpe.

Moreno Jimenez, A. (1986) *La estructura urbana en la periferia de Madrid, Carabanchel*. Madrid: Universidad Autónoma, Departamento de Geografía General.

Sánchez Molledo, J. M. (2022) *Carabanchel. Un distrito con historia*. 8ª edición. Madrid, Ediciones La Librería.

WEBGRAFÍA

Ajuntament de Barcelona. Comercio. Establecimientos emblemáticos. https://ajuntament.barcelona.cat/comerc/es/fomento-del-comercio/establecimientos-emblematicos [Consultado el día 6 de febrero de 2023]

Ayuntamiento de Madrid. El municipio en cifras. Barrio Vista Alegre http://portalestadistico.com/municipioencifras/default.aspx?pn=madrid&pc=ZTV21&idp=34&idpl=1328&idioma= [Visitado el 12 de febrero de 2023]

Ayuntamiento de Madrid. Banco de Datos del Ayuntamiento de Madridhttps://www-s.madrid.es/CSEBD_WBINTER/arbol.html [Visitado el 12 de febrero y 26 de abril de 2023]

Begué, A. (28 de agosto de 2022) "Zaragoza Letters o cómo preservar el patrimonio gráfico y visual de la ciudad". *Aragón Noticias*. https://www.cartv.es/aragonnoticias/aragon/zaragoza-letters-o-como-preservar-el-patrimonio-grafico-y-visual-de-la-ciudad-12852 [Consultado el día 6 de febrero de 2023]

Belver, M. (7 de noviembre de 2013) "El Ayuntamiento indulta la botella de Schweppes de la Gran Vía". *El Mundo* https://www.elmundo.es/madrid/2013/11/07/527b87e5684341a8158b4579.html [Consultado el día 6 de febrero de 2023]

Brascia, C. A. (25 de enero 2022) "Los rótulos que recuperan la historia comercial de Madrid" *El País*

https://elpais.com/espana/madrid/2022-01-25/los-rotulos-que-recuperan-la-historia-comercial-de-madrid.html [Consultado el día 7 de abril de 2022]

Buchstaben Museum (s. f) https://www.buchstabenmuseum.de/ [Consultado el día 6 de febrero de 2023]

Centenarios Madrid. (s. f.) https://comercioscentenariosdemadrid.es/ [Consultado los días 5 y 20 de febrero de 2023]

Consejería de Turismo, Cultura y Deporte (2022) Jornadas Europeas de Patrimonio 2022: Patrimonio sostenible [Programa de actividades] https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/inline-files/2022/09/6_%20Ja%C3%A9n_JEP22.pdf [Consultado los días 7 de febrero y 13 de abril de 2023]

Cinemajove. TiposQueImportan. (s. f.) https://www.cinemajove.com/pelicula/tipos-que-importan/ [Consultado el día 13 de abril de 2023]

Díez Martínez, D. (13 de agosto de 2022) "El cementerio de los rótulos olvidados: voluntarios al rescate del imaginario del pequeño comercio español" *El País* https://elpais.com/icon-design/2022-08-13/el-cementerio-de-los-rotulos-olvidados-voluntarios-al-rescate-del-imaginario-del-pequeno-comercio-espanol.html [Consultado los días 23 y 24 de enero y 10 de abril de 2023]

Durán Rodríguez, J. (18 de mayo de 2019) "Carabanchel, el Madrid que resiste al otro lado del río" *ElSalto Diario* https://www.elsaltodiario.com/barrios/carabanchel-el-madrid-que-resiste-al-otro-lado-del-rio [Consultado los días 15 de febrero, 29 de marzo, 24 de abril y 3 de mayo de 2023]

Echagüe, J. V. (28 de noviembre de 2022) "El mapa del juego en Madrid: el barrio de Carabanchel con más salas de apuestas que todo Retiro" *La Razón* https://www.larazon.es/madrid/20221128/ylntb7skobbfljb6v3z67infdy.html [Consultado los días 9, 16 y 21 de febrero de 2023]

ElDiariocv (30 de junio de 2021) "Juan Nava presenta sus letras encontradas y recuperadas en València" *ElDiario* https://www.eldiario.es/comunitat-valenciana/eldiario-de-la-cultura/juan-nava-presenta-letras-encontradas-recuperadas-valencia_132_8091881.html [Consultado los días 6 de febrero y 13 de abril de 2023]

ElDiarioex (21 de noviembre de 2021) "Bien cultural para los 21 murales de Nitrato de Chile localizados en Extremadura, pide Adenex" *ElDiario* https://www.eldiario.es/extremadura/cultura/cultural-21-murales-nitrato-chile-localizados-extremadura-pide-adenex_1_8509303.html [Consultado el día 6 de febrero de 2023]

Europa Press Madrid (3 de febrero de 2010) "El Ayuntamiento ha retirado ya 223 soportes publicitarios que no cumplían las exigencias de la nueva Ordenanza" *Europa Press* https://www.europapress.es/madrid/noticia-ayuntamiento-retirado-ya-223-soportes-publicitarios-no-cumplian-exigencias-nueva-ordenanza-20100203121436.html [Consultado los días 23 y 24 de enero y 6 de febrero de 2023]

Graffica (s. f.) Letras recuperadas.
https://graffica.info/tienda/letras-recuperadas-juan-nava/ [Consultado el día 20 de marzo de 2023]

Jaén24h. "Exposición. Rótulos Chuléricos de Jaén"
https://www.jaen24h.com/eventos/exposicion-rotulos-chulericos-de-jaen
[Consultado los días 6 de febrero, 13 de abril y 3 de mayo de 2023]

Juan Nava (s. f.) *Itinerarios Gráficos*.
https://www.juan-nava.com/itinerarios-tipograficos/ [Consultado los días 20 de marzo y 13 de abril de 2023]

Juan Nava (s. f.) *Letras Recuperadas*.
https://www.juan-nava.com/letrasrecuperadas/ [Consultado los días 27 de abril, 10 de mayo y variados días de octubre de 2022 y 4 y 6 de febrero, 20 de marzo y 13 de abril de 2023]

Juan Nava (s. f.) *Info*. https://www.juan-nava.com/info-letras/ [Consultado el día 20 de marzo de 2023]

La Casa Encendida. (s. f.) *Los Rótulos de Paco Graco*
https://www.lacasaencendida.es/exposiciones/los-rotulos-de-paco-graco?eventId=2100 [Consultado el día 3 de mayo de 2023]

Más Madrid. (s. f.) *Cuidar Madrid*
https://masmadrid.org/cuidar-madrid-catalogar-su-patrimonio-cultural-natural-y-urbano/ [Consultado los días 15 y 22 de enero, 6 y 9 de febrero y 10 de abril de 2023]

Matt Siber (s. f) https://siberart.com/ [Consultado los días 20 de noviembre de 2022 y 9 de enero y 15 de abril de 2023]

Matt Siber. FLOATING LOGOS (2003-2008) (s. f.)
https://www.siberart.com/floating-logos [Consultado los días 20 de noviembre de 2022 y 9 de enero y 15 de abril de 2023]

Matt Siber. THE UNTITLED PROJECT (2002-2010) (s. f.)
https://www.siberart.com/the-untitled-project [Consultado los días 20 de noviembre de 2022 y 9 de enero y 15 de abril de 2023]

Moliz, A. (9 de noviembre 2020) "Rótulos 'Chuléricos' de Jaén: Una defensa visual del comercio de barrio" *Rayitas azules*
https://www.rayitasazules.com/rotulos-chulericos-de-jaen-una-defensa-visual-del-comercio-de-barrio/ [Consultado los días 4 y 6 de febrero, 13 de abril y 3 de mayo de 2023]

Noticias del Ayuntamiento de Madrid (26 de enero de 2021) "El Ayuntamiento declara a los restaurantes centenarios espacios culturales y turísticos de interés general"
https://diario.madrid.es/blog/notas-de-prensa/el-ayuntamiento-declara-a-los-restaurantes-centenarios-espacios-culturales-y-turisticos-de-interes-general/
[Consultado los días 15 y 22 de enero, 6 de febrero y 13 de abril de 2023]

Gil, M. (1 de mayo de 2022) "Identifican 107 rótulos históricos en València que deben ser protegidos por su antiguedad o importancia patrimonial" *Cadena*

Ser
https://cadenaser.com/2022/05/01/identifican-107-rotulos-historicos-en-valencia-que-deben-ser-protegidos-por-su-antiguedad-o-importancia-patrimonial/ [Consultado los días 27 de abril y 10 de mayo de 2022 y 4 y 6 de febrero, 20 de marzo y 13 de abril de 2023]

Olaizola, B. (8 de febrero de 2023) "Tras el rótulo estridente que escandaliza en Madrid: ¿quién protege la estética de la ciudad?" *El País* https://elpais.com/espana/madrid/2023-02-08/tras-el-rotulo-estridente-que-escandaliza-en-madrid-quien-protege-la-estetica-de-la-ciudad.html [Consultado los días 13 y 15 de abril de 2023]

Paco Graco (s. f.) https://pacograco.org/ [Consultado variados días de los meses de abril, mayo y octubre de 2022]

Paco Graco (s. f.) *Mapa* https://pacograco.org/mapa/ [Consultado variados días de los meses de abril, mayo y octubre de 2022]

Pérez, A. y Somos Tetuán. (17 de enero de 2023) "Patrimonio obliga a retirar el clásico letrero de Curtidos Baranda de la calle Santa Isabel" ElDiario https://www.eldiario.es/madrid/somos/lavapies/noticias/patrimonio-obliga-retirar-clasico-letrero-curtidos-baranda-calle-santa-isabel_1_9871807.html [Consultado los días 5 de febrero y 13 de abril de 2023]

Plentzia Telebista - Ptb. (15 de enero de 2021) Recuperación de rótulos comerciales de Plentzia (Vídeo) https://www.youtube.com/watch?v=1ZI3Dm6h1Mg [Consultado los días 6 de febrero y 13 de abril de 2023]

Portal Web del Ayuntamiento de Madrid (30 de marzo de 2021). "Los establecimientos centenarios de Madrid, declarados espacios de especial significación ciudadana e interés general para la ciudad" https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Actualidad/Noticias/Los-establecimientos-centenarios-de-Madrid-declarados-espacios-de-especial-significacion-ciudadana-e-interes-general-para-la-ciudad/?vgnextfmt=default&vgnextoid=4294cfbd11388710VgnVCM2000001f4a900aRCRD&vgnextchannel=a12149fa40ec9410VgnVCM100000171f5a0aRCRD [Consultado los días 15 y 22 de enero, 6 de febrero y 13 de abril de 2023]

Portal Web del Ayuntamiento de Madrid. (3 de febrero de 2010) "Madrid reduce la mancha publicitaria" https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Actualidad/Noticias/Madrid-reduce-la-mancha-publicitaria/?vgnextfmt=default&vgnextoid=b097845515396210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vgnextchannel=a12149fa40ec9410VgnVCM100000171f5a0aRCRD [Consultado los días 15 y 22 de enero y 6 de febrero de 2023]

Portal Web del Ayuntamiento de Madrid. (30 de marzo de 2021) "Los establecimientos centenarios de Madrid, declarados espacios de especial significación ciudadana e interés general para la ciudad" https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Actualidad/Noticias/Los-establecimientos-centenarios-de-Madrid-declarados-espacios-de-especial-significacion-ciudadana-e-interes-general-para-la-ciudad/?vgnextfmt=default&vgnextoid=4294cfbd11388710VgnVCM2000001f4a900aRCRD&vgnextchannel=a12149

fa40ec9410VgnVCM100000171f5a0aRCRD [Consultado el día 6 de febrero de 2023]

Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico. (s. f.) http://patrimoniografico.org/ [Consultado variados días de los meses de abril, mayo y octubre de 2022 y los días 4 y 5 de febrero y 10 de abril de 2023]

Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico. (s. f.) *Cómo colaborar*. http://patrimoniografico.org/como-colaborar[Consultado variados días de los meses de abril, mayo y octubre de 2022 y los días 4 y 5 de febrero y 10 de abril de 2023]

Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico. (s. f.) *Quiénes Somos* http://patrimoniografico.org/quienes-somos [Consultado variados días de los meses de abril, mayo y octubre de 2022 y los días 4 y 5 de febrero y 10 de abril de 2023]

Red Patrimonio Gráfico. (6 de diciembre de 2020) Relaciones institucionales. 1er Encuentro de la Red ibérica en defensa del patrimonio gráfico. (Vídeo) https://www.youtube.com/watch?v=9JXf4dccTdQ&t=2102s [Consultado los días 6 de febrero y 13 de abril de 2023]

Red Patrimonio Gráfico (6 de diciembre de 2020) Grupos de Trabajo. 1er Encuentro de la Red ibérica en defensa del patrimonio gráfico. (Vídeo) https://www.youtube.com/watch?v=AdExuji2Bg8&t=306s [Consultado los días 6 de febrero y 13 de abril de 2023]

REDACCIÓN (6 de noviembre de 2022). "Salvar los rótulos comerciales para no olvidar la historia de Madrid". *Telemadrid*. https://www.telemadrid.es/programas/telenoticias-fin-de-semana/Salvar-los-rotulos-comerciales-para-no-olvidar-la-historia-de-Madrid-2-2503269659--20221106033519.html [Consultado el día 20 de noviembre de 2022]

Redacción Fin de Semana (9 de agosto de 2020) "Los rótulos, un arte protegido" *Cope* https://www.cope.es/programas/fin-de-semana/noticias/los-rotulos-arte-protegido-20200809_850452 [Consultado el día 20 de noviembre de 2022]

Redacción (7 de junio de 2022) "Extremadura quiere proteger los azulejos de Nitrato de Chile" *Cadena Ser* https://cadenaser.com/extremadura/2022/06/07/extremadura-quiere-proteger-los-azulejos-de-nitrato-de-chile-ser-caceres/ [Consultado los días 10, 11 y 13 de abril de 2023]

Rótulos Chuléricos Jaén (s. f.) (Cuenta de Instagram) https://www.instagram.com/rotulos_chulericos_jaen/ [Consultado variados días de enero, febrero y marzo de 2023]

RTVE (15 de octubre de 2021) "Carteles de antiguos negocios para salvar la vida de barrio" (Audio) https://www.rtve.es/play/audios/24-horas/carteles-antiguos-negocios-para-salvar-vida-barrio/6139401/ [Consultado el día 4 de febrero de 2023]

RTVE play (s. f) "Rescatadores de rótulos" [Vídeo]

https://www.rtve.es/play/videos/la-aventura-del-saber/aventura-del-saber-rescatadores-rotulos/5837012/ [Consultado el día 4 de febrero de 2023]

Santatipo. (s. f.) https://www.santatipo.es/ [Consultado los día 15 y 16 de enero y 20 de marzo de 2023]

Satantito. (s. f.) *Rótulos de Santander*. https://www.santatipo.es/rotulos/ [Consultado los día 15 y 16 de enero y 20 de marzo de 2023]

Somos Tetuán (18 de diciembre de 2022) "Asociaciones de Tetuán denuncian la estridente fachada de una franquicia en un edificio protegido" *El Diario* https://www.eldiario.es/madrid/somos/tetuan/asociaciones-tetuan-denuncian-estridente-fachada-franquicia-edificio-protegido_1_9785527.html [Consultado el día 6 de febrero de 2023]

TiposQueImportan. (s. f.) https://www.tiposqueimportan.com/ [Consultado variados días de los meses de mayo, septiembre y octubre de 2022 y los días del 15 enero y 11 y 13 de abril de 2023]

TiposQueImportan. (s. f.) *Archivo*.
https://www.tiposqueimportan.com/archivo/?view=list [Consultado variados días de los meses de mayo, septiembre y octubre de 2022]

TiposQueImportan (12 de enero de 2021) Ellas mandaban en los 70. Son la letra americana, la letra al aire y la letra tipo. *TiposQueImportan. Historias* https://www.tiposqueimportan.com/historias/ricardo-moreno-penarocha-una-vida-dedicada-al-pincel/ [Consultado los días 11 y 13 de abril de 2023]

TiposQueImportan (1 de junio de 2021) Cuando el vinilo dejó de lado a la artesanía. *TiposQueImportan. Historias*
https://www.tiposqueimportan.com/historias/miguel-calpe-catalan-vivi-de-esto-hasta-que-me-cai-de-la-escalera/ [Consultado los días 11 y 13 de abril de 2023]

Valladolid con carácter. (s. f.) https://www.valladolidconcaracter.es/ [Consultado el día 15 de enero, 20 de marzo y 13 de abril de 2023]

Valladolid con carácter. (s. f.) *Categorías*
https://www.valladolidconcaracter.es/categorias/ [Consultado el día 15 de enero, 20 de marzo y 13 de abril de 2023]

Valladolid con carácter. (s. f.) *Mapa*
https://www.valladolidconcaracter.es/mapa/ [Consultado el día 15 de enero, 20 de marzo y 13 de abril de 2023]

Valladolid con carácter. (s. f.) *Expo 2018*
https://www.valladolidconcaracter.es/expo-2018/ [Consultado el día 15 de enero, 20 de marzo y 13 de abril de 2023]

Valladolid con carácter. (s. f.) *Libro* https://www.valladolidconcaracter.es/libro/ [Consultado el día 15 de enero, 20 de marzo y 13 de abril de 2023]

World Design Capital Valencia 2022. (2 de julio de 2021) "TiposQueImportan, un proyecto para proteger y difundir el patrimonio gráfico urbano" https://www.wdcvalencia2022.com/es/proyectos/tiposqueimportan-un-proyecto

-para-proteger-y-difundir-el-patrimonio-grafico-urbano/ [Consultado el día 13 de abril de 2023]

World Design Capital Valencia 2022 (23 de junio 2021) "TiposQueImportan: el diseño de barrio reclama su lugar desde València [Video] https://www.youtube.com/watch?v=oHJiCjAWPiE [Consultado el día 13 de abril de 2023]

Written World (s. f.) http://writtenworld.org/ [Consultado los días de 6 de febrero, 20 de marzo, 10 y 11 de abril de 2023]

ÍNDICE DE IMÁGENES

FIGURA 1: Ramírez, E. (2023) Banderín del taller *S.Bravo*, situado en la calle de Bernardina Aranguren.

PRIMERA PARTE

FIGURA 2: Ramírez, E. (2023) Banderín *Sala de Ensayos*, situado en la calle de Dolores Armengot.

FIGURA 3: Ramírez, E. (2023) Rótulo de la tienda de ropa *Bottone*, situado en la calle de Nuestra Señora de Fátima.

FIGURA 4: Ramírez, E. (2023) Rótulo en coronación del bar *Dany's*, situado en la calle Camarena (barrio Aluche, distrito de La Latina).

FIGURA 5: Satué, E. (2001) Banderín enseña colgante. Extraído de *El paisaje comercial de la ciudad*, p. 25.

FIGURA 6: Ramírez, E. (2023) Banderín *Fotocopias* de la papelería *Tizas91*, situado en la calle de Nuestra Señora de Valvanera.

