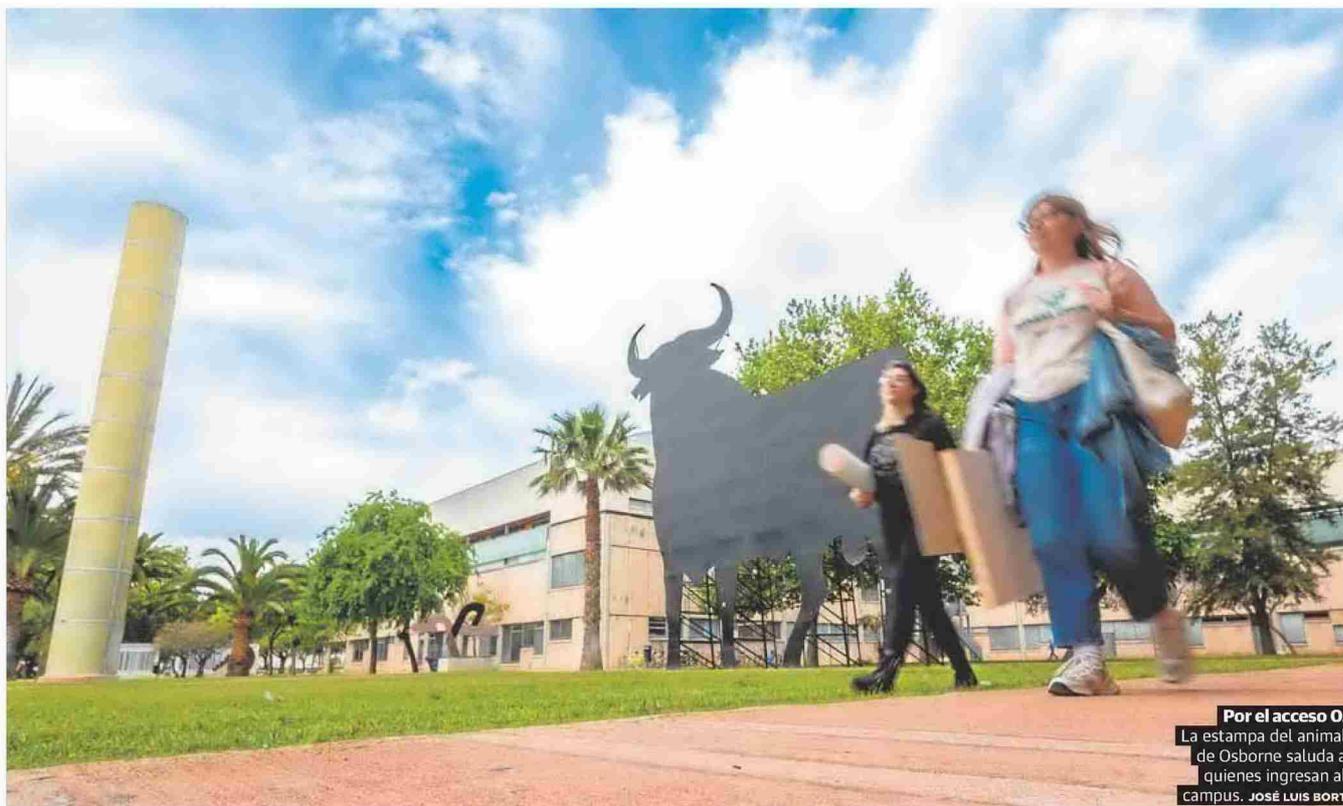


## ASÍ SOMOS



**Por el acceso 0.** La estampa del animal de Osborne saluda a quienes ingresan al campus. **JOSÉ LUIS BORT**

# ¿Qué hace este toro en el campus de la Politècnica?

## ICONO ESPAÑOL

La UPV alberga el único ejemplar de la simbólica figura de Osborne ubicado en suelo urbano en España: una historia que apela a la reivindicación del diseño

JORGE ALACID

**E**l profesor de arquitectura de la Universitat Politècnica te cita en su despacho pero, consciente del laberinto de edificios que se reparten por el campus y temeroso de que te pierdas, lanza este aviso: «Mejor quedamos donde el toro de Osborne». La telefonista que atiende la centralita de Radio Taxi encaja el mensaje: «De acuerdo, el taxi le llevará hasta donde el toro de Osborne». Con otro profesor de Ingeniería intercambias el mismo recado: «Nos vemos donde el toro de Osborne». Y un rastreo por Google te confirma que no: que no te has vuelto majareta.

En efecto, el toro de Osborne existe y entre el estudiantado y demás familia universitaria se ha interiorizado con esa misma familiaridad que se observa en los casos arriba citados. Así que la pregunta nace por sí sola: qué pinta allí este toro. Y aunque el propio navegador te informa de algunas particularidades de su ubicación, y también señala que se trata del único de estas características plantado en suelo urbano de toda España, las respuestas más pertinentes al respecto se alumbran en la propia UPV. Amparo Carbonell, catedrática de Escultura del campus y vicerrectora cuando el toro de Osbor-

ne llegó hasta sus dominios, revela que no recuerda la fecha exacta de su adquisición pero sí retiene un detalle, el detonante del interés de la Politècnica por hacerse con la madre de todos los iconos patrios: «Fue a consecuencia de la decisión del Gobierno de eliminar los grandes anuncios en las carreteras en 1988». «Lo hablé con Justo Nieto», por entonces rector, «y me dijo: 'Pide uno para nosotros'».

Se iniciaba con esta frase un proceso que Carbonell conserva aún bien fresco: «Planteé la posibilidad de iniciar una sección dentro del campus escultórico para albergar Diseño Publicitario y luego nos pusimos en contacto con la empresa de Osborne para pedirles uno de los toros que iban a retirar». Bingo: su ruego fue aceptado, la bodega jerezana regaló un ejemplar, ese tótem celtibérico nacido del ingenio del diseñador Manuel Prieto, y desde entonces quienes ingresan en

el campus por su acceso 0 disfrutan saludándose con este morlaco pacífico y negro zahino, con un toque de color azul brillando entre su rabo y una de sus patas. «Es una pieza emblemática del diseño publicitario», observa la exvicerrectora.

Valga por lo tanto este gigantesco cartel como demostración de que el buen diseño, el que congenia con la mentalidad colectiva, tiende a ser invisible cuando alcanza una fama tan exagerada como nuestro toro. Hasta el punto de que cuando el novato por estos lares hace notar a los veteranos del campus la rareza que encarna su toro de Osborne, la mayoría de ellos se encoge de hombros y mira hacia su estampa como si fuera la primera vez que lo divisan. También el conductor que tropieza por las carreteras de España con el casi centenar de carteles gemelos (nueve de ellos en la Comunitat) se muestra indiferente a la potencia de semejante icono, cuyo mantenimiento corre a cuenta de la propia empresa. Su presencia también pasa ya inadvertida por el campus. Profesores y alumnos deben pensar igual que quien lo ve por primera vez y recuerda sus remotos tiempos de estudiante: más cornadas dan los exámenes.

**La exvicerrectora Amparo Carbonell se interesó por su adquisición en 1988, cuando se anunció que se retirarían en toda España**