FIGURA 7: Ramírez, E. (2023) Detalle de la "R" del rótulo de la tienda *Jofer Decoración*, situado en la calle de Vía Carpetana.

FIGURA 8: Ramírez, E. (2023) Banderín del taller *Artosa*, situado en la calle del Pinzón.

FIGURA 9: Ramírez, E. (2023) Rótulo del bazar *Plaza China*, situado en la calle de Nuestra Señora de Fátima.

FIGURA 10: Ramírez, E. (2023) Rótulo del bar *La Cortá*, situado en la calle de La Oca.

FIGURA 11: Ramírez, E. (2023) Rótulo luminoso de la tienda de zapatos *Maribel*, situado en la calle de La Oca.

FIGURA 12: Ramírez, E. (2023) Restos de un rótulo del negocio de mecánica *Firestone*, situado en el interior de la zona de párking del Centro de Salud de Nuestra Señora de Fátima.

FIGURA 13: Ramírez, E. (2023) Banderín del centro dental *Muelitas*, situado en la calle de Nuestra Señora de Fátima.

FIGURA 14: Ramírez, E. (2023) Banderín del bar *Salsería*, situado en la calle de Vía Carpetana.

FIGURA 15: Ramírez, E. (2023) Rótulo de la relojería y joyería *Galan*, situado en la Calle del Halcón.

FIGURA 16: Ramírez, E. (2023) Banderín del restaurante chino *Oriente City*, situado en la calle de Nuestra Señora de Fátima.

FIGURA 17: Ramírez, E. (2023) Rótulo de una farmacia situada en la calle del Parque de Eugenia de Montijo.

FIGURA 18: Ramírez, E. (2023) Banderín de una clínica dental situada en el Paseo de Marcelino Camacho.

FIGURA 19: Ramírez, E. (2023) Banderín del bar *Eume*, situado en la calle del Parque de Eugenia de Montijo.

FIGURA 20: Ramírez, E. (2023) Banderín de la cerrajería *Gerpin*, situado en la calle Calle de Juanita.

FIGURA 21: Ramírez, E. (2023) Rótulo de la tienda de persianas *El Cuarterón*, situado en la calle Vía Carpetana.

FIGURA 22: Ramírez, E. (2023) Rótulo del bar *La Vasija*, situado en la calle de Tucán.

FIGURA 23: Ramírez, E. (2023) Rótulo de un local de certificados psicotécnicos, situado en la calle San Sinesio.

FIGURA 24: Ramírez, E. (2023) Rótulo de un local de apuestas que utiliza la franquicia *VERSUS*, situado en el Paseo de Marcelino Camacho.

FIGURA 25: Ramírez, E. (2023) Rótulo de la asesoría china *Artifex Solución,* situado en la calle Alondra.

FIGURA 26: Ramírez, E. (2023) Banderín del bar *Pemar*, situado en el Paseo de Marcelino Camacho.

FIGURA 27: Ramírez, E. (2023) Rótulo de un local de alimentación situado en la calle del Parque de Eugenia de Montijo.

FIGURA 28: Ramírez, E. (2023) Rótulo de un negocio anterior sirviendo como soporte para el actual, un local de alimentación, ambos situados en la calle Alondra.

FIGURA 29: Ramírez, E. (2023) Banderín del negocio de instalaciones *Ramos Novillo*, situado en la calle de Jacobinia.

FIGURA 30: Siber, M. (2002-2010) *Untitled Project*, imagen extraída de https://www.siberart.com/the-untitled-project

FIGURA 31: Venturi, R., Izenour, S. y Brown, D. S. (1972) Ilustración obtenida de la versión en español *Aprendiendo de Las Vegas* (1982), pág. 194

FIGURA 32: De Marco, T. (2007) Fotografía de la serie *São Paulo With Logo - Underground Visual Pollution,* extraída del enlace: https://www.flickr.com/photos/tonydemarco/482785695/in/album-72157600075508212/

FIGURA 33: Pezzullo, M. (2023) Fotografía del rótulo de *Curtidos Baranda* siendo retirado. Imagen extraída del enlace: https://www.eldiario.es/madrid/somos/lavapies/noticias/patrimonio-obliga-retirar-clasico-letrero-curtidos-baranda-calle-santa-isabel_1_9871807.html

FIGURA 34: (Imagen atribuida al contacto @sarimacos) (2023) Fotografía del local de la franquicia *Factory Colchón,* ubicado en el Paseo Bravo Murillo, limpiando su fachada de los colores nuevos. Imagen extraída del enlace: https://www.eldiario.es/madrid/somos/tetuan/presion-popular-denuncias-desaparecer-fachada-estridente-colchoneria-tetuan_1_9865974.html

FIGURA 35: (Imagen atribuida a EFE) (2022) Rótulo de *Schweppes*. Imagen extraída del enlace: https://www.telemadrid.es/noticias/madrid/El-neon-de-Schweppes-cumple-medio-siglo-iluminando-la-Gran-Via-0-2471752804--20220724095138.html

FIGURA 36: (N.S) (2014) Rótulo de *Tío Pepe*. Imagen extraída del enlace: https://vramon1958.wordpress.com/2014/04/25/el-tio-pepe-y-la-puerta-del-sol/

FIGURA 37: Svensson, X. H (2010) Rótulo de *BBVA*. Imagen extraída del enlace: https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=10776488

FIGURA 38: (N.S) (2022) Rótulo de *Nitrato de Chile*. Imagen extraída del enlace: https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/extremadura-quiere-proteger-los-paneles-de-nitrato-de-chile

FIGURA 39: Maestro, M. (2021) El rotulista Ricardo Moreno dibujando lo que se conoce como “letra americana". Imagen extraída del enlace: https://www.tiposqueimportan.com/historias/ricardo-moreno-penarocha-una-vida-dedicada-al-pincel/

FIGURA 40: (N.S) Dos personas desmontando un banderín. Imagen extraída del enlace: http://patrimoniografico.org/como-colaborar

FIGURA 41: Nava, J. (2023) Fotografía del rótulo *May Perfumería* (La Coruña) y su redibujado. Imagen extraída del enlace: https://www.juan-nava.com/letras/may-perfumeria-regalos-%c2%b7-bisuteria-santiago-de-compostela-la-coruna/

FIGURA 42: Valladolid con Carácter (s. f.) Algunas de las categorías establecidas por el proyecto *Valladolid con Carácter* para clasificar los rótulos: Inline, Outline, Slab Serif, Gordonchas, Fantasía, Integradas, Art Decó, Contraste-Invertido. Imagen extraída del enlace: https://www.valladolidconcaracter.es/categorias/

FIGURA 43: Gráfico que indica los porcentajes del tipo de labor que realizan los Instagram estudiados en materia de salvaguarda de la rotulación comercial. Elaboración propia.

FIGURA 44: Gráfico que indica los porcentajes del empleo del hashtag #patrimoniografico en las cuentas de Instagram estudiadas. Elaboración propia.

SEGUNDA PARTE

FIGURA 45: Gráfico que indica los porcentajes del tipo de negocios que alberga el grupo G (Actividades de comercio al por mayor, al por menor y aquellas de reparación de vehículos de motor y motocicletas). Elaboración propia.

FIGURA 46: Gráfico que indica los porcentajes del tipo de negocios que alberga el grupo I (Hostelería). Elaboración propia.

FIGURA 47: Gráfico que indica los porcentajes del tipo de negocios que alberga el grupo S (Otros servicios). Elaboración propia.

FIGURA 48: Ramírez, E. (2023) Fotografía de la casa de apuestas *Regama Sportium,* situada en la calle de Castrojeriz.

FIGURA 49: Ramírez, E. (2023) Fotografía del banderín del restaurante chino *Sakura & Telechina*, situado en la calle Ramón Sainz.

FIGURA 50: Ramírez, E. (2023) Conjunto de locales del barrio de Vista Alegre. De Arriba a abajo: ZonaMovil (calle de la Oca) Pan (calle de Saturnino Tejera), La Gallega (calle del Espinar), TIERRA (calle Hermanas Alonso Barceló), Electricidad Morala (calle Ramón Sainz) Bar Pocitos (calle de Tucán) y Doner Kebab (calle Matilde Hernández).

FIGURA 51: Ramírez, E. (2023) Conjunto de locales del barrio de Vista Alegre. De Arriba a abajo: Bar *La Perdiz* (calle Albatros), *Imprenta* (calle de Camichi), carnicería *La Calidad* (calle de la Oca), Abogados *Rafael Serrano* (calle de Ramón Sainz), *McDonalds* (Paseo de Marcelino Camacho), restaurante chino *Feiteng* (calle Eduardo Morales) y frutos secos *Hermanos Ortiz Sanz* (calle de La Laguna).

FIGURA 52: Ramírez, E. (2023) Restos en la fachada de un edificio de un rótulo desaparecido, situado en la calle de La Laguna con la calle de la Oca.

FIGURA 53: Ramírez, E. (2023) Uno de los cinco rótulos de la tienda *Lámparas Carrasco*, situado en la calle del Espinar con la Avenida Nuestra Señora de Fátima.

FIGURA 54: Ramírez, E. (2023) Conjunto de banderines situados en la calle de Ramón Sainz.

FIGURA 55: Ramírez, E. (2023) Banderín de la *Joyería Onix* y la tienda de ropa colombiana *Yeya y Peruchito*, situados en la calle de la Oca.

FIGURA 56: Ramírez, E. (2023) Rastro de unas letras situadas debajo de la fachada del negocio anterior, *Donde Lola*. En ellas, se puede leer "MOMIX". Local situado en la calle de Monseñor Oscar Romero.

FIGURA 57: Ramírez, E. (2023) Rótulo de la sala de conciertos *Sala Live!!*, situada en la Avenida Nuestra Señora de Fátima.

FIGURA 58: Ramírez, E. (2023) Varios rótulos del bar *El Gancho* de noche, situado en la Calle de Camichi.

FIGURA 59: Satué, E. (2001) Recomendación de combinaciones cromáticas que permiten distinción y sobriedad a los rótulos comerciales. Imagen extraída de *El paisaje comercial de la ciudad*, p. 86.

FIGURA 60: Gráfico que indica el tipo de negocios que se encuentran en el barrio, señalados en porcentajes. Elaboración propia.

FIGURA 61: Gráfico que indica el tipo de rótulos que tienen instalados los negocios estudiados, señalados en porcentajes. Elaboración propia.

FIGURA 62: Gráfico que indica la tipografía empleada en los rótulos del barrio, señalados en porcentajes. Elaboración propia.

FIGURA 63: Gráfico que indica la combinación cromática utilizada en los rótulos del barrio, señalados en porcentajes. Elaboración propia.

FIGURA 64: Gráfico que indica si los rótulos estudiados siguen las recomendaciones cromáticas establecidas por Enric Satué, señalados en porcentajes. Elaboración propia.

FIGURA 65: Gráfico que indica el material principal de los rótulos del estudio, señalados en porcentajes. Elaboración propia.

FIGURA 66: Gráfico que indica si los rótulos del barrio presentan o no rasgos distintivos que los hagan destacar, señalados en porcentajes. Elaboración propia.

FIGURA 67: Composición gráfica de rótulos del barrio vectorizados. Elaboración propia.

FIGURA 68: Composición gráfica de rótulos del barrio vectorizados. Elaboración propia.

FIGURA 69: Composición gráfica de rótulos del barrio vectorizados. Elaboración propia.

ANEXOS

Anexo 1. La definición y clasificación del rótulo comercial en las Ordenanzas Municipales seleccionadas

A continuación, se expondrán cinco Ordenanzas Municipales de ciudades de España con el fin de observar cómo cada una de ellas desarrolla la definición y clasificación de lo que puede considerarse como "rótulo" o señal de identificación de un negocio. Exclusivamente se señalará su clasificación y definición por lo que otra información como la regulación será omitida, puesto que cada ciudad adecuará las medidas a sus circunstancias urbanísticas.

a. Ordenanza Reguladora de Publicidad Exterior de Madrid, de 30 de enero de 2009.

Artículo 5. Clases y características de los soportes publicitarios.

1. Los soportes publicitarios se clasifican en función de los materiales utilizados y su relación con la luz sin que ambos grupos sean excluyentes entre sí.

a) En relación a los materiales utilizados se distingue entre:

- Soportes rígidos: son todos aquellos que no son flexibles.
- Soportes flexibles: son aquellos realizados con materiales textiles, plastificados o cualquier otro de textura flexible o blanda.

b) En relación a la luz se distingue entre:

- Soportes opacos: son aquellos que no permiten el paso de la luz.
- Soportes iluminados: son los soportes opacos que reciben la luz indirectamente o por proyección.
- Soportes luminosos o retroiluminados: son aquellos que proyectan la luz desde su interior

Artículo 13. Tipos de instalaciones en edificios.

1. A efectos de esta Ordenanza, se distinguen dos clases de soportes, los publicitarios y los de identificación o señalización de actividades y establecimientos.

2. Los edificios podrán ser utilizados como emplazamientos para la instalación de los siguientes soportes publicitarios:

a) Rótulos de publicidad en coronación de edificios.

b) Publicidad en paredes medianeras.

c) Superficies publicitarias sobre fachadas

Artículo 15. Características (del rótulo en coronación).

2. Las superficies publicitarias en coronación de edificios deberán ser construidas con elementos sueltos -letras y logotipos- (...).

3. Sólo podrá instalarse el soporte publicitario sobre la coronación de la última planta de cada edificio, entendiendo ésta como el plano del peto de protección de cubierta, o en su defecto, el de la cara superior del remate del forjado de la última planta, cuando la cubierta carezca de utilización, a excepción de las instalaciones generales del edificio tales como equipos de aire acondicionado, casetas de ascensores, tendederos o antenas.

Artículo 29. Características generales de los elementos de identificación.

1. Son elementos de señalización e identificación aquellos que tienen por fin exclusivo la localización de actividades y establecimientos.

Artículo 30. Muestras.

Son los carteles paralelos al plano de fachada del local, realizados en cualquier clase de material rígido, situados en planta baja y primera de los edificios pudiendo ser opacas o contar con iluminación.

Artículo 31. Muestras opacas.

(...)

Artículo 32. Muestras con iluminación.

(...)

Artículo 33. Banderines

Son los carteles perpendiculares al plano de fachada del local realizados con cualquier clase de material rígido.

Artículo 34. Toldos y otros elementos flexibles y banderolas.

1. Toldos y otros elementos flexibles

   (...) Los toldos se realizarán con materiales flexibles, no admitiéndose rígidos, rectos o fijos. (...)

2. Banderolas.

   Se podrán instalar banderolas, realizadas en lonas, telas plastificadas, materiales textiles u otra clase de elementos flexibles, en toda clase de edificios.

b. Ordenanza Municipal sobre Publicidad de Valencia, modificada y rectifivada el 21 de septiembre de 2005.

Artículo 4. Publicidad estática

Dentro de la publicidad estática se establecen las siguientes modalidades:

- Vallas publicitarias
- Carteles
- Banderolas y Pancartas
- Rótulos

Artículo 9. Banderolas y pancartas

9.1. Son elementos publicitarios de carácter efímero, realizados sobre telas, lonas, plásticos o paneles (...).

Artículo 10. Rótulos

Se consideran rótulos los anuncios, fijos o móviles, por medio de pintura, azulejos, cristal, hierro, hojalata litografiada, tela o cualquier otra materia que asegure su larga duración. Asimismo, tendrá la consideración de rótulos:

a) Los carteles que se hallan protegidos de cualquier forma que asegure su conservación; entendiéndose que cumplen esta condición los que se fijen en lugares a propósito, con la debida protección, para su exposición durante quince días o periodo superior y los que hayan

sido contratados o permanecieren expuestos por los mismos plazos y con similar protección.

b) Los anuncios luminosos, iluminados y los proyectados en pantalla o por rayo láser, fijos o móviles.

Artículo 12. Rótulos en dominio privado perceptible desde la vía.

12.2. Suelo urbano.

Estos elementos sólo podrán instalarse en los siguientes lugares:

- Rótulos en locales de planta baja o en planta primera cuando no existan vuelos en ella (...).
- Rótulos en locales de plantas superiores.
- Rótulos en coronación de edificios.
- Rótulos en toldos, marquesinas y elementos eventuales de temporada.
- Rótulos en muros, cercos, vallas y espacios libres.

12.2.1. Rótulos en locales de planta baja y primera incorporada a la baja.

1. Estos podrán clasificarse en:

- Adosados a fachada (...).
- En bandera (...).

12.2.3. Rótulos en coronación de edificios.

2. La ubicación de estos rótulos será paralela al plano/s de fachada/s del edificio donde se pretendan instalar (...).

c. Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior de Murcia, del 1 de agosto de 2012

Artículo 7. Clases y características de los soportes publicitarios.

1. Los soportes publicitarios se clasifican en función de los materiales utilizados y su relación con la luz, sin que sean excluyentes entre sí.

- Soportes rígidos: son todos aquellos que no son flexibles.
- Soportes flexibles: son aquellos realizados con materiales textiles, plastificados o cualquier otro tipo de textura flexible o blanda.
- Soportes opacos: son aquellos que no permiten el paso de la luz.
- Soportes iluminados: son soportes opacos que reciben la luz indirectamente o por proyección.
- Soportes luminosos o retroiluminados: son aquellos que proyectan la luz desde su interior.

- Soportes fijos: son aquellos que para su montaje o utilización precisen de la realización de obras en el terreno o paramento sobre el que se instalen.
- Soportes móviles: son aquellos que para su montaje o utilización precisen instalaciones o estructuras eventuales, desmontables o portátiles

Artículo 13. Tipos de instalaciones en edificios.

En los edificios podrán instalarse soportes publicitarios y elementos de identificación o señalización de actividades y establecimientos. Los soportes publicitarios en edificios podrán ser:

a) Rótulos de publicidad en coronación de edificios

b) Publicidad en paredes medianeras

c) Superficies publicitarias sobre fachadas

Artículo 14. Ámbito de aplicación y condiciones (de los rótulos de publicidad en coronación).

Se admite la colocación de rótulos de publicidad en coronación de edificios en los siguientes términos:

a) Se podrán instalar en la coronación de edificios, y exclusivamente en la última planta, entendiendo por ésta como el plano del peto de protección de cubierta, o en su defecto, el de la cara superior del remate del forjado de la última planta, cuando la cubierta carezca de utilización. También sobre locales en planta baja.

b) (...)

c) Se utilizarán elementos sueltos (letras y logotipos). (...)

Artículo 23. Características generales (de los elementos de señalización).

1. Son elementos de señalización e identificación aquellos que tienen por fin exclusivo la localización de actividades y establecimientos.

Artículo 24. Carteles y Banderines.

1. Los carteles son soportes litografiados o impresos sobre papel cartulina, cartón o similar, paralelos al plano de la fachada del local, realizados en cualquier clase de material rígido, situados en la planta baja y primera de los edificios, pudiendo ser opacos o contar con iluminación. (...)

2. Banderines son los carteles perpendiculares al plano de la fachada del local realizados con cualquier clase de material rígido. (...)

Artículo 25. Banderolas y pancartas.

1. Las banderolas y pancartas son elementos publicitarios realizados con materiales efímeros realizados sobre lonas, plástico o panel.

Artículo 27. Rótulos

1. Se entiende por rótulos de identificación, los carteles que, situados en las fincas sobre las que tengan título legal suficiente, sirvan para indicar la denominación de las personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial o profesional o de servicios a las que se dedican, sin que en ningún caso, puedan tener finalidad publicitaria.

d. Ordenanza Municipal de Publicidad de Sevilla, del 5 de marzo de 2022.

Artículo 9. Modalidades de instalaciones publicitarias en suelo urbano.

En la presente ordenanza se regulan para el suelo urbano las siguientes instalaciones:

- Carteleras publicitarias.
- Monopostes.
- Colgaduras, pinturas, proyecciones, vinilos y banderolas.
- Rótulos.
- Objetos publicitarios.
- Pantallas de publicidad variable.
- Placas y directorios.
- Globos cautivos.
- Publicidad en espacio público.

Artículo 22. Colgaduras, pinturas, proyecciones y banderolas. Definiciones.

4. Banderolas.

Son banderolas aquellas instalaciones publicitarias de carácter efímero compuesta por báculo o fuste de sustentación e instalación publicitaria de material textil (tela, lonas o similares), que a modo de banderas están dirigidas a la promoción de obras de urbanización, nueva planta y reforma general.

Artículo 27. Rótulos. Definición y condiciones generales

1. Es aquella instalación alusiva a la actividad y denominación del establecimiento allí ubicado, razón social, así como delegación o servicio oficial que represente (...).

2. Los rótulos podrán instalarse, con las limitaciones que se establezcan, en las siguientes ubicaciones:

a) Rótulos a nivel de planta baja.

b) Rótulos en fachada superior.

c) Rótulos en coronación de edificios.

d) Rótulos en toldos.

e) Rótulos en elementos exentos de la edificación.

Artículo 28. Rótulos a nivel de planta baja.

1. Tienen esta denominación aquellos rótulos adosados a cerramientos de parcela y a fachadas de local en planta baja. (...)

Artículo 29. Rótulos en planta superior.

1. Se consideran rótulos en planta superior a los adosados a las plantas situadas por encima de la planta baja, incluido el pretil del edificio. (...)

Artículo 30. Rótulos en coronación de edificios.

1. Se considera rótulo en coronación a aquella instalación situada en la cubierta del edificio, cuya cota inferior tenga una mayor altura que la superior de los elementos de protección del edificio, tales como barandas, pretiles, balaustradas, etc.

Artículo 31. Rótulos en toldos

1. Recibe esta denominación el mensaje identificativo impreso sobre un toldo. (...)

Artículo 32. Rótulos en elementos exentos de la edificación.

1. Tienen esta denominación aquellas instalaciones que se ubican en espacio libre de la parcela edificada. Esta modalidad podrá utilizarse como directorio informativo (...).

e. Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior del término municipal de La Coruña, aprobada el 23 de octubre de 1987.

Artículo 2.

1. No estarán incluidos en la presente regulación:

a) Los carteles o rótulos que en los bienes sobre los que tengan título suficiente sirvan para indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas o al ejercicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a que las mismas se dediquen, siempre que se ajusten a las normas contenidas en las Ordenanzas Municipales sobre Uso del Suelo y Edificación y no tengan finalidad estrictamente publicitaria.

* Se observa entonces que la Ordenanza Municipal de La Coruña no define ni clasifica los elementos posibles de ser considerados rótulos, dejando para la ordenanza municipal nombrada en el artículo la competencia para regular su instalación en el medio urbano *

Anexo 2. Rótulos registrados en el proyecto de Cuidar Madrid

(A fecha de 24 de enero de 2023)

NOMBRE	DIRECCIÓN	DISTRITO	BARRIO	AÑO	NV. PROTECCIÓN	VALORES/DESCRIPCIÓN
Rótulo garaje	Calle Rios Rosas, 47	Chamberí	Almagro	1940-1960	8	Históricos artísticos sociológicos
Rótulo panadería Verdadero Viena	Calle Zorrilla, 13	Centro	Cortes	XX	8	Rótulo artesanal en una de las últimas tiendas antiguas del barrio.
Rótulo	Calle de la Orden, 13	Tetuán	Cuatro Caminos	XX	7	Artísticos
Rótulo (de un taller que se trasladó)	Calle de Robert Capa, 3	Latina	Cuatro Vientos	1961-1980	7	Histórico artístico sociológico
Rótulo Curtidos Baranda	Calle Santa Isabel, 42	Centro	Embajadores	1936-1939	9	Es una joya del art deco, en vidrio sobre una base de mármol. El ayuntamiento obliga al actual arrendador del local a retirarlo para concederles la licencia, ya que incumple la normativa de protección del edificio, lo que es un claro contrasentido, pues se trata de un comercio histórico / El edificio data de finales del s. XIX. En 1928 se instaló allí el negocio de Curtidos Baranda cuyo rótulo inicialmente fue de madera. En los años 50, el mítico ""decorador de vidrio"" Miguel Francisco García ""Sicilia" pintó para Sucesor de G. Pereantón el rótulo que hoy vemos.
Rótulo El Zapato de Oro	Calle Sombrerete, 20	Centro	Embajadores	XX	7	Rótulo pintado a mano
Rótulo	Calle Ave Maria , 10	Centro	Embajadores	n/s	8	Artísticos
Rótulo comercio	Calle Santa Isabel, 18	Centro	Embajadores	1900 - 1936	8	Decoración, fachada con azulejos y cartelería antigua / Esta peluquería se inauguró en el año 1908. Es un negocio familiar que ha ido pasando de padres a hijos. Posee una magnífica fachada de azulejos originales de 1900, pintados a mano por artesanos de Talavera. Dentro del local conserva el mobiliario de principios del siglo XIX.
Rótulo Comercial “Fiambres y Carnes, Hijos de Lechuga”	Calle Andrés Mellado, 39	Chamberí	Gaztambide	XX	8	Históricos, culturales, sociales, artísticos
Rótulos "Ferretería García"	calle Hermosilla, 86	Salamanca	Goya	1940-1960	7	Culturales, artísticos / Se trata de un rótulo con relieve en el que se lee "Ferretería 86 C.García 86"

Rótulos ""Benidorm Ferretería"	calle de Hermosilla , 70	Salamanca	Goya	1961-1980	8	Culturales, inmateriales, artísticos / Lo constituye un luminoso en el que está escrito, con una tipografía "Benidorm" y con otra, sin serifa y en mayúsculas "FERRETERÍA"
Rótulos de neón de Drago-Butano	Calle Antonio Acuña, 19	Retiro	Ibiza	1940-1960	9	Cultural, artístico / Se trata de un anuncio de la empresa Drago-Butano
Rótulo de un garaje	calle Antonio Arias, 8	Retiro	Ibiza	1940-1960	5	Se trata de un rótulo en el que está escrito "8 GARAGE 8 SAN ROMÁN", con tipografía tipo bauhaus en color rojo. *Está escrito ""garage" en lugar de garaje.
Rótulo Fajas Ruiz	Calle Narvaez, 12	Salamanca	Ibiza	1940-1960	9	Uno de los neones que mejor se conservan en la ciudad, con unos elementos decorativos de la tienda de increíble valor / La historia del comercio es bien conocida, teniendo su establecimiento original en la calle Espoz y Mina. Extracto de un artículo del diario ABC: Fajas Ruiz fue pionera en la utilización de la lycra para las fajas. Pronto el reclamo la hizo famosa. A día de hoy su clientela, aunque no del todo fiel, es clásica. Hasta reciben peticiones desde el extranjero para que les elaboren sus fajas a medida, el producto estrella.
Azulejos de Bodegas Rosell	Calle General Lacy, 14	Arganzuela	Palos de Moguer	1900-1936	8	Ejemplo de decoración comercial de azulejo / Es una antigua taberna de vinos, tapas y vermut. Fundada en 1920, a comienzos del XXI fue rehabilitada como restaurante. Es uno de los establecimientos con fachada de azulejería del ceramista sevillano Alfonso Romero Mesa. Ocupando el establecimiento de un antiguo despacho de vinos a granel, fue transformada en como casa de comidas por la familia Rosell en 1920. A partir de 1950 se remozó como taberna y bodega
Rótulo Pescaderías Coruñesas	Calle Recoletos, 12	Salamanca	Recoletos	1900 - 1936	9	Culturales, históricos, artísticos, sociales / Rótulo de antigua tienda de Pescaderías Coruñesas
Rótulo Comercial “Ultramarinos Horcajada”	Calle Alenza, 14	Chamberí	Ríos Rosas	XX	8	Históricos, culturales, sociales, artísticos
Azulejos Taberna Madrid	Avenida San Diego, 49	Puente de Vallecas	San Diego	n/s	8	Es un icono del barrio, azulejos de Angel Cabana / Se trata de unos azulejos que decoran un establecimiento pintados por Angel Cabanas. En las inscripciones reza Ceramistas Lucía y Ángel Cabanas. El establecimiento está cerrado y los azulejos muy deteriorados, algunos de los cuales han sido sustraídos.
Azulejos. Ultramarinos Vallecas	Avenida Monte Igueldo, 96	Puente de Vallecas	San Diego	n/s	9	Las cerámicas que componen la fachada del edificio muestran un Vallecas de hace más de 50 años / Se trata de una tienda de ultramarinos extinguida, su propietario se jubiló y quedó abandonada. Se conserva parcialmente el conjunto mural de azulejería de fondo amarillo y los cartelones de madera con el nombre de los productos sobre los cierres de puertas y ventanas. Los azulejos son de Angel Caballero. En primer lugar tenemos un friso superior que recorre toda la tienda, en un lado, en nombre de la tienda, sobre la puerta el término cervezas y en Quijada, además del número del inmueble, la referencia a vinos. Entre puertas y ventanas tenemos los otros frisos. Quizá los más destacados sean el de cafés el «Gato negro», los vinos finos para mesa de las Bodegas de Miguelturra, «La Confianza», aceites de Andalucía, etc.
Rótulo librería Nicolás Moya	Calle carretas, 29	Centro	Sol	XX	7	Rótulo hecho a mano de una tienda a punto de desaparecer.
Rótulos comercial Amparo	Calle del Marqués Viudo de Pontejos, 5	Centro	Sol	XX	9	Uno de los pocos rótulos en dos pisos, si no el único de Madrid
Rótulo del Bar la Alegría	Calle Veneras, 7	Centro	Sol	XX	7	Rótulo pintado a mano

Rótulo de comercio desaparecido "Vinos"	calle Atocha, 9	Centro	Sol	XX	9	Restos del rótulo de una antigua taberna
Rótulo “Vaquería”	Calle Ponzano, 54	Chamberí	Trafalgar	XX	9	Culturales, históricos, artísticos, sociales / Rótulo de una antigua vaquería
Rótulo Comercial “La Cañería”	Calle de García de Paredes, 20	Chamberí	Trafalgar	XX	9	Históricos, culturales, sociales, artísticos
Rótulo mercería Megino	Corredera alta de San Pablo, 12	Centro	Universidad	XX	7	Rótulo comercial pintado a mano
Rótulo Tabacos. Expendeduría 56	Calle de la Palma, 69	Centro	Universidad	XX	8	Rótulo pintado a mano de antiguo estanco.
Rótulo	Calle Duque de Liria, 4	Centro	Universidad	XX	8	Culturales, históricos, sociales, artísticos
Rótulo “Fábrica de Pan”	Calle Nuestra Señora de Valverde , 67	Fuencarral-El Pardo	Valverde	1900-1936	9	Memoria e historia del diseño gráfico, cultura urbana, artísticos./ Rótulo con el texto "FABRICA DE PAn" situado en la coronación del edificio de 2 plantas situado en Calle Nuestra Señora de Valverde 67. Este rótulo está justo enfrente de otro que dice "Jabón y Aceite Juan del Pozo" situado en la fachada de la antigua fábrica.
Rótulo publicitario 70/80	Doctor Martín Arévalo , 47	Villaverde	Villaverde Alto, Casco Histórico de Villaverde	1961 - 1980	7	Rótulo publicitario de local / Sala de fiestas y bingo de los años 70 en Villaverde
Rótulos pintados a mano con gráfica y dibujos del café Bar Biarritz	Plaza Corregidor Sancho de Córdoba, 5	Moratalaz	Vinateros	n/s	7	culturales, artísticos, inmateriales

Anexo 3. Lista de redes sociales (Instagram) que ejercen una labor de documentación del rótulo comercial en España.

Esta lista, comenzada desde junio de 2022, fue actualizada por última vez el 13 de abril de 2023. Recoge las diferentes cuentas que personas interesadas por la protección de los rótulos comerciales se han dedicado a documentar y difundir la importancia de éstos por redes.

Hay que destacar que no todos estos grupos son profesionales, pero sí hay ciertas cuentas creadas por personas que pertenecen al ámbito del diseño gráfico. En estas cuentas nos podemos encontrar desde personas que se han organizado para crear un proyecto de documentación en su zona hasta viandantes que de forma lúdica fotografían y comparten los rótulos.

Se recogen aquellas personas que tengan en su mayoría un repertorio fotográfico de rótulos.

NOMBRE	LOCALIDAD	TIPO DE TRABAJO	#patrimoniografico
antiguos_y_lustrosos	Albacete	Archivo	Sí

aragonletters	Aragón	Archivo	Sí
messa79	Nacional	Archivo	Sí
_lletreros	Asturias	Archivo	Sí
retrosignale	Barcelona	Archivo	No
letrerosbcn	Barcelona	Archivo	Sí
cazadoresderotulos	Barcelona	Archivo	No
barcelonatipo	Barcelona	Archivo	Sí
tipobilbao	Bilbao	Archivo	Sí
rotulochimbo	Bilbao	Archivo	Sí
burgos.tipografico	Burgos	Archivo	Sí
letrasconhistoriaalqazeres	Cáceres	Otros	Sí
santatipo	Cantabria	Rescate	Sí
letreros_de_extremadura	Extremadura	Archivo	No
tiposdegalicia	Galicia	Archivo	Sí
tiponuba	Huelva	Archivo	Sí
insula_signa	Islas Canarias	Archivo	Sí
rotulos_chulericos_jaen	Jaén	Rescate	Sí
atrapaletreros	León	Archivo	Sí
ele.mayuscula.leon	León (Provincia)	Archivo	Sí
luminososlinares	Linares (Jaén)	Archivo	No
madridgrafia	Madrid	Archivo	Sí
historiatipograficamadrid	Madrid	Archivo	No
asegurada.de.incendios	Madrid	Archivo	Sí
tiposmalaga	Málaga	Archivo	Sí
alioliesajonesa	Málaga	Rescate	Sí
rotuilla	Mallorca	Archivo	Sí
karramarro	n/s	Archivo	Sí
letras_recuperadas	Nacional	Rescate	Sí
rotulos_wapos	Nacional	Archivo	No
retreros	Nacional	Archivo	Sí
patrimoniografico	Nacional	Rescate	Sí
observatorio_tipografico	Nacional	Archivo	Sí
fetenletters	Madrid	Rescate	Sí
aqui_un_cartel	Nacional	Archivo	Sí
agencia_proteccion_tipografica	Nacional	Archivo	Sí
typographic_david	Nacional	Archivo	Sí
retrorotulo	Nacional	Archivo	Sí
carril___conga	Nacional e	Archivo	Sí

	internacional		
letrerismos	Nacional e internacional	Archivo	Sí
larotuladora	Pamplona	Archivo	Sí
sevillatype	Sevilla	Archivo	No
sevillatipo	Sevilla	Rescate	Sí
tiposqueimportan	Valencia	Rescate	Sí
rotulosyneones	Valencia	Archivo	Sí
vaconcaracter	Valladolid	Rescate	Sí
vitoriapatgrafico	Vitoria-Gasteiz	Archivo	Sí
rotuletesvitoria	Vitoria-Gasteiz	Archivo	Sí
zamora_patrimonio_grafico	Zamora	Archivo	Sí
zgzletters	Zaragoza	Rescate	Sí
zaragozadeluxe	Zaragoza	Rescate	Sí

Anexo 4.Preguntas realizadas a los entrevistados

Aunque cada entrevista se ha llevado a cabo de forma particular, siguiendo el flujo de la conversación y, por tanto, dotando a cada entrevista de diferentes aportaciones por ambas partes, se ha establecido una serie de preguntas que intentan conducir la entrevista hacia aquello que interesa para la realización del trabajo.

1. Presentación; sobre la persona e intereses personales
    a. Profesión
    b. Interés en la gráfica urbana/rótulos comerciales
2. Sobre el proyecto en general
    a. Cómo empezó
    b. Objetivos con el proyecto
    c. En qué tipo de actividades se centran
    d. Cómo las realizan (participación ciudadana, equipo de trabajo, de forma individual...)
    e. Resultados recogidos hasta ahora
3. Sobre los rótulos
    a. (En el caso de rescates) Dónde se almacenan
    b. Presencia de un trabajo de catalogación
    c. Presencia de criterios de selección
    d. La figura del rotulista (si se trata)
4. Relaciones administrativas
5. Otras cuestiones que puedan surgir conforme a la entrevista

Anexo 5. Entrevistas realizadas

A continuación se presenta un breve resumen de lo que se comentó en las entrevistas realizadas, las cuales intentaron seguir, como mínimo, las pautas del Anexo anterior.

Alberto Nanclares

27 de abril de 2022

Arquitecto y miembro del proyecto Basurama, junto con Jacobo Cayetano lleva la Asociación Paco Graco. Esta asociación, de la misma forma, fue una de las fundadoras de la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico. Se dedican a rescatar de forma altruista los rótulos de negocios cuyo final inminente es el contenedor. Han rescatado rótulos en el ámbito nacional, pues disponen de furgoneta para su transporte y herramientas para su desinstalación. Actualmente poseen un almacén por la zona de Toledo, donde pueden custodiarlos. También han llegado a realizar labores de restauración y conservación de rótulos in situ debido a su mala conservación. Destaca que algunos de los rótulos rescatados han sido iniciativa de transeúntes que conocían el proyecto y les contactaron con el propósito de avisar que dichos rótulos corrían peligro. Realizaron su primera exposición en la Casa del Reloj en 2019, donde expusieron parte de su colección y fundaron, junto con otras iniciativas, la Red Ibérica. Además, realizaron la instalación Hij s de Rojas en el distrito de Carabanchel, en Gruta 77, donde están expuestos rótulos que pertenecen al distrito y a comercios locales. Paco Graco, junto con la Red Ibérica, intentan promover una concienciación en torno al valor no solo patrimonial de los rótulos, sino también de la variedad gráfica y potencial visual que aportan éstas a la imagen de la ciudad, algo que con la gentrificación y las franquicias se está perdiendo y dirige a los barrios y ciudades hacia una homogeneización que no las diferencia unas de otras.

Juan Nava

10 de mayo de 2022

Diseñador gráfico afincado en Valencia, comenzó el proyecto de "Letras Recuperadas" en 2004 como un archivo documental, el cual a día de hoy ha dado lugar a varias exposiciones y ediciones publicadas. En este trabajo, Navas fotografía los rótulos y los redibuja. También recibe fotografías de otras personas y las trabaja. Advierte que muchos de los rótulos que documentó de la ciudad a comienzos del proyecto, concretamente en torno al 70%, ya han desaparecido por completo. Gracias a su interés por la rotulación y el trabajo de documentación realizado, colaboró con el Ayuntamiento de Valencia en un estudio para identificar los rótulos de la ciudad con valor patrimonial. Señala que la ciudad ya tenía realizado un preinventario algunos rótulos, los cuales se consideraban artesanales por la forma de haber sido trabajados y los materiales empleados. Señala que varios de ellos también han desaparecido (a pesar de que muchos pertenecían a negocios supuestamente protegidos, que consecuentemente también habían

desaparecido) sin el conocimiento del Ayuntamiento. Para este trabajo, Juan Nava identificó los rótulos según su técnica, resultando en cuatro categorías: rótulos de cerámica, rótulos pintados, rótulos en relieve y rótulos de vidrio. Incide en el hecho de que muchos negocios no saben lo importante que pueden llegar a ser sus rótulos para la imagen de la ciudad, por lo que la gran mayoría de éstos se encuentran en un estado deplorable de conservación. Debido a esto, él mismo, de forma altruista y junto a otras personas, se dedica a limpiar y conservar los rótulos en mal estado.

Miguel Maestro

6 de septiembre de 2022

Miguel Maestro trabaja actualmente como diseñador gráfico, habiéndose especializado en la creación de marcas. Cuando era joven, estaba interesado por el grafitti. Esto, sumado a su profesión, ha hecho que sienta una gran pasión por las letras. Está a cargo del proyecto *TiposQueImportan*, impulsada por el World Design Capital Valencia. El proyecto se lleva a cabo gracias a la participación ciudadana, donde las personas pueden subir una fotografía del rótulo y señalar su ubicación. Además, han impulsado la creación y organización de cortos documentales, exposiciones y conferencias para poner en valor el rótulo. El llamamiento a la participación lo realizan a través de las redes sociales. No sigue unos parámetros claros y concretos a la hora de seleccionar los rótulos que se encuentran dentro de la plataforma, pues cada persona que se interesa por los rótulos ve en ellos unos valores u otros; lo importante es concienciar de la pérdida a causa de la gentrificación y la proliferación de las franquicias de la rotulación, la cual da entidad propia a cada ciudad. Personalmente, él está interesado en aquellos rótulos que tienen cierto carácter artístico. En cuanto a la participación del rescate de los rótulos, Miguel comenta que las personas que han participado en su rescate dentro de su proyecto tienen perfiles muy diversos: albañiles, diseñadores, historiadores, artistas, coleccionistas, profesionales en Patrimonio Cultural...

Laura Asensio

31 de enero de 2023

Laura Asensio es diseñadora gráfica, especializada en identidad corporativa, y que está actualmente trabajando para la fundición *Powertypes*, empresa que lleva 100 años en activo y que "han pasado del plomo al pixel". Siempre le interesaron las letras, por lo que en 2017 comienza una pequeña tarea de documentación sobre los rótulos de Valladolid la cual, alentada por las convocatorias para artistas locales que ofrece el Museo de Arte Contemporáneo de Valladolid, acaba por culminar en una exposición en 2018 y, consecuentemente, en el proyecto que ahora gestionan. El proyecto ha documentado alrededor de 820 rótulos, los cuales están clasificados según su estilo tipográfico. Desde que comenzó el proyecto al 2022, Asensio incide en que

muchos rótulos de los que fotografío ya no están en sus fachadas habituales. Para este año, realizó una publicación que finalmente fue editada por el Ayuntamiento de Valladolid, en el que introdujo 285 rótulos de los documentados. También presentó una serie de criterios para el Ayuntamiento para proteger los rótulos, aunque por el momento, ha habido desinterés. Estos criterios que sirvieron para elegir los rótulos más representativos de Valladolid para Asensio fueron: Por antigüedad, por el diseño de la tipografía y por la localización estratégica que presentaban algunos de ellos. De forma personal, ella tiene predilección por los rótulos hechos a mano e irreproducibles. En relación a la función del rotulista, Asensio comenta que era una profesión que solía traspasarse de generación en generación y que en los años 70 fue una figura muy requerida (allí en Valladolid ha destacado la figura de Fernando Garcés). Actualmente, parece haber una especie de "revival", en el que bastante gente interesada en la rotulación ha comenzado a realizar cursos de ello. En cuanto a las expectativas de futuro con el proyecto, pretende seguir haciendo difusión por redes y organizar algún "safari" tipográfico.

Rosa López

31 de enero de 2023

Rosa López es una de las integrantes de la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico. Diseñadora gráfica de profesión, pertenece al grupo de Fetén Letters junto a otros integrantes del mundo de la tipografía. Comenta que no conocía personalmente a otras personas que se dedicasen al rescate o difusión de los rótulos, pero sí se conocían y seguían por Instagram. La exposición que montó Paco Graco en el Centro Cultural Casa del Reloj fue el punto de reunión de algunas de estas iniciativas y, tras ello, decidieron constituirse como asociación. La Red funciona como un lugar de encuentro, pero no establece criterios de trabajo; cada uno trabaja según su contexto y situación personal. En general, pretenden concienciar y difundir la importancia de la imagen de los barrios. Comenta que la Red no tiene un espacio donde guardar los rótulos (el que se utiliza es el de Paco Graco), aunque hay varias personas conocidas que custodian los rótulos en casas o locales (rótulos de pequeños y fáciles de transportar). Cuidar Madrid, iniciativa de Más Madrid, les contactó para participar en su proyecto de catálogo de Patrimonio Cultural y en paralelo al Catálogo actual, aunque, debido al formato del formulario, indicar los rótulos no ha sido del todo intuitivo para los participantes.

Alejandro Martín

2 de febrero de 2023

Alejandro es arquitecto, cuyo estudio se enfoca en trabajar para rehabilitar edificios antiguos. Ha tenido dos casos concretos en los que su trabajo ha inmiscuido rótulos, más concretamente, dos pertenecientes a dos sedes de Ocaso Seguros, una situada en la Calle Princesa y otra, en la Glorieta de Bilbao. En estos

casos, debido a que los rótulos son relativamente antiguos y no cumplen con la normativa vigente, se centraron en restaurarlos y no cambiarlos. Esto es debido a que la Ordenanza General de Publicidad Exterior intenta adecuar las nuevas rotulaciones a la normativa, pero no puede incidir en los rótulos instalados antes de la misma. De la misma forma, esto cambia si un local quiere obtener una nueva licencia de actividad. En este caso, se pedirá que el nuevo negocio que adecúe la fachada a como la normativa actual lo exige. En el caso de ser la misma empresa la que quiera cambiar el rótulo, éste nuevo también deberá adaptarse a la nueva normativa (de ahí que Ocaso Seguros decidiera no cambiar los suyos para evitar trámites y pagos). En el caso de cambio de titulación, no sería necesario cambiar los rótulos. A pesar de que la nueva ley exija cambios, Alejandro alerta de que existe una muy mala praxis general, no solo con los rótulos, sino también con otros elementos que contaminan y perjudican las fachadas, ya que muchos negocios saben que los trámites para llevar a cabo una denuncia por no seguir la normativa puede extenderse durante años, años en los que pueden ejercer su labor en el local sin problemas. En otros casos, la mala praxis la lleva a cabo el propio profesional que vigila el cumplimiento de estas normativas, a veces por picardía y otras por desconocimiento de cierta ley.

Juan Montoro y Carlos Campos

7 de febrero de 2023

Juan y Carlos conforman el grupo de Rótulos Chuléricos de Jaén, el cual se centra en rescatar y concienciar de la importancia de los rótulos de la ciudad. Siendo los dos diseñadores gráficos (profesor de diseño especializado en tipografía y fotógrafo, respectivamente) llevan con el proyecto 3 años, el cual comenzó cuando se conocieron. Antes de comenzar con el proyecto, ambos estaban interesados en las letras y/o la publicidad, por lo que tienen un amplio repertorio fotográfico de rotulación de ciudades a las que visitaban (de forma separada). Su proyecto es respaldado por el Ayuntamiento de Jaén, ya que en una exposición del proyecto entre conocidos, invitaron a dos técnicos del patronato de cultura, a los cuales les agradó el proyecto. El Ayuntamiento les ha ofrecido dependencias municipales para almacenar los rótulos rescatados y ayuda técnica para desmontarlos. Esta conexión más cercana con la Administración y la consecuente difusión de su trabajo además les ha permitido tener voz en el reciente plan de ordenación urbana que se está gestando en la ciudad, pudiendo señalar rótulos representativos que por su valor cultural no pueden eliminarse de su lugar de origen, o participar con su trabajo en las Jornadas de Patrimonio Europeo 2022 llevadas a cabo por la Junta de Andalucía desde la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte. Comentan que los establecimientos están muy arraigados en el habla coloquial de la comunidad, pues se llegan a crear expresiones y dichos con ellos. Ejemplo de ésto son los establecimientos de Cubero y Simaco, los cuales, al desaparecer, recae en el rótulo el potencial testimonial de lo que una vez fue el establecimiento, ya que funciona como elemento corporativo e imagen de la empresa. Para el proyecto, han realizado

safaris tipográficos, editado un libro y realizado una exposición, actividades que han sido todo un éxito en la zona y donde han generado tal concienciación que son los propios vecinos quienes avisan la mayor parte de las veces de la posible pérdida de un rótulo e, incluso, han recibido peticiones de recogida de rótulos de pueblos de la provincia.

Federico Barrera

17 de febrero de 2023

Federico, historiador y diseñador gráfico, comenzó el proyecto de Santatipo por su interés de aunar sus dos formaciones y pasiones. Sus abuelos poseían un bar, por lo que el recoger en los rótulos la memoria que hay tras ellos y situarlos en su contexto sociocultural es lo que formó las bases del proyecto. Comienza éste por su cuenta, solo documentando fotográficamente, aunque tras el primer rescate, hace unos 3-4 años, un compañero se une al proyecto de forma definitiva. Actualmente, se encuentran dentro del proyecto entre 3 y 4 personas, aunque son ellos dos quienes llevan la mayor parte. El proyecto comienza en Santander, ciudad de la que tienen documentados más de 300 rótulos, habiéndose expandido a la provincia de Cantabria. El Ayuntamiento les ha otorgado un espacio para guardar los rótulos, aunque de forma temporal, donde ahora almacenan más o menos 30 rótulos más otros elementos con fuerte carga visual y de diseño, como bolsas de plástico, cuentas, cajas de cerillas... También cabe destacar que el Ayuntamiento fue principal mecenas del proyecto de libro que aunaba parte de lo recopilado por *Santatipo*, que fue financiado por crowdfunding. Fede comenta que no están estableciendo ningún tipo de criterio a la hora de elegir qué rótulos rescatar o no, pues como declara "que un pequeño establecimiento haya durado en una zona, aunque haya sido de pocos años, es un hito" debido al cambio de hábitos social. "Los rótulos hay que divisarlos desde su contexto social", comenta, pues cada ciudad o barrio es caso un objeto de estudio único y "personalizado". En cuanto a leyes que pueden proteger a los rótulos, Fede habla sobre una relatividad en la aplicación de las mismas, pues depende de quién esté detrás de los proyectos. Comenta una tendencia común en algunas franquicias, la cual es tirar por completo el interior de un edificio para después construir un espacio dentro del imaginario "vintage", algo que califica de irónico. En cuanto a perspectivas de futuro para el proyecto, Federico está estudiando Patrimonio Cultural, por lo que está aprovechando esto para procurarse una buena base teórica que justifique el proyecto. Por otro lado, después de haber realizado algún safari tipográfico, le gustaría poder realizar en un futuro una exposición. Finalmente, comenta lo importante que ha sido poder formar parte de la Red Ibérica, pues esto le ha permitido trabajar diferentes perspectivas en cuanto a la difusión y protección de rótulos se refiere.

Anexo 6. Datos del barrio de Vista Alegre

a. Situación actual del barrio de Vista Alegre

i. Gráfico de la población total del barrio

Población		
Año	Periodos	Vista Alegre
2022	Anual	46.474
2021	Anual	47.082
2020	Anual	47.602
2019	Anual	45.975
2018	Anual	45.008
2017	Anual	44.320
2016	Anual	44.161
2015	Anual	43.851
2014	Anual	44.434
2013	Anual	45.366
2012	Anual	46.358
2011	Anual	47.771
2010	Anual	48.567
2009	Anual	48.724
2008	Anual	48.665
2007	Anual	48.499
2006	Anual	49.360
2005	Anual	48.791

Fuente: El municipio en cifras. Vista Alegre

ii. Índice de sobreenvejecimiento

Índice de sobreenvejecimiento			
Año	Periodos	Vista Alegre	Madrid
2022	Anual	36,8	35
2021	Anual	37,1	35,4
2020	Anual	35,9	35,2
2019	Anual	36,6	36
2018	Anual	36	36,2
2017	Anual	35,6	36,1
2016	Anual	34,7	35,5
2015	Anual	33,9	35
2014	Anual	32,6	34,3
2013	Anual	31,6	33,5

2012	Anual	30,7	32,6
2011	Anual	29,6	31,7
2010	Anual	28,8	30,8
2009	Anual	27,6	29,9
2008	Anual	26,4	29
2007	Anual	25,9	28,1
2006	Anual	25,4	27,1
2005	Anual	25	26,6
Fuente: El municipio en cifras. Vista Alegre			

iii. Índice de población extranjera

Porcentaje de población de nacionalidad extranjera			
Año	Periodos	Vista Alegre	Madrid
2022	Anual	24,7	15,7
2021	Anual	24,9	15,8
2020	Anual	24,4	15,3
2019	Anual	22,2	14,1
2018	Anual	20,4	13,1
2017	Anual	19	12,4
2016	Anual	18,3	12,2
2015	Anual	17,8	12,1
2014	Anual	19,6	13,1
2013	Anual	21,4	14,4
2012	Anual	23,5	15,4
2011	Anual	25,8	16,9
2010	Anual	26,3	17,3
2009	Anual	26,2	17,5
2008	Anual	25,3	16,9
2007	Anual	23,6	15,9
2006	Anual	22,6	15,8
2005	Anual	20,1	14,3
2004	Anual	-	12,5
2003	Anual	-	11,5
Fuente: El municipio en cifras. Vista Alegre			

iv. Excel de nacionalidades extranjeras residiendo en el barrio

6.1.6.B Población por País de nacionalidad según Distrito y Barrio de residencia	
(Barrio Vista Alegre)	
País	**Nº habitantes**

Alemania	24
Argentina	108
Bangladesh	112
Bolivia	636
Brasil	289
Bulgaria	187
Chile	34
China	1.246
Colombia	1.090
Cuba	133
Ecuador	842
El Salvador	133
Estados Unidos	24
Filipinas	67
Francia	29
Guatemala	61
Honduras	1.268
India	6
Italia	215
Marruecos	348
México	35
Nicaragua	248
Países Bajos	14
Pakistán	..
Paraguay	380
Perú	910
Polonia	115
Portugal	136
Reino Unido	26
República Dominicana	317
Rumanía	1.003
Rusia	26
Senegal	32
Ucrania	259
Venezuela	579
Resto de países	587

Fuente: Elaboración a partir del Padrón Municipal de Habitantes. Subdirección General de Estadística (1 de enero de 2022)

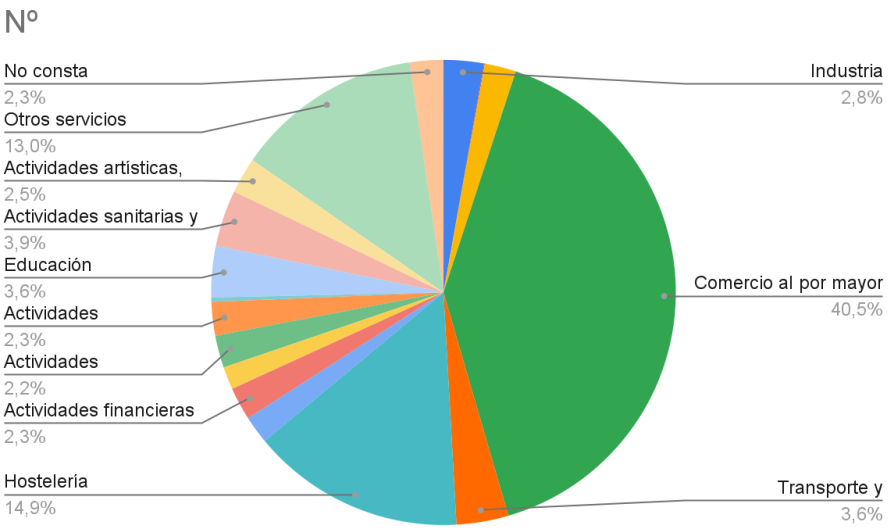
b. La función comercial del barrio

i. Número de locales abiertos según barrio del Distrito de Carabanchel

D.11.12.								
Actividad	**11. CARABANCHEL**	**111. Comillas**	**112. Opañel**	**113. San Isidro**	**114. Vista Alegre**	**115. Puerta Bonita**	**116. Buena vista**	**117. Abrantes**
Censo de Locales y Actividades a 1-1-2022	7.486	731	1.153	960	**1.965**	826	1.234	617

Fuente: Banco de Datos del Ayuntamiento de Madrid

ii. Gráfico sobre el tipo de negocios del barrio de Vista Alegre



iii. Listado de locales abiertos en el barrio de Vista Alegre

Actividad	Nº de locales
A Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	**0**
01 Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados con las mismas	0
02 Silvicultura y explotación forestal	0
B Industrias extractivas	**0**
06 Extracción de crudo de petróleo y gas natural	0
08 Otras industrias extractivas	0
09 Actividades de apoyo a las industrias extractivas	0
C Industria manufacturera	**55**
10 Industria de la alimentación	2
11 Fabricación de bebidas	0
12 Industria del tabaco	0

13 Industria textil	4
14 Confección de prendas de vestir	7
15 Industria del cuero y del calzado	0
16 Industria de la madera y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería	4
17 Industria del papel	0
18 Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	9
20 Industria química	0
21 Fabricación de productos farmacéuticos	0
22 Fabricación de productos de caucho y plásticos	0
23 Fabricación de otros productos minerales no metálicos	1
24 Metalurgia; fabricación de productos de hierro, acero y ferroaleaciones	0
25 Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	8
26 Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	0
27 Fabricación de material y equipo eléctrico	0
28 Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	1
29 Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques	0
30 Fabricación de otro material de transporte	0
31 Fabricación de muebles	11
32 Otras industrias manufactureras	6
33 Reparación e instalación de maquinaria y equipo	2
D Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	**0**
35 Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	0
E Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	**1**
36 Captación, depuración y distribución de agua	0
37 Recogida y tratamiento de aguas residuales	0
38 Recogida, tratamiento y eliminación de residuos; valorización	1
39 Actividades de descontaminación y otros servicios de gestión de residuos	0
F Construcción	**43**
41 Promoción y construcción de edificios	16
42 Ingeniería civil	0
43 Actividades de construcción especializada y acabado de edificios	27
G Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	**795**
45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	90
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	12
47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	693
H Transporte y almacenamiento	**71**
49 Transporte terrestre y por tubería	1
50 Transporte marítimo y por vías navegables interiores	1
51 Transporte aéreo	0

52 Almacenamiento y actividades anexas al transporte	61
53 Actividades postales y de correos	8
I Hostelería	**292**
55 Servicios de alojamiento	5
56 Servicios de comidas y bebidas	287
J Información y comunicaciones	38
58 Edición (incluye programas informáticos)	1
59 Act cinematográficas, vídeo y programas TV, grabación sonido y edición musical	3
60 Actividades de programación y emisión de radio y televisión	0
61 Telecomunicaciones	31
62 Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	2
63 Servicios de información	1
K Actividades financieras y de seguros	**45**
64 Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones	29
65 Seguros, reaseguros y fondos de pensiones, excepto Seguridad Social obligatoria	8
66 Actividades auxiliares a los servicios financieros y a los seguros	8
L Actividades inmobiliarias	**31**
68 Actividades inmobiliarias	31
M Actividades profesionales, científicas y técnicas	**44**
69 Actividades jurídicas y de contabilidad	23
70 Actividades de las sedes centrales; actividades de consultoría de gestión empresarial	3
71 Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos	6
72 Investigación y desarrollo	1
73 Publicidad y estudios de mercado	2
74 Otras actividades profesionales, científicas y técnicas	6
75 Actividades veterinarias	3
N Actividades administrativas y servicios auxliares	**46**
77 Actividades de alquiler	2
78 Actividades relacionadas con el empleo	0
79 Act agencias viajes, operadores turísticos, servicios reservas y act relacionadas	12
80 Actividades de seguridad e investigación	0
81 Servicios a edificios y actividades de jardinería	5
82 Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	27
O Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	**6**
84 Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	6
P Educación	**70**
85 Educación	70
Q Actividades sanitarias y de servicios sociales	**77**
86 Actividades sanitarias	66
87 Asistencia en establecimientos residenciales	1

88 Actividades de servicios sociales sin alojamiento	10
R Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	**49**
90 Actividades de creación, artísticas y espectáculos	5
91 Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	1
92 Actividades de juegos de azar y apuestas	24
93 Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	19
S Otros servicios	**256**
94 Actividades asociativas	37
95 Reparación de ordenadores, efectos personales y artículos de uso doméstico	40
96 Otros servicios personales	179
U Actividades de organizaciones y organismos extraterritoriales	**0**
99 Actividades de organizaciones y organismos extraterritoriales	0
No consta	**46**

Fuente: Banco de datos del Ayuntamiento de Madrid

c. El impacto de los negocios y sus rótulos en el barrio

i. Listado de casas de apuestas en el barrio de Vista Alegre

Casa de apuestas	Calle
Salón de Juego Podium Experience Sportium Apuestas Deportivas	Paseo Marcelino Camacho, esquina con calle de Casuario
Salón de Juegos Grupo Oper	Calle Guabairo, 17
VS Versus Apuestas Salas de Juego 777	Paseo Marcelino Camacho, 60
Luckia	Calle de la Oca, 84 esquina Bernardina Aranguren
Salón de Juego El Dorado Sportium	Calle la Oca esquina calle Ramón Sainz
Salones de Juego Nevada Codere	Calle la Oca, 70
Reta Bet.es Tienda de apuestas	Calle la Oca, 61
Sport Las Vegas Codere	Calle Matilde Hernández, 101
Salones de Juego RE GA MA	Calle Castrojeriz esquina Avda de la Plaza de Toros
Las Vegas Sport Bar Codere	Paseo Marcelino Camacho, 2
Salones de juego Royal Crown Codere	Calle la Oca, 43
Alea Oca Sportium Apuestas Deportivas	Calle la Oca, 21 esquina Calle Matide Hernandez
Salón de Juegos Trébol Codere	Calle de la Oca, 102
Ozium Salón de Juegos Sportium Apuestas deportivas	Camino de la Laguna, 18
Sala Vista Alegre	Calle General Ricardos, 176
Emotiva Salón de Juego Sports Bar Codere	Vía Carpetana esquina Calle Camichi

Fuente: Elaboración propia

Anexo 7. Ordenanza General de Publicidad Exterior de Madrid. Regulación por la que se rigen los rótulos comerciales en la zona 2.

(...)

Artículo 4. Ámbitos territoriales de actuación

(...)

Zona 2: Comprende los ámbitos comprendidos en:

a) Recinto Histórico de Madrid declarado Bien de Interés Cultural por decreto 61/1993, de 20 de mayo, en la categoría de Zona Arqueológica.
b) Área de Planeamiento Específico del Centro Histórico -APE 00.01 o APECH-.
c) Área de Planeamiento Específico de los Cascos Históricos de los Distritos Periféricos de Fuencarral; El Pardo; Aravaca; Carabanchel Bajo; Carabanchel Alto; Hortaleza; Villaverde; Villa de Vallecas; Vicálvaro; Canillejas y Barajas.
d) Área de Planeamiento Específico de las Colonias Históricas establecidas en el PGOUM.

Artículo 14. Ámbitos de aplicación

1. a. En la zona 2 sólo se autorizará (la instalación de rótulos en coronación) dentro del ámbito de la subzona 2.2, previo informe favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural que podrán imponer las condiciones que se considere en función de las características del edificio.

Artículo 31. Muestras opacas

2. b. En la zona 2 (la instalación de muestras opacas) deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) Deberán realizarse únicamente en forma de logotipo, marca o texto compuesto con letra suelta.
b) En planta baja sobre el dintel de los huecos de fachada del local, las muestras podrán tener, como máximo, una longitud total que no

supere la del dintel correspondiente y una altura de hasta treinta centímetros (30 cm.) con un saliente de cinco centímetros (5 cm.)

c) Las placas que se sitúen en las jambas de los portales ocuparán una dimensión máxima de un cuadrado de veinte centímetros (20 cm.) de lado y dos milímetros (2 mm.) de grosor.

Artículo 32. Muestras con iluminación

(...)

2. En la zona 2 (la instalación de muestras con iluminación) deberán cumplirse las siguientes condiciones:

a) Se realizarán en letras sueltas y logotipos luminosos e iluminados o en letras y logotipos calados sobre superficie opaca, con iluminación interior. La superficie opaca será como mínimo del sesenta por cien (60%) de la superficie total del soporte.

b) Cuando se coloquen en planta baja sobre el dintel de los huecos de fachada del local su longitud total no superará la del dintel correspondiente con una altura máxima de treinta centímetros (30 cm.).

Artículo 33. Banderines

1. (...) (En la instalación de banderines) el saliente máximo será de ochenta centímetros (80 cm.). Su dimensión vertical máxima será de noventa centímetros (90 cm.), salvo en la zona 2 donde su altura no superará los sesenta centímetros (60cm.). El grosor máximo de los banderines opacos e iluminados será de cinco centímetros (5 cm.) y el de los luminosos de quince centímetros (15 cm.).

(...)

3. En la zona 2, salvo en los edificios señalados en el artículo 9.1 y en los catalogados con nivel 2 de protección, se admitirán banderines tanto iluminados de forma externa mediante focos o proyectores sobre la parte superior con efecto de desvanecimiento, como luminosos en los que, sobre la superficie opaca, se recortarán o calarán las letras sueltas o logotipos iluminados interiormente. La superficie opaca será como mínimo del sesenta por cien (60%) de la superficie total del soporte. También podrán

instalarse con luz proyectada interiormente desde la parte superior del soporte de forma que se distribuya únicamente de arriba hacia abajo.

Artículo 35. Identificación de establecimientos con especiales exigencias de señalización

(...)

2. Para identificar las oficinas de farmacias se instalarán cruces de malta o griegas de color verde que deberán cumplir las condiciones señaladas para la instalación de las muestras y banderines con las siguientes especialidades:

a) El bastidor tendrá una dimensión máxima de ciento veinticinco centímetros (125 cm.) tanto si se coloca como banderín o muestra sobre la fachada. El saliente del soporte será de treinta centímetros (30 cm.).
b) Tendrán iluminación fija sin intermitencia, destellos ni mensajes móviles, pudiendo figurar el horario de la farmacia -12H o 24H- por sobrepasar los establecidos con carácter general, sin que puedan contener ningún tipo de logo, referencia a la actividad, nombre, información o publicidad.
c) Se colocarán sobre la fachada propia del local como muestra o banderín. Solo se permitirá la instalación de una muestra y un banderín por fachada del local. En supuestos excepcionales por la dificultad de visualizar el local desde la vía pública, se podrá colocar un banderín en la fachada de otro edificio distinto al del local en cuyo caso el bastidor será como máximo de noventa centímetros (90 cm.).

4. Para los establecimientos destinados al uso de servicios terciarios de hospedaje se establece un régimen de señalización especial acorde con la función social que desempeñan y su participación en el fomento del ámbito turístico-cultural de la ciudad.

La identificación de las actividades y establecimientos situados en la zona 2 y en edificios catalogados con niveles 1 y 2 de protección deberán contar con informe favorable de las comisiones competentes en protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

Las condiciones de señalización de las actividades de hospedaje se establecen con carácter general (...).

En edificios de uso exclusivo de servicios terciarios de hospedaje se podrán instalar banderines o banderolas de doscientos centímetros (200 cm.) de altura o hasta un máximo de altura igual a la mitad de la del edificio, con un saliente de ochenta centímetros (80 cm.).

En el supuesto de edificios de uso residencial en los que se encuentren implantadas, en planta de pisos, actividades comprendidas en el uso de servicios terciarios de hospedaje, amparadas en licencia, se podrán instalar banderines o banderolas en fachada de los edificios con las condiciones señaladas en el apartado anterior. En el supuesto de su implantación aislada las condiciones de los banderines o banderolas de identificación se ordenarán para cada edificio en particular mediante la presentación de un proyecto arquitectónico de la fachada sin que, en ningún caso, su altura pueda exceder de la del alto del hueco de fachada correspondiente y un saliente máximo de ochenta centímetros (80 cm.), instalándose un banderín por establecimiento.

Anexo 8. Listado y análisis de rótulos comerciales situados en las calles comerciales de Vista Alegre

Nombre	Calle	Tipo de negocio	Grupo	Situación	Tipo de rótulo	Tipografía empleada	Combinación cromática	Siguen recomendación de Satué	Material principal	Rótulos distinguidos
AhorraMás	Av. Nuestra Señora de Fátima	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Metálico	Franquicia
Aima asesores	Av. Nuestra Señora de Fátima	Asesoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Alba	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
Alcampo	Av. Nuestra Señora de Fátima	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Metálico	Franquicia
Alimentación y Frutos secos	Av. Nuestra Señora de Fátima	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No

Altafit Gym Club	Av. Nuestra Señora de Fátima	Gimnasio	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	Sintético	Franquicia
Apuestas del Estado	Av. Nuestra Señora de Fátima	Loterías	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Armarios Pachi	Av. Nuestra Señora de Fátima	Venta de muebles	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Arreglo de ropa	Av. Nuestra Señora de Fátima	Arreglos de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Arte Hélade	Av. Nuestra Señora de Fátima	Arte	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Artydents	Av. Nuestra Señora de Fátima	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	Sintético	Franquicia
Atuaire Estilistas	Av. Nuestra Señora de Fátima	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
Avenida byt tapas	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Cerrado	Muestra	Sin serifa y manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Banco Santander	Av. Nuestra Señora de Fátima	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Bar cafetería El Encuentro	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Cerrado	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Distinción étnica
Bar La bonbom	Av. Nuestra Señora de Fátima	Cafetería	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Barbershop	Av. Nuestra Señora de Fátima	Barbershop	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Bazar Hau	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bazar	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
Bebe y pica	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Bottone	Av. Nuestra Señora de Fátima	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	Tradicional

Brillos Blue Peluqueros	Av. Nuestra Señora de Fátima	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
Brooklyn's Café	Av. Nuestra Señora de Fátima	Cafetería	Restauración	Abierto	Banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Buskpiso	Av. Nuestra Señora de Fátima	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Café Tertulia Barroco	Av. Nuestra Señora de Fátima	Pub	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Cafetería Vivari	Av. Nuestra Señora de Fátima	Cafetería	Restauración	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Franquicia
CaixaBank	Av. Nuestra Señora de Fátima	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Catalana Occidente Carabanchel	Av. Nuestra Señora de Fátima	Seguros	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
CE Colada Expres	Av. Nuestra Señora de Fátima	Servicio de lavandería	Otros	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Cebrián	Av. Nuestra Señora de Fátima	Joyería/Relojería	Moda	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	Metálico	No
Centro de psicología clínica	Av. Nuestra Señora de Fátima	Psicología	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Centro Dental Gil Blanco	Av. Nuestra Señora de Fátima	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
CentroTex	Av. Nuestra Señora de Fátima	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Clínica Muelitas	Av. Nuestra Señora de Fátima	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Colchonería Onbe	Av. Nuestra Señora de Fátima	Colchonería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Comercial Fátima	Av. Nuestra Señora de Fátima	Venta de productos de belleza	Estética personal	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No

Compro Oro	Av. Nuestra Señora de Fátima	Compra-venta de oro	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Cose-bien	Av. Nuestra Señora de Fátima	Reparación y venta de máquinas de coser	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Cristina Peluquería Unisex	Av. Nuestra Señora de Fátima	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
D'Mila	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
De la Torre Floristas	Av. Nuestra Señora de Fátima	Floristería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra adosada al edificio o sin soporte	--	Tubo de neón	Tradicional
DeliKebab; DiPizza	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Cerrado	Muestra	Con serifa y manuscrita	Letra clara y oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Dental Rubio García	Av. Nuestra Señora de Fátima	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Dental Rubio García	Av. Nuestra Señora de Fátima	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Devinums	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Dhaka Frutas	Av. Nuestra Señora de Fátima	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Dhaka Frutas	Av. Nuestra Señora de Fátima	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Dinamica peluqueros	Av. Nuestra Señora de Fátima	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Dori Bell	Av. Nuestra Señora de Fátima	Venta de productos de belleza	Estética personal	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
El Madroño	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Distinción étnica
El mercadito	Av. Nuestra Señora de Fátima	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No

El Rincón del Greco	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
El sabor del Pacífico	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
El Suareg	Av. Nuestra Señora de Fátima	Centro de estética	Estética personal	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Eva - Luna	Av. Nuestra Señora de Fátima	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Farmacia	Av. Nuestra Señora de Fátima	Farmacia	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Metálico	No
Farmacia	Av. Nuestra Señora de Fátima	Farmacia	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Farmacia Bayón	Av. Nuestra Señora de Fátima	Farmacia	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	N/S	No
Fisioterapia & Osteopatía daSalud	Av. Nuestra Señora de Fátima	Fisioterapeuta	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
Flores Adela	Av. Nuestra Señora de Fátima	Floristería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Fotos Carnet Fotocopias	Av. Nuestra Señora de Fátima	Imprenta	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Frutas y verduras Ángel	Av. Nuestra Señora de Fátima	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Frutas y verduras Del Carmen	Av. Nuestra Señora de Fátima	Frutería	Alimentación	Cerrado	Muestra y banderín	Sin serifa y decorativa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Frutería Fátima	Av. Nuestra Señora de Fátima	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Gestoría Alemán	Av. Nuestra Señora de Fátima	Asesoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Gourmet Jorge	Av. Nuestra Señora de Fátima	Carnicería y/o Pescadería	Alimentación	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No

Gourmet Pollos y Carne	Av. Nuestra Señora de Fátima	Carnicería y/o Pescadería	Alimentación	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Halda	Av. Nuestra Señora de Fátima	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
HAM! Fresh Burger Madrid	Av. Nuestra Señora de Fátima	Hamburguesería	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Herbolario de Silvia	Av. Nuestra Señora de Fátima	Herbolario	Alimentación	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	N/S	No
Herbolarios Artesano	Av. Nuestra Señora de Fátima	Herbolario	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra clara sobre fondo claro	No	Sintético	No
Ibercaja	Av. Nuestra Señora de Fátima	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Impactos	Av. Nuestra Señora de Fátima	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Tubo de neón	Tradicional
Instalaciones Carabanchel	Av. Nuestra Señora de Fátima	Fontanería y otros	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa y decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
La Casa	Av. Nuestra Señora de Fátima	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Metálico	Franquicia
La Joya Cafetería	Av. Nuestra Señora de Fátima	Cafetería	Restauración	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
La Joya Pastelería	Av. Nuestra Señora de Fátima	Panadería	Alimentación	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra adosada al edificio o sin soporte	--	Tubo de neón	Tradicional
La Parada	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Tubo de neón	Tradicional
La Vitrola	Av. Nuestra Señora de Fátima	Pub	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Lamparas Carrasco	Av. Nuestra Señora de Fátima	Tienda de lámparas	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Lencería Charmant	Av. Nuestra Señora de Fátima	Lencería	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Tradicional

Li Sushi	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Distinción étnica
Locutorio Internet	Av. Nuestra Señora de Fátima	Locutorio	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Los 2 amigos	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Loterías y apuestas del Estado	Av. Nuestra Señora de Fátima	Loterías	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Lucía Bueno Estética	Av. Nuestra Señora de Fátima	Centro de estética	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Madre Tatto	Av. Nuestra Señora de Fátima	Estudio de tatuajes	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Malala	Av. Nuestra Señora de Fátima	Venta de muebles	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
Manicura y bisutería	Av. Nuestra Señora de Fátima	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Mar y tierra	Av. Nuestra Señora de Fátima	Carnicería y/o pescadería	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Mark's Chicken	Av. Nuestra Señora de Fátima	Comida preparada	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Market	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bazar	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Metálico	No
Mascotas	Av. Nuestra Señora de Fátima	Tienda para animales	Animales	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
ReNew	C. de la Oca	Taller de automóviles	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Franquicia
Medicina Estética	Av. Nuestra Señora de Fátima	Centro de estética	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita y sin serifa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Modas Auri	Av. Nuestra Señora de Fátima	Tienda de ropa	Moda	Abierto	No tiene	--	--	--	--	--

MRV	Av. Nuestra Señora de Fátima	Servicio de mensajería	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Ms.Nails	Av. Nuestra Señora de Fátima	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Metálico	No
Muebles Diseño Toledano	Av. Nuestra Señora de Fátima	Venta de muebles	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	Sí	Sintético	No
Muebles Sánchez	Av. Nuestra Señora de Fátima	Venta de muebles	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Decorativa y manuscrita	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Mulligan's	Av. Nuestra Señora de Fátima	Pub	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	N/S	Franquicia
Multiópticas	Av. Nuestra Señora de Fátima	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Franquicia
MuxcularWorld	Av. Nuestra Señora de Fátima	Nutrición deportiva	Alimentación	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Naz Esthetic	Av. Nuestra Señora de Fátima	Centro de estética	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
OpenBlue 24H	Av. Nuestra Señora de Fátima	Servicio de lavandería	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Óptica Caño	Av. Nuestra Señora de Fátima	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	N/S	Tradicional
Oskar Panadería	Av. Nuestra Señora de Fátima	Panadería	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	--	Metálico	Material y técnica destacables
Papelería María	Av. Nuestra Señora de Fátima	Papelería	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Passiflora	Av. Nuestra Señora de Fátima	Floristería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Pc-Portátiles	Av. Nuestra Señora de Fátima	Reparación de ordenadores	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Peluquería Gracy	Av. Nuestra Señora de Fátima	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No

Peluquería y belleza Di'Carla	Av. Nuestra Señora de Fátima	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra adosada al edificio o sin soporte	--	Tubo de neón	Tradicional
Peluquería Yeni	Av. Nuestra Señora de Fátima	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Peyo	Av. Nuestra Señora de Fátima	Venta de maletas y bolsos	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Plata de ley	Av. Nuestra Señora de Fátima	Joyería/Relojería	Moda	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Plaza China	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bazar	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Metálico	No
Pynak's Peluqueros	Av. Nuestra Señora de Fátima	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Metálico	Material y técnica destacables
Rafa Batán	Av. Nuestra Señora de Fátima	Frutería	Alimentación	Abierto	No tiene	--	--	--	--	--
Rastro 2° mano Beck's	Av. Nuestra Señora de Fátima	Venta objetos 2ª mano	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Redpiso	Av. Nuestra Señora de Fátima	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Metálico	Franquicia
Restaurante chino Jardín imperial	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Sin serifa y decorativa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	Tradicional
Restaurante chino Oriente City	Av. Nuestra Señora de Fátima	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	No latina y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Tubo de neón	Distinción étnica
Ronco Peluqueros	Av. Nuestra Señora de Fátima	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra adosada al edificio o sin soporte	--	Metálico	Material y técnica destacables
Rrelom	Av. Nuestra Señora de Fátima	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Madera	Material y técnica destacables
RT Móbil Shop	Av. Nuestra Señora de Fátima	Locutorio	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Sala live!!	Av. Nuestra Señora de Fátima	Discoteca	Restauración	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Tradicional

Sirkan	Av. Nuestra Señora de Fátima	Veterinario	Animales	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Super de paso	Av. Nuestra Señora de Fátima	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Metálico	No
Supermercados Día	Av. Nuestra Señora de Fátima	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Susei uñas	Av. Nuestra Señora de Fátima	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	N/S	No
Tabacos	Av. Nuestra Señora de Fátima	Estanco	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
Tattoo Piercing Mago	Av. Nuestra Señora de Fátima	Estudio de tatuajes	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa y manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Tecnocasa	Av. Nuestra Señora de Fátima	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Txurruki	Av. Nuestra Señora de Fátima	Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Viajes Cuatro vientos	Av. Nuestra Señora de Fátima	Agencia de viajes	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Tradicional
Viajes Saona	Av. Nuestra Señora de Fátima	Agencia de viajes	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Vitaldent	Av. Nuestra Señora de Fátima	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	N/S	Franquicia
Yannick Uñas	Av. Nuestra Señora de Fátima	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa y manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Andy peluquería	C. de la Laguna	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Ángel Joyero	C. de la Laguna	Joyería/Relojería	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo claro	No	Metálico	Tradicional
Bankinter	C. de la Laguna	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	Sintético	Franquicia

Bar cafetería La laguna 107	C. de la Laguna	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Barber shop	C. de la Laguna	Barbershop	Estética personal	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Beysa	C. de la Laguna	N/S	N/S	Cerrado	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Bisutería C&H complemento	C. de la Laguna	Venta de bolsos	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Busiteria Marta Rodríguez	C. de la Laguna	Joyería/Relojería	Moda	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Café Bar Laguna	C. de la Laguna	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Manuscrita y con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Cafés Pozo	C. de la Laguna	Tienda de café	Alimentación	Abierto	No tiene	--	--	--	--	--
Calzados Sago	C. de la Laguna	Zapatería	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Carrefour Market	C. de la Laguna	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Cartuchos para impresoras	C. de la Laguna	Tienda de cartuchos e impresoras	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Casabell	C. de la Laguna	Centro de estética	Estética personal	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Centro Óptico	C. de la Laguna	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Cex	C. de la Laguna	Videojuegos	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Clínica dental Adeslas	C. de la Laguna	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Dani cosméticos	C. de la Laguna	Venta de productos de belleza	Estética personal	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Dhaka Frutas y verduras	C. de la Laguna	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia

Día	C. de la Laguna	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Don Naranja	C. de la Laguna	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Double. L	C. de la Laguna	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
E&D	C. de la Laguna	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
El Buen Gusto	C. de la Laguna	Cafetería	Restauración	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Distinción étnica
Electro World	C. de la Laguna	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Ella	C. de la Laguna	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	Material y técnica destacables
Encuentro	C. de la Laguna	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Metálico	Franquicia
Europhil	C. de la Laguna	Envío de dinero	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Fara	C. de la Laguna	N/S	N/S	Cerrado	Muestra	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	Material y técnica destacables
Farmacia Laguna	C. de la Laguna	Farmacia	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
Gileno Barreto	C. de la Laguna	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Glamour	C. de la Laguna	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	Material y técnica destacables
Glinter lencería	C. de la Laguna	Lencería	Moda	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Granier	C. de la Laguna	Panadería	Alimentación	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia

Halda	C. de la Laguna	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Herbolario el Tomillo	C. de la Laguna	Herbolario	Alimentación	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara y oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Hermanos Ortiz	C. de la Laguna	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra	Manuscrita, sin serifa y decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Tubo de neón	Material y técnica destacables
Hita	C. de la Laguna	Panadería	Alimentación	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Tradicional
Jessica	C. de la Laguna	Zapatería	Moda	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Jota Eme Boutique	C. de la Laguna	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
JR III Estilistas	C. de la Laguna	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
La Laguna Centro Comercial	C. de la Laguna	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
La ventana natural	C. de la Laguna	Herbolario	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Latin M Barber Shop	C. de la Laguna	Barbershop	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo claro	No	N/S	No
Latin travel	C. de la Laguna	Envío de dinero	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Loterías y apuestas del estado	C. de la Laguna	Loterías	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Luis Blanco	C. de la Laguna	Decoración textil	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Mangoya	C. de la Laguna	Batidos	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa y con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Marvimundo	C. de la Laguna	Perfumería	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Franquicia

Mascasa group	C. de la Laguna	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
May Phone	C. de la Laguna	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Mercadito Rojo	C. de la Laguna	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
mia mia	C. de la Laguna	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Franquicia
Mil decilias	C. de la Laguna	Cafetería	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	N/S	No
MK mobile shop	C. de la Laguna	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Sintético	No
Moda Andrea	C. de la Laguna	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Moda Laguna	C. de la Laguna	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Móvil Telefonía	C. de la Laguna	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra	No latina y sin serifa	Letra clara y oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	Distinción étnica
Multiópticas	C. de la Laguna	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Franquicia
Museo de la empanada	C. de la Laguna	Comida preparada	Restauración	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Nail show	C. de la Laguna	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Natural Optics La Oca	C. de la Laguna	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Oímos gabinete auditivo	C. de la Laguna	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Óptica Ramos	C. de la Laguna	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra	Decorativa y manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No

Orange	C. de la Laguna	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Metálico	Franquicia
Outlet	C. de la Laguna	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Ozium	C. de la Laguna	Casa de apuestas	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Pamposa Fashion	C. de la Laguna	Tienda de ropa	Moda	Cerrado	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Panadería Unión latina	C. de la Laguna	Panadería	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Pasa & Pica	C. de la Laguna	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Pedro Garbayo	C. de la Laguna	Decoración textil	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Penalva	C. de la Laguna	Tienda de ropa infantil	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Primaprix	C. de la Laguna	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Metálico	Franquicia
Reloj Racer Japan Lorite	C. de la Laguna	Joyería/Relojería	Moda	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Summy	C. de la Laguna	Heladería	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	Metálico	Franquicia
Tabacos	C. de la Laguna	Estanco	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
Tedi	C. de la Laguna	Decoración	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
The Beauty Corner	C. de la Laguna	Cosméticos	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
The Best Sport	C. de la Laguna	Tienda de ropa deportiva	Moda	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia

Top Nails	C. de la Laguna	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Uñas decorativas	C. de la Laguna	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Vida Feliz	C. de la Laguna	Tienda de ropa infantil	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	Tradicional
Vivienda Madrid	C. de la Laguna	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Yi Mai Uñas	C. de la Laguna	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo claro	No	Sintético	No
Youssef Barber Shop	C. de la Laguna	Barbershop	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
50 tintes de Grey	C. de La Oca	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Abogados	C. de La Oca	Gestoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Banderín	Sin serifa	Letra clara y oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Abogados Extranjería	C. de La Oca	Gestoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Alea Oca Salón de Juego	C. de La Oca	Casa de apuestas	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Alimentación La Prima	C. de La Oca	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Distinción étnica
Alimentación Latina Willy	C. de La Oca	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra oscura y clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Distinción étnica
Alquiler Seguro	C. de La Oca	Gestoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Aluminios y PVC García Moncloa	C. de La Oca	Aluminios y PVC	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Apuestas Deportivas RETAbet	C. de La Oca	Casa de apuestas	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia

APYED Servicios Podológicos	C. de La Oca	Podología	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Audicost	C. de La Oca	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Audika	C. de La Oca	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Autoescuela Ernesto	C. de La Oca	Autoescuela	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita y con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Autoescuela Fama	C. de La Oca	Autoescuela	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
Bafre Inmobiliaria	C. de La Oca	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Sintético	Franquicia
Banco Pichincha	C. de La Oca	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Bar Curro	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Barber & Beauty	C. de La Oca	Barbershop	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo claro	Sí	Metálico	No
Barber shop	C. de La Oca	Barbershop	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
BBVA	C. de La Oca	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Bellissima	C. de La Oca	Centro de estética	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
BTravel	C. de La Oca	Agencia de viajes	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Burger King	C. de La Oca	Hamburguesería	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Café Cris	C. de La Oca	Cafetería	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No

Cafeteria Marlo	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Sin serifa y con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Cafetería Marlo	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
Cafetería Maurin	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Cerrado	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
CaixaBank	C. de La Oca	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Calzados Maribel	C. de La Oca	Zapatería	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita y con serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	--	Tubo de neón	Material y técnica destacables
Carlos Positivo Peluquería	C. de La Oca	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Carnicería La Calidad	C. de La Oca	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra	Decorativa y no latina	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Distinción étnica
Casa Joven	C. de La Oca	Decoración	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa y manuscrita	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Casa Primavera	C. de La Oca	Bazar	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Sintético	No
Centro Dietético	C. de La Oca	Herbolario	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Centro Médico Carpetana	C. de La Oca	Centro médico	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Metálico	No
Churrería	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
Cimadevilla	C. de La Oca	Camisería	Moda	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo claro	No	Metálico	Tradicional
Clínica Dental Vistalegre	C. de La Oca	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Coffee House	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No

Colchonería D'Gala	C. de La Oca	Colchonería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Colchonerías Hnos. Maqueda	C. de La Oca	Colchonería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Comerical Vaishali	C. de La Oca	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Consultores Sarot	C. de La Oca	Gestoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Cris Peluqueros	C. de La Oca	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Decode Colchonería	C. de La Oca	Colchonería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Sintético	No
Decomisos Mundo electrónico	C. de La Oca	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa, con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Decoración Decoroca	C. de La Oca	Decoración	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara y oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Delicias del campo Frutas y verduras	C. de La Oca	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Dentaria	C. de La Oca	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Descanso Actual	C. de La Oca	Colchonería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Despensa familiar Jireh	C. de La Oca	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Distinción étnica
Dhaka Frutas y Verduras	C. de La Oca	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Domitienda	C. de La Oca	Colchonería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Dormitorum	C. de La Oca	Colchonería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia

Dream Style	C. de La Oca	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
DUKO Peluqueros	C. de La Oca	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa y con serifa	Letra clara y oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Duplicado de llaves	C. de La Oca	Duplicados de llaves	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
El Dorado	C. de La Oca	Casa de apuestas	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa y sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	Franquicia
El Prado Prado	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
El Universo del Hogar	C. de La Oca	Decoración	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Electrodomésticos Master	C. de La Oca	Electrodomésticos	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Elha Laser & Beauty Oca	C. de La Oca	Centro de estética	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Sintético	No
Empanadas Argentinas	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Europhil	C. de La Oca	Envío de dinero	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Farmacia Alfonso Ibañez Pinto	C. de La Oca	Farmacia	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	No
Farmacia Maria Jose Salinas	C. de La Oca	Farmacia	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
Flores García Morato	C. de La Oca	Floristería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Banderín	Manuscrita y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Floristería Madrid	C. de La Oca	Floristería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Frutas Dhaka	C. de La Oca	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia

Frutas Verduras Fatima el Zahara	C. de La Oca	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara y oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Frutas y verduras	C. de La Oca	Frutería	Alimentación	Cerrado	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Frutas y Verduras Oca	C. de La Oca	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Frutería La Oca	C. de La Oca	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Frutos Secos De Rechupete	C. de La Oca	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
GAES	C. de La Oca	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Gestoría Simón	C. de La Oca	Gestoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Globalpiso Inmobiliaria	C. de La Oca	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Metálico	Franquicia
Gran Café	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	N/S	No
Halcón Viajes	C. de La Oca	Agencia de viajes	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Ibercaja	C. de La Oca	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
In & Out	C. de La Oca	Lencería	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Indian collection	C. de La Oca	Tienda de ropa	Moda	Cerrado	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Inmobiliaria VOhome	C. de La Oca	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
JJH Gracias, gracias, gracias	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No

Jopal Joyería	C. de La Oca	Joyería/Relojería	Moda	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	Metálico	Tradicional
Joyería Onix	C. de La Oca	Joyería/Relojería	Moda	Cerrado	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
KaleyLand	C. de La Oca	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
Kutxabank	C. de La Oca	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
La Aventura	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Manuscrita y con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
La Campana de León	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
La Cortá Ultramarinos	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Vidrio	Material y técnica destacables
La Oca Complementos	C. de La Oca	Venta de bolsos	Moda	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
La Turística	C. de La Oca	Agencia de viajes	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Latinotienda	C. de La Oca	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Distinción étnica
Ledesma Asesoría	C. de La Oca	Asesoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Levaduramadre	C. de La Oca	Panadería	Alimentación	Abierto	No tiene	--	--	--	--	--
Liber Bank	C. de La Oca	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Lidl	C. de La Oca	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	Sintético	Franquicia
Linong	C. de La Oca	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Loterías y apuestas del Estado	C. de La Oca	Lotería	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No

Loterías y apuestas del Estado	C. de La Oca	Lotería	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Luckia	C. de La Oca	Casa de apuestas	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Metálico	Franquicia
M.H Peluquería y uñas	C. de La Oca	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra clara y oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Market	C. de La Oca	Bazar	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
McDonalds	C. de la Oca	Hamburguesería	Restauración	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	--	Metálico	Franquicia
Mercadona	C. de La Oca	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	Franquicia
Michel Peluquería Caribeña	C. de La Oca	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Mini Market	C. de La Oca	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara y oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Mister Estambul Doner Kebab	C. de La Oca	Kebab	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
MobileHouse	C. de La Oca	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Moda Alegre	C. de La Oca	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Modas Ana	C. de La Oca	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Movistar	C. de La Oca	Telefonía móvil	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Nautalia Viajes	C. de La Oca	Agencia de viajes	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Nevada Salón de juegos	C. de La Oca	Casa de apuestas	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia

Oca Servicios Inmobiliarios	C. de La Oca	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	Sí	Metálico	No
Opticalia	C. de La Oca	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Ópticas Boom Factory	C. de La Oca	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Palazzo	C. de La Oca	Heladería	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Panaderia Oca	C. de La Oca	Panadería	Alimentación	Abierto	No tiene	--	--	--	--	--
Papelería Oca	C. de La Oca	Papelería	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
Peluquería	C. de La Oca	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa y no latina	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Distinción étnica
Peluquería Canina	C. de La Oca	Productos para animales	Animales	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Peluquería de caballeros	C. de La Oca	Barbershop	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa y decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Peluquería Islam	C. de La Oca	Barbershop	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita y no latina	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Distinción étnica
Perfumarte	C. de La Oca	Perfumería	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
PhoneHouse	C. de La Oca	Telefonía móvil	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Primaprix	C. de La Oca	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Metálico	Franquicia
Puertas Geldar	C. de La Oca	Puertas	Decoración, hogar y reparaciones	Cerrado	Muestra y banderín	Con serifa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
Redpiso	C. de La Oca	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Metálico	Franquicia
Ria MoneyGram (SBERBANK)	C. de La Oca	Servicio de transferencias de dinero	Telefonía, envíos de	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia

			dinero y electrónica							
Rincon Fantasy	C. de La Oca	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
RMG Modas	C. de La Oca	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Rodilla	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Franquicia
Roni Telefonía Movil	C. de La Oca	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Royal Crown Salón de Juegos	C. de La Oca	Casa de apuestas	Otros	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Salvaje Vape Shop	C. de La Oca	Tabaco y derivados	Otros	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
San José	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
Sani Cosméticos	C. de La Oca	Venta de productos de belleza	Estética personal	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Sani Peluquería y Estética	C. de La Oca	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Santander	C. de La Oca	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Showroom Pasaje	C. de La Oca	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Sotone Centro Óptico	C. de La Oca	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Sotone Centro Óptico	C. de La Oca	Óptica/Audiología	Salud	Cerrado	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Sqrups	C. de La Oca	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Metálico	Franquicia

Tabacos	C. de La Oca	Tabaco y derivados	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
Taller Dacia	C. de La Oca	Taller de automóviles	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Metálico	Franquicia
Taller Renault	C. de La Oca	Taller de automóviles	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Franquicia
Talleres Oca	C. de La Oca	Taller de automóviles	Otros	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Telar	C. de La Oca	Decoración textil	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Tradicional
The Mobile Zone	C. de La Oca	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Tienda de segunda mano	C. de La Oca	Tienda de segunda mano	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Todo a 10 y +	C. de La Oca	Bazar	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Tokio	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Trébol	C. de La Oca	Casa de apuestas	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
Unicaja	C. de La Oca	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	No tiene	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Uñas de salón	C. de La Oca	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Metálico	No
Uñas La Reina	C. de La Oca	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
V&TI Abogados	C. de La Oca	Gestoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Visionlab	C. de La Oca	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia

Vivantadental	C. de La Oca	Clínica dental	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Vivari	C. de La Oca	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Franquicia
Vodafone	C. de La Oca	Telefonía móvil	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	Metálico	Franquicia
Volup Peluqueros	C. de La Oca	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Vuelos financiados	C. de La Oca	Agencia de viajes	Asesorías y gestorías	Cerrado	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Xana Belleza	C. de La Oca	Centro de estética	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa y con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Yeya y peruchito	C. de La Oca	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Distinción étnica
Youmi Nails	C. de La Oca	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	N/S	No
Yuhan	C. de La Oca	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	Material y técnica destacables
Zapatonia	C. de La Oca	Zapatería	Moda	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Zapp Zapatos	C. de La Oca	Zapatería	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
ZonaMóvil	C. de La Oca	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Cerrado	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Abraham	Paseo de Marcelino Camacho	Perfumería	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita y con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	N/S	Tradicional
Alimentación Bazar	Paseo de Marcelino Camacho	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Alimentación y bebidas	Paseo de Marcelino Camacho	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No

Aló Pollo	Paseo de Marcelino Camacho	Comida preparada	Restauración	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Distinción étnica
Arpel Dental	Paseo de Marcelino Camacho	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Autoescuela Montero Espinosa	Paseo de Marcelino Camacho	Autoescuela	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Bar Apolo XIII	Paseo de Marcelino Camacho	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Bar El Caribe	Paseo de Marcelino Camacho	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Bar Pemar	Paseo de Marcelino Camacho	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Bar Sónico	Paseo de Marcelino Camacho	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Barbershop	Paseo de Marcelino Camacho	Barbershop	Estética personal	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Belen Blanco	Paseo de Marcelino Camacho	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	Material y técnica destacables
Bolsos Imperator	Paseo de Marcelino Camacho	Venta de maletas y bolsos	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
BonArea	Paseo de Marcelino Camacho	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Boutique	Paseo de Marcelino Camacho	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Boutique Arco Iris	Paseo de Marcelino Camacho	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo indefinido	No	Sintético	No
Cafetería Milán	Paseo de Marcelino Camacho	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	No tiene	--	--	--	--	--
Caixabank	Paseo de Marcelino Camacho	Sucursal bancaria	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia

Cajamar	Paseo de Marcelino Camacho	Sucursal bancaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Calzados Tapia Hnos.	Paseo de Marcelino Camacho	Zapatería	Moda	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Caminito Latino	Paseo de Marcelino Camacho	Bar/Restaurante	Restauración	Cerrado	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Carnicería Alhambra	Paseo de Marcelino Camacho	Carnicería y/o pescadería	Alimentación	Abierto	Muestra	No latina y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Distinción étnica
Carpintería de aluminio	Paseo de Marcelino Camacho	Carpintería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Centro Médico Dental Virgen del Cisne	Paseo de Marcelino Camacho	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Cerrajería Quick Service	Paseo de Marcelino Camacho	Cerrajería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Cervecería Gonmar	Paseo de Marcelino Camacho	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
Clínica Dental	Paseo de Marcelino Camacho	Clínica dental	Estética personal	Cerrado	Muestra	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Clínica Dental	Paseo de Marcelino Camacho	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Metálico	No
Clínica Dental Espinoza	Paseo de Marcelino Camacho	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Clínica Veterinaria Vista Alegre	Paseo de Marcelino Camacho	Veterinario	Animales	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Colada Rápida	Paseo de Marcelino Camacho	Servicio de lavandería	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Coral Platería	Paseo de Marcelino Camacho	Joyería/Relojería	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Corte Chino	Paseo de Marcelino Camacho	Bazar	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No

Corte Chino	Paseo de Marcelino Camacho	Bazar	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Decoraciones Muñoz Grandes	Paseo de Marcelino Camacho	Decoración	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Domino's Pizza	Paseo de Marcelino Camacho	Pizzería	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Dr. Sánchez Villalba Pediatra	Paseo de Marcelino Camacho	Pediatría	Salud	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Droguería Alejandro	Paseo de Marcelino Camacho	Perfumería	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Fancy Dreams	Paseo de Marcelino Camacho	Centro de estética	Estética personal	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Madera	Material y técnica destacables
Farmacia	Paseo de Marcelino Camacho	Farmacia	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	No
Farmacia	Paseo de Marcelino Camacho	Farmacia	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	No
Fisioterapia	Paseo de Marcelino Camacho	Fisioterapeuta	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Frutas y verduras Los Primos	Paseo de Marcelino Camacho	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Frutería Taher	Paseo de Marcelino Camacho	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Gestoría	Paseo de Marcelino Camacho	Gestoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Hiper Otoño	Paseo de Marcelino Camacho	Bazar	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Iberpisos	Paseo de Marcelino Camacho	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Inmobiliaria Planet Pisos	Paseo de Marcelino Camacho	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No

Instituto De Implantología Dental Avanzada	Paseo de Marcelino Camacho	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
JESP estilistas	Paseo de Marcelino Camacho	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Joval Joyeros	Paseo de Marcelino Camacho	Joyería/Relojería	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	Tradicional
Jufer	Paseo de Marcelino Camacho	Joyería/Relojería	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	Material y técnica destacables
Kebab Food	Paseo de Marcelino Camacho	Kebab	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Kiron	Paseo de Marcelino Camacho	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
L&J Uñas	Paseo de Marcelino Camacho	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Metálico	No
La Fábrica Toldos y Persianas	Paseo de Marcelino Camacho	Venta de toldos y persianas	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
La Verdad Lencería	Paseo de Marcelino Camacho	Lencería	Moda	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Las Vegas Sports Bar	Paseo de Marcelino Camacho	Casa de apuestas	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Linong	Paseo de Marcelino Camacho	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Linong	Paseo de Marcelino Camacho	Tienda de ropa	Moda	Cerrado	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Material y técnica destacables
Little Caesars Pizza	Paseo de Marcelino Camacho	Pizzería	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	Metálico	Franquicia
Los 2 Amigos	Paseo de Marcelino Camacho	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
María y Camacho	Paseo de Marcelino Camacho	Asesoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No

MásVisión	Paseo de Marcelino Camacho	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Moda Susu	Paseo de Marcelino Camacho	Outlet de moda	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Napoli Pizza Academy Cor & Cor	Paseo de Marcelino Camacho	Pizzería	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Número 5 Salón de Uñas	Paseo de Marcelino Camacho	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Obrador Dulce Pecado	Paseo de Marcelino Camacho	Pastelería	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Papelería Carabanchel	Paseo de Marcelino Camacho	Papelería	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Parejo Joyería	Paseo de Marcelino Camacho	Joyería/Relojería	Moda	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Parrilla Santa Cruz	Paseo de Marcelino Camacho	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	No tiene	--	--	--	--	--
Pascal Peluqueros	Paseo de Marcelino Camacho	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Peluquería Yasser	Paseo de Marcelino Camacho	Barbershop	Estética personal	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura y clara sobre fondo claro	No	Sintético	No
Pilokos	Paseo de Marcelino Camacho	Tienda de ropa intfantil	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Pizzería Carlos	Paseo de Marcelino Camacho	Pizzería	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Queen's nail	Paseo de Marcelino Camacho	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Reparaciones San Bruno	Paseo de Marcelino Camacho	Fontanería y otros	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Ria Locutorio Jaber	Paseo de Marcelino Camacho	Locutorio	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia

Ropa de trabajo Reina	Paseo de Marcelino Camacho	Tienda de ropa de trabajo	Moda	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Salón de Juegos 777	Paseo de Marcelino Camacho	Casa de apuestas	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Sánchez Muebles	Paseo de Marcelino Camacho	Venta de muebles	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Metálico	Tradicional
Scorer	Paseo de Marcelino Camacho	Tienda de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara y oscura sobre fondo oscuro	No	Metálico	No
Servicio Técnico	Paseo de Marcelino Camacho	Electrónica	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Soriano	Paseo de Marcelino Camacho	Tienda de bricolaje	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Sportium Apuestas Deportivas	Paseo de Marcelino Camacho	Casa de apuestas	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Streed Pride Tattoo	Paseo de Marcelino Camacho	Estudio de tatuajes	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	No	N/S	No
Tabacos	Paseo de Marcelino Camacho	Estanco	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
Tabacos	Paseo de Marcelino Camacho	Estanco	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Tradicional
Tecnocasa	Paseo de Marcelino Camacho	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Tu Orquídea	Paseo de Marcelino Camacho	Venta de maletas y bolsos	Moda	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Western Union Locutorio Internet	Paseo de Marcelino Camacho	Locutorio	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Wuasi multiservicios y reformas	Paseo de Marcelino Camacho	Reformas	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Yao Uña	Paseo de Marcelino Camacho	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No

Administración de fincas	Vía Carpetana	Asesoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Administración de fincas	Vía Carpetana	Gestoría	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Alimentación Bazar	Vía Carpetana	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Alimentación Mimosa	Vía Carpetana	Alimentación	Alimentación	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Sintético	No
Arreglos textiles	Vía Carpetana	Arreglos de ropa	Moda	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Sintético	No
Bar Chigar	Vía Carpetana	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Bar El Verde	Vía Carpetana	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Metálico	Tradicional
Basic-Fit	Vía Carpetana	Gimnasio	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara y oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	Franquicia
Biswas	Vía Carpetana	Tienda de ropa india	Moda	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Cafetería Pirámides	Vía Carpetana	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Tradicional
Cardy's	Vía Carpetana	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Franquicia
Carpetana Motor	Vía Carpetana	Taller de automóviles	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Centro de Estética S.XXI	Vía Carpetana	Centro de estética	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita, sin serifa y con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Centro Médico Carpetana	Vía Carpetana	Centro médico	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Centro Médico Carpetana	Vía Carpetana	Centro médico	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Metálico	No

Centro Óptica Social	Vía Carpetana	Óptica/Audiología	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	Franquicia
Clementine Outlet	Vía Carpetana	Tienda de ropa	Moda	Cerrado	Muestra y banderín	Decorativa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Clínica Dental SMC	Vía Carpetana	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Clínica Zúmel	Vía Carpetana	Centro médico	Salud	Abierto	Muestra	Sin serifa y con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Comunicrea	Vía Carpetana	Regalos publicitarios	Otros	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
El Bosque Interiorismo	Vía Carpetana	Venta de muebles	Decoración, hogar y reparaciones	Cerrado	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
El Cuarterón	Vía Carpetana	Venta de toldos y persianas	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Decorativa y con serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Emoriva Salón de juegos	Vía Carpetana	Casa de apuestas	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Metálico	Franquicia
Estudio de arte	Vía Carpetana	Arte	Otros	Abierto	No tiene	--	--	--	--	--
Farmacia Jonás García Navarro	Vía Carpetana	Farmacia	Salud	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Ferretería Serma	Vía Carpetana	Ferretería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Fisiocinesia	Vía Carpetana	Fisioterapeuta	Salud	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo claro	No	Madera	Material y técnica destacables
Flores y decoraciones Kathy	Vía Carpetana	Floristería	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Frutas y verduras Los primos	Vía Carpetana	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra clara sobre fondo indeterminado	No	Sintético	No
Frutas y verduras Moha con sus amigos	Vía Carpetana	Frutería	Alimentación	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No

Inmobiliaria Laguna	Vía Carpetana	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Cerrado	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Sintético	No
Intergas	Vía Carpetana	Servicio técnico	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Jean Claude Olivier Peluqueros	Vía Carpetana	Peluquería	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No
Jofer	Vía Carpetana	Venta de muebles	Decoración, hogar y reparaciones	Cerrado	Muestra	Sin serifa	Letra adosada al edificio o sin soporte	Sí	Madera	Material y técnica destacables
Kebab Carpetana	Vía Carpetana	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Lidl	Vía Carpetana	Supermercado	Alimentación	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Luzara	Vía Carpetana	Tienda de iluminación	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Moly Dental	Vía Carpetana	Clínica dental	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Muebles a medida	Vía Carpetana	Venta de muebles	Decoración, hogar y reparaciones	Cerrado	Muestra	Manuscrita y sin serifa	Letra clara y oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Muebles Alondra	Vía Carpetana	Venta de muebles	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Con serifa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Musical Princesa	Vía Carpetana	Venta de instrumentos	Otros	Abierto	Muestra y banderín	Con serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	Tradicional
Nail Beauty Lash	Vía Carpetana	Salón de uñas	Estética personal	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Pan y vicios	Vía Carpetana	Panadería	Alimentación	Abierto	Muestra	Manuscrita	Letra clara sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Papelería El globo	Vía Carpetana	Papelería	Otros	Cerrado	Muestra	Sin serifa y decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Paty Cosméticos	Vía Carpetana	Cosméticos	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa y decorativa	Letra clara sobre fondo oscuro	Sí	Sintético	No

Peluquería de caballeros	Vía Carpetana	Barbershop	Estética personal	Abierto	Muestra y banderín	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	No
Restaurante Canadá	Vía Carpetana	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra clara sobre fondo claro	No	Metálico	Tradicional
Ria Locutorio Shati Telecom	Vía Carpetana	Envío de dinero	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra y banderín	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Salsería Cervecería	Vía Carpetana	Bar/Restaurante	Restauración	Abierto	Muestra y banderín	Manuscrita	Letra adosada al edificio o sin soporte	--	Tubo de neón	Material y técnica destacables
Seguros Ocaso	Vía Carpetana	Seguros	Asesorías y gestorías	Cerrado	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Tecnocasa	Vía Carpetana	Inmobiliaria	Asesorías y gestorías	Abierto	Muestra	Decorativa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia
Tejidos Meco	Vía Carpetana	Venta de tejidos	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Tejidos Meco Retales al peso	Vía Carpetana	Venta de tejidos	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Decorativa y sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Tradicional
Toldos Cibeles	Vía Carpetana	Venta de toldos y persianas	Decoración, hogar y reparaciones	Abierto	Muestra	Con serifa	Letra oscura sobre fondo oscuro	No	Sintético	No
Wu Western Union	Vía Carpetana	Envío de dinero	Telefonía, envíos de dinero y electrónica	Abierto	Muestra	Sin serifa	Letra oscura sobre fondo claro	No	Sintético	Franquicia

Anexo 9. Fichas de catalogación

PAN

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: Desconocido
Localización: Calle de Saturnino Tejera, 1
Descripción: Se trata de un rótulo pintado sobre la fachada de un edificio con letras en mayúscula que forman la palabra “PAN”.

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra opaca
Datación: Desconocido
Técnica: Pintura
Material: Aplicado en la propia fachada

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto
Tipografía: Dibujada a mano
Color empleado en el soporte: Blanco (propio de la fachada)
Color empleado en la letra: Rojo granate con bordes verdes

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Estado deteriorado
Deterioros destacables: La pintura se encuentra desgastada. Debido a la instalación de otros rótulos sobre él, es probable que la pared donde se encuentra presente perforaciones y otros desgastes que también afecten al rótulo.

OTROS DATOS

Estado del local: Desaparecido
Datos sobre el local: Ninguno
Otras observaciones: Este rótulo se descubrió durante el trabajo de campo, tras el cierre y posterior retirada del rótulo perteneciente al negocio que actualmente se encontraba en el local llamado “Seremos Latinos”. El rótulo PAN se encontraba debajo de la plancha de vinilo que este negocio utilizaba para señalizarse.

CUALIDADES
Rótulo tradicional, material y técnica destacados, susceptible de desaparecer.

BARRIO
KARABANCHEL

BAR RIO

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: Bar Río
Localización: Calle del Halcón, 6
Descripción: Es un banderín cuya estructura metálica tiene forma de hueso. Está escrito el nombre del local en mayúsculas "BAR RIO" en una tipografía decorativa que evoca a la festividad de Halloween. Separando las dos palabras que componen el nombre del local se encuentra la ilustración de una mujer *zombie* verde con una banda que cierra su dibujo y donde pone "Karabanchel".

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Banderín retroiluminado
Datación: Menos de 10 años
Técnica: Impresión láser
Material: Vinilo translúcido

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Imagen y texto
Tipografía: Decorativa
Color empleado en el soporte: Blanco
Color empleado en la letra: Rosa y negro

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Buen estado
Deterioros destacables: Ninguno

OTROS DATOS

Estado del local: Abierto
Datos sobre el local: Local abierto desde 1992. A partir de ciertos artículos sobre éste es posible saber que se trata de un negocio muy integrado en el barrio. Ver en:
https://porcarabanchel.es/bar-rio-cris-mariola-carabanchel-esencia/
https://www.elsaltodiario.com/barrios/carabanchel-el-madrid-que-resiste-al-otro-lado-del-rio
Otras observaciones: Gracias a fotografías que se pueden encontrar en las redes sociales del negocio es posible saber que no hace mucho, donde encuentra este rótulo, antes había un banderín colgante de la marca de cervezas *Mahou*.

CUALIDADES
Rótulo perteneciente a un local integrado en el barrio

MUEBLES DE OFICINA
JOFER DECORACIO
PUERTAS
165

DECORACIÓN JOFER

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: Decoración Jofer
Localización: Calle Vía Carpetana, 161
Descripción: Este rótulo rodea la totalidad del espacio del local, ocupando dintel y ambas jambas, donde se puede leer (de izquierda a derecha, de arriba a abajo): "PUERTAS, JOFER, DECORACIÓN, BRICOLAGE, MAQUETAS". El material ha sido pintado en la zona donde se sitúan las letras. La palabra JOFER se encuentra en el interior de un polígono con forma de casa con tejado, adecuando las letras al espacio y en el que la "F" es más grande y ancha que las otras letras.

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra opaca
Datación: Desconocido, aunque se le atribuye antigüedad
Técnica: Tallado
Material: Madera

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto
Tipografía: Tallado a mano
Color empleado en el soporte: Rojo granate
Color empleado en la letra: Color propio del material

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Estado deteriorado
Deterioros destacables: El material se encuentra desgastado por el paso del tiempo. A pesar de que el cristal y la puerta del local han sufrido pintadas, las letras del rótulo se encuentran libres de éstas.

OTROS DATOS

Estado del local: Cerrado
Datos sobre el local: Es posible que pertenezca a la empresa valenciana Carpintería Jofer S.L, aunque los diferentes logos empleados impide saberlo con precisión.
Otras observaciones: Encima del rótulo de madera, instalado debajo de la terraza del piso que se encuentra encima, se encuentra otro de fondo blanco en el que pone "MUEBLES DE OFICINA" con letras grises junto a un logo de letras anaranjadas. No es posible saber si pertenecen al mismo negocio.

CUALIDADES
Rótulo de material y técnica destacados, susceptible de desaparecer

RESTAURANTE. CHINO O ENTE CITY
東方城
Restaurante Chino
Oriente City
东方城酒楼
Tel: 914 613 924 - 915 257 597
Restaurante Chino
Oriente City
东方城酒楼
Tel: 914 613 924 - 915 257 597
GESTIÓN
AUTÓ
FISCAL

RESTAURANTE CHINO ORIENTE CITY

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: Restaurante Chino Oriente City
Localización: Avenida Nuestra Señora de Fátima, 84
Descripción: Rótulo de neón instalado en la parte superior del edificio sobre un soporte negro. Debido a la caída de algunas letras, se puede leer "RESTAURANTE CHINO O ENTE CITY". Cuando está iluminado, las palabras "Restaurante" y "Oriente city" se encienden de color verde, mientras que la palabra "Chino" es de color rojo anaranjado. El borde que cierra el rótulo cambia de color de forma intermitente de verde a rojo anaranjado y viceversa.

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra iluminada
Datación: Posiblemente los mismos del local (34 años)
Técnica: Instalación eléctrica
Material: Tubo de neón

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto
Tipografía: Sin serifa
Color empleado en el soporte: Negro
Color empleado en la letra: Color propio del material del tubo

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Estado deteriorado
Deterioros destacables: Algunas letras se han caído y otras están torcidas.

OTROS DATOS

Estado del local: Abierto
Datos sobre el local: Local abierto desde 1989.
Otras observaciones: Debajo de este rótulo se encuentra otro opaco de tipografía no latina conformado por una estructura metálica (acero o aluminio, probablemente) y plástico (posiblemente vinilo) de color azul. Tras él, unos tubos de neón de color azul están instalados. También tiene un banderín metálico negro en el que pone en letras blancas manuscritas que evocan un estilo medieval "RTE. ORIENTE CITY, COCINA ORIENTAL, CASA FUNDADA EN 1989" acompañadas del mismo texto en caligrafía no latina que se encuentra instalado en la fachada.

CUALIDADES
Rótulo tradicional, rótulo perteneciente a un local integrado en el barrio, rótulo de material y técnica destacados, rótulo que otorga multiculturalidad

LA CORTÁ
ULTRAMARINOS
EMBUTIDOS
15
CONSERVAS
TDK

LA CORTÁ

LA CORTÁ ULTRAMARINOS

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: La Cortá
Localización: Calle de la Oca, 15
Descripción: La estructura de vidrio se extiende a lo largo de la parte superior del local, presumiblemente sujeta por una estructura metálica o similar. En él, se puede leer (de izquierda a derecha): "VINOS 15 VERMUT, BAR, LA CORTÁ, ULTRAMARINOS, EMBUTIDOS 15 CONSERVAS". Las palabras "vinos", "vermut", "embutidos" y "conservas" aparecen rodeando a los dos "15" que se encuentran en los extremos.

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra opaca
Datación: Menos de 5 años
Técnica: Vidrio pintado
Material: Vidrio

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto
Tipografía: Dibujada a mano
Color empleado en el soporte: Negro
Color empleado en la letra: Dorado

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Buen estado
Deterioros destacables: Ninguno

OTROS DATOS

Estado del local: Abierto
Datos sobre el local: Se trata de un negocio muy reciente. Según sus redes sociales, es probable que abriera sus puertas a finales del año 2019.
Otras observaciones: El negocio ha instalado focos que iluminan el rótulo.

CUALIDADES
Rótulo de material y técnica destacados, nuevos negocios que modifican la imagen del barrio

PELUQUERIA

SALÓN DE PELUQUERÍA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: Salón de peluquería
Localización: Calle del Pingüino, 17
Descripción: Rótulo conformado por letras corpóreas de un material sintético traslúcido naranja, adheridas a un material rígido que no se ha podido determinar e instaladas sobre un soporte metálico en horizontal. Debido al estado de la muestra, solo se puede leer "SA ON PELUQUERIA". Por el espacio entre palabras, los restos de las letras y unas perforaciones en la pared en las que aparecen marcadas todas ellas, se intuye que en medio de las dos palabras existía un "DE".

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra opaca
Datación: Posiblemente los mismos del local (desconocido)
Técnica: Corte láser
Material: Sintético

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto
Tipografía: Sin serifa
Color empleado en el soporte: Sin soporte
Color empleado en la letra: Naranja

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Estado deteriorado
Deterioros destacables: De izquierda a derecha, las letras "L", "D" y "E" han prácticamente desaparecido. Las letras "N", "E" y la segunda "U" presentan algunas roturas. El resto de letras parecen presentar ciertos desgastes propios del material con el que están hechas.

OTROS DATOS

Estado del local: Desconocido.
Datos sobre el local: Ninguno.
Otras observaciones: A pesar de no haberse dado datos concretos sobre la datación de la muestra, pues no se conocen, sí que se le atribuye cierta antigüedad, dado el estado deteriorado del material.

CUALIDADES
Rótulo tradicional

HAM!
FRESH HAM BURGER
MACIA
H!
HAM! BURGER
MÁS QUE UNA SIMPLE BURGER.
Síguenos en Instagram
HAM!
MENÚ DEL DÍA
LA REBLOCHON
Aquoral

HAM! FRESH HAM BURGER

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: Ham! Fresh Ham Burger
Localización: Avenida de Nuestra Señora de Fátima, 37
Descripción: El rótulo se encuentra instalado en letras corpóreas sobre la fachada del negocio. La tipografía utilizada tiene un efecto "en negativo"; el relleno pierde su color mientras que el contorno de la letra gana fuerza. La palabra "HAM!" aparece en mayor tamaño en el extremo izquierdo, mientras que sobre la entrada aparece la información secundaria "FRESH HAM BURGER". La palabra "HAM" aparece subrayada y es de menor tamaño que las otras dos que le acompañan.

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra opaca
Datación: Menos de 5 años
Técnica: Corte láser
Material: Sintético (posiblemente pvc o derivado)

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto
Tipografía: Sin serifa
Color empleado en el soporte: Negro (propio de la fachada)
Color empleado en la letra: Blanco

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Buen estado
Deterioros destacables: Ninguno

OTROS DATOS

Estado del local: Abierto
Datos sobre el local: El negocio pertenece a una propuesta de dos socios afincados en Zaragoza y que con este nuevo local en Madrid (abierto desde inicios del 2022) pretenden comenzar una franquicia. Ver en:
https://www.heraldo.es/noticias/gastronomia/2022/03/16/la-zaragozana-ham-fresh-burger-desembarca-en-madrid-1560313.html
Otras observaciones: La muestra instalada se halla iluminada gracias a unos focos. También hay instalado un banderín retroiluminado con la misma tipografía de la muestra, empleando blanco sobre amarillo. El banderín se compone de una caja de luz metálica en el que en su interior se encuentra una plancha traslúcida de un material sintético, presumiblemente vinilo.

CUALIDADES
Nuevos negocios que modifican la imagen del barrio (franquicia)

PAJARERIA AVILA
IAMS
EUKANUBA
Purina
Instinct
NUTRICIÓN NATURAL
MOTORETA
Alquiler sin Conductor
655 025 295 - 642 697 046
Avda. Madrid, 53 - 28500 Arganda del Rey (MADRID)

PAJARERÍA ÁVILA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: Pajarería Ávila
Localización: Calle de Algodre, 7
Descripción: Esta muestra está instalada sobre un soporte metálico encima del negocio. Las letras corpóreas están adheridas a una plancha que se haya sujeta gracias a este soporte. La palabra "PAJARERIA" aparece en azul mientras que la palabra "AVILA" es de color rojo. Dos números "7" de color negro, el número del local, se sitúan en las esquinas inferior izquierda y derecha.

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra opaca
Datación: Posiblemente los mismos del local (más de 40 años)
Técnica: Ninguna sobresaliente.
Material: Sintético

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto
Tipografía: Sin serifa
Color empleado en el soporte: Amarillo
Color empleado en la letra: Rojo y azul

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Buen estado
Deterioros destacables: Presenta ciertos desgastes por el material a pesar de su buen estado general.

OTROS DATOS

Estado del local: Abierto
Datos sobre el local: Los años que tiene el negocio no se han podido saber con exactitud. Sin embargo, por ciertos comentarios en Google, tanto de clientes como del propietario, el negocio lleva varias décadas en activo, estimando que aproximadamente el negocio está abierto desde el año 1976.
Otras observaciones: Tiene un banderín que parece ser más "moderno". En él pone "PAJARERÍA ÁVILA, Venta de cachorros, servicio de piensos a domicilio", además de un teléfono de contacto, todo ello en letras negras sobre fondo blanco. En la mitad baja aparece la marca de alimentos para animales *Advance* con letras blancas sobre azul.

CUALIDADES
Rótulo tradicional

ALIMENTACION
FRUTOS SECOS
ALIMENTACION

RÓTULO DE CERÁMICA DE LA CALLE DE CAMICHI

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: Desconocido
Localización: Calle de Camichi, 2G
Descripción: Se trata de un rótulo que se divide en dos, ocupando la totalidad del negocio. Es un local que hace esquina, por lo que una de las muestras se halla en la Calle Pinzón (donde se encuentra la puerta) y la otra, en la Calle de Camichi. En éstos, se encuentran en cada extremo unas ilustraciones decorativas de una cornucopia con frutas y plantas, así como un caballo alado. En el rótulo de la Calle de Camichi aparece un espacio reservado para, presuntamente, el nombre del negocio, donde todavía quedan restos de pintura, pero nada legible.

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra opaca
Datación: Desconocida
Técnica: Cerámica pintada
Material: Cerámica

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Ilustración
Tipografía: No tiene texto
Color empleado en el soporte: Blanco
Color empleado en la letra: No tiene texto

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Estado deteriorado
Deterioros destacables: El rótulo más dañado es el situado en la Calle Pinzón, donde las baldosas que dibujaban la cornucopia derecha se han desprendido. Este rótulo presenta ciertas perforaciones y sobre éste están instalados el rótulo del negocio actual y un sistema exterior de aire acondicionado. El rótulo de la Calle de Camichi también se encuentra deteriorado, con unas pocas baldosas caídas y con la parte central borrada.

OTROS DATOS

Estado del local: Desaparecido.
Datos sobre el local: Ninguno.
Otras observaciones: En la esquina inferior derecha del rótulo de cerámica que se encuentra en la parte frontal del negocio aparece la firma de “J. Santacruz”. El negocio de alimentación que actualmente ocupa el espacio tiene un banderín de letras rojas sobre fondo blanco donde aparece “ALIMENTACION, FRUTOS SECOS”.

CUALIDADES
Rótulo tradicional, de material y técnica destacados, susceptible de desaparecer

Harry s
Hombre

HARRY'S

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: Harry's hombre
Localización: Calle de la Oca, 81
Descripción: La muestra se encuentra instalada en el dintel de la entrada principal. Aparecen dos palabras en el rótulo, "Harry's" y "Hombre", separadas por una línea horizontal. La primera se encuentra sobre la línea, en el extremo izquierdo y en un tamaño mayor, y la segunda, bajo la línea, en el extremo derecho y más pequeña. Ya que se ha caído el estribillo de la primera palabra, se lee "Harry s".

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra opaca
Datación: Presuntamente la misma que el local (más de 20 años)
Técnica: Se desconoce
Material: Metálico (posiblemente latón)

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto
Tipografía: Con serifa
Color empleado en el soporte: Oscuro (propio de la fachada)
Color empleado en la letra: Oro (propio del material)

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Buen estado
Deterioros destacables: El estribillo " ' " del "Harry's" se ha desprendido. El material tiene ciertos desgastes. A pesar de esto, presenta un buen estado de conservación general.

OTROS DATOS

Estado del local: Abierto.
Datos sobre el local: Ninguno.
Otras observaciones: Está iluminado gracias a dos focos.

CUALIDADES
Rótulo de material y técnica destacados

HALAL
CARNICERÍA
مجزرة إسلامية
CARPETANA
Poductos Latinos
DEPORTES
LAUDELINO
CERRADO
Frutas y Verduras

CARNICERÍA CARPETANA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: Carnicería Carpetana
Localización: Calle de Camichi, 30
Descripción: La siguiente muestra se encuentra en la parte superior del negocio. En ella, sobre un fondo rojo, aparecen varios elementos, sobre los que destaca "CARNICERÍA CARPETANA". Debajo de estas palabras, aparecen fotografías de carne y un texto en tipografía no latina (árabe) en el lado izquierdo y unas fotografías de varios productos y un texto de en el que se lee "Poductos Latinos" en el derecho. En el extremo superior izquierdo, aparece dentro de un círculo un símbolo árabe y la palabra "HALAL".

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra iluminada
Datación: Desconocido
Técnica: Impresión láser
Material: Sintético

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto e ilustración
Tipografía: No latina y sin serifa
Color empleado en el soporte: Rojo
Color empleado en la letra: Blanco

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Buen estado
Deterioros destacables: Presenta pequeños desgastes propios del material.

OTROS DATOS

Estado del local: Abierto
Datos sobre el local: Ninguno
Otras observaciones: Utiliza un toldo de un negocio anterior en el que se puede leer, de izquierda a derecha "DEPORTES LAUDELINO", con tipografía con serifa blanca y decorativa ocre respectivamente, ambas sobre un fondo rojo granate oscuro.

CUALIDADES
Rótulo que otorga multiculturalidad

McDonald's
McDonald's
McDonald's
RESTAURANTE
MARCELINO CAMACHO

MCDONALD'S

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: McDonald's
Localización: Glorieta del Ejército, 105
Descripción: Este local de la franquicia tiene un total de tres muestras instaladas entre los dos pisos de los que dispone. En los tres, el logo amarillo en forma de "M"de la marca acompaña al texto "McDonald's". Cada rótulo se encuentra en una calle: la entrada principal se encuentra en la Glorieta del Ejército con la Calle de la Oca y las otras dos muestras están en el Paseo de Marcelino Camacho y en la Calle del Doctor Urquiola. En el rótulo situado en la entrada aparece debajo de él otro en amarillo que pone "RESTAURANTE".

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra iluminada
Datación: Desconocido (Menos de 20 años)
Técnica: Instalación eléctrica
Material: Metálico (cuerpo y soporte) y sintético

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto e ilustración
Tipografía: Con serifa
Color empleado en el soporte: No tiene soporte
Color empleado en la letra: Blanco

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Buen estado
Deterioros destacables: El rótulo del Paseo de Marcelino Camacho tiene la "d" minúscula desprendida y la "l" está ladeada hacia la "a" que tiene delante. El resto de rótulos presentan buen estado.

OTROS DATOS

Estado del local: Abierto
Datos sobre el local: Ninguno
Otras observaciones: Ninguna

CUALIDADES
Nuevos negocios que modifican la imagen del barrio (franquicia)

REPARACIONES
GARANTIZADAS

RELOJERO
REPARACIONES
GARANTIZADAS

RELOJERO

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: Desconocido
Localización: Calle de la Oca, s.n
Descripción: Se trata de un banderín abandonado que precedía a una relojería. Se halla instalado en la fachada del edificio, pero no es posible saber si el negocio se encontraba en la calle o en un piso. El banderín consta de dos partes. La parte superior tiene forma de reloj y marca aproximadamente la hora de 8:35. Además, en la parte de atrás de este pone "RELOJERO". En la parte inferior se puede leer "REPARACIONES GARANTIZADAS" tanto por delante como por detrás, en la misma tipografía y color que las letras que se encuentran tras el reloj.

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra opaca
Datación: Desconocido
Técnica: Pegatina a corte láser
Material: Metálico (cuerpo y soporte) y sintético

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto y objeto tridimensional
Tipografía: Sin serifa
Color empleado en el soporte: Blanco
Color empleado en la letra: Negro

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Buen estado
Deterioros destacables: Presenta ciertos desgastes del material, pero el texto se mantiene legible.

OTROS DATOS

Estado del local: Desaparecido
Datos sobre el local: Ninguno
Otras observaciones: No es posible saber si el reloj estaba en funcionamiento o si alguna de las partes se iluminaba.

CUALIDADES
Rótulo tradicional, susceptible de desaparecer.

Haier
Haier
Delicias de mi Patria
Restaurante
La Vasija...
Mahou
CRUZIAL
DESAYUNOS
BOCADILLOS
Prohibido
nemo
STEPWAY
SANDERO

RESTAURANTE LA VASIJA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: La Vasija
Localización: Calle Tucán, 44
Descripción: El negocio presenta tres rótulos situados en la parte superior del mismo, creados los tres con una estética similar. En ellos, de izquierda a derecha, se lee "Delicias de mi Patria, Restaurante, La Vasija...". En los extremos izquierdo y derecho se puede encontrar dos ilustraciones de vasijas con el escudo de la bandera de Ecuador. El fondo del soporte se compone de los colores y disposición similares a la bandera del mismo país.

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra iluminada
Datación: Desconocido
Técnica: Impresión láser
Material: Sintético

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto e ilustración
Tipografía: Con serifa
Color empleado en el soporte: Indefinido (colores de la bandera de Ecuador)
Color empleado en la letra: Blanco

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Buen estado
Deterioros destacables: Ninguno.

OTROS DATOS

Estado del local: Abierto
Datos sobre el local: Ninguno
Otras observaciones: A pesar de no pertenecer al rótulo en sí mismo, cabe destacar que el local todavía preserva una chapa de la marca de cervezas *Mahou* que pertenecía al negocio anterior y en la que se puede leer "CAFETERIA HNOS. MENDEZ", así como los textos e ilustraciones dibujadas en color oro sobre una de las ventanas del local.

CUALIDADES
Rótulo que otorga multiculturalidad

MARCELINO CAMACHO
VENDE
91 823 79 63
SPORTIUM
PODIUM
EXPERIENCE
SALÓN
DE JUEGO

SALÓN DE JUEGO PODIUM EXPERIENCE

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre del negocio: Salón de juego Podium Experience
Localización: Paseo de Marcelino Camacho, 24
Descripción: Este negocio presenta un total de 7 rótulos que se distribuyen a lo largo del espacio que recorre el local. Hay dos tipos: uno que combina, de izquierda a derecha, "PODIUM EXPERIENCE" en letras blancas con "SALÓN DE JUEGO" en letras rojas (y el rótulo que se encuentra a la entrada del negocio) y otro, en el que se encuentra la franquicia a la que pertenece "SPORTIUM, APUESTAS DEPORTIVAS. Todos los rótulos tienen fondo negro. La palabra "PODIUM" está representada como si estuviese sobre un podio y en el que sus sílabas se asientan en diferentes niveles. La palabra "EXPERIENCE" se encuentra en menor tamaño en el interior del podio.

DATOS TÉCNICOS

Tipo de rótulo: Muestra opaca
Datación: Desconocido (menos de 10 años)
Técnica: Impresión láser
Material: Sintético

ASPECTOS GRÁFICOS

Contenido: Texto e ilustración
Tipografía: Sin serifa
Color empleado en el soporte: Negro
Color empleado en la letra: Blanco y rojo

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Situación: Buen estado
Deterioros destacables: Ninguno

OTROS DATOS

Estado del local: Abierto
Datos sobre el local: Ninguno
Otras observaciones: El rótulo de "SPORTIUM" está fabricado con un material sintético, posiblemente pvc. En esta muestra la letra "S" se dibuja como una especie de rayo. La frase "APUESTAS DEPORTIVAS" está colocada en menor tamaño y en la esquina inferior derecha.

CUALIDADES
Nuevos negocios que modifican la imagen del barrio (franquicia)