



Iconicidad en los pictogramas en señalización

FELIPE BELTRÁN

Resumen

Cotidianamente nos servimos de pictogramas para orientarnos, pocas veces nos preguntamos por qué podemos hacerlo. En este texto se describen algunos de los resultados de la investigación “Hacia una estética cognitiva del pictograma” en la que los antecedentes y la historia del pictograma contemporáneo se enmarcan en el contexto de la pregunta sobre cómo percibimos los pictogramas de la forma en que lo hacemos.

Palabras clave

Pictogramas, semiótica, percepción, estética.

Abstract

Everyday we use pictograms to guide ourselves, but we seldomly ask us how we can actually do it. This text aims at describing some of the results from a research project called “Towards a cognitive aesthetics of pictograms” in which antecedents and

history of contemporary pictograms are framed in the context of the question about how we perceive pictograms the way we normally do.

Key Words

Pictograms, Semiotics, Perception, Aesthetics.

Introducción

Al tener en cuenta el aumento que se evidencia en las velocidades del transporte y de la comunicación humana desde la revolución industrial, la necesidad de comunicar de manera breve, clara y superando los límites idiomáticos, se convierte en una oportunidad para explorar las ventajas comunicativas de los signos gráficos.

Como objetivo general de los procesos de comunicación en los que se emplean imágenes, está el poder modificar el estado –bien sea cognitivo o conductual– de un perceptor potencial. Intentar informar y/o persuadir a través de imágenes encuentra contextos particularmente desafiantes cuando es necesario prescindir de aclaraciones lingüísticas. Típico de estos contextos –como el del pictograma–, es la necesidad de reducir el “tiempo de lectura” del mensaje, de maximizar la univocidad en su interpretación, y de expandir su alcance reduciendo en lo posible la incidencia de variables como el contexto cultural de recepción y el idioma natal, edad, o nivel educativo del usuario. Así, la tarea de orientar el tránsito humano en áreas densamente ocupadas por sujetos en situaciones heterogéneas, encontró rápidamente en el uso de imágenes realistas simplificadas una solución que resultó efectiva.

Algunos antecedentes

El empleo de lo pictórico en la comunicación surgió a partir de la necesidad de superar la naturaleza concreta y efímera de la comunicación gestual o verbal. En palabras de la diseñadora gráfica Rosario Gutiérrez, la comunicación a partir del empleo de imágenes se desarrolla, por lo general, a partir de dos abstracciones básicas: emplear la silueta de un objeto representado como el equivalente de toda su forma y seleccionar el “punto de vista” desde el que la forma del objeto representado resulte más fácilmente reconocible.



A partir del estudio de las abstracciones que presenta la imagen primitiva, se ha conocido ampliamente un proceso gradual de simplificación formal pictórica que eventualmente hace que el tema original –figurativo– no sea ya reconocible. Así, en relación con prácticas de registro comercial, empiezan a aparecer símbolos abstractos sin correspondencia alguna con los objetos observables del mundo que posteriormente servirán de fundamento para el desarrollo del alfabeto latino que hoy en día empleamos.

Tiempo después, a principios del siglo XX, el recién inventado automóvil trajo consigo la necesidad de advertir rápida y eficazmente a peatones y a conductores sobre las nuevas situaciones peligrosas en los caminos y carreteras. Así las primeras señales gráficas fueron creadas intuitivamente. Se buscó generar una manera de hacer perceptibles nuevos fenómenos que de otra manera serían peligrosamente pasados por alto. Consideraciones prácticas propias de los contextos en los que inicialmente se implementa la gráfica como instrumento de comunicación, conducen a versiones corregidas de las primeras señales en las que se busca unificar convencionalmente la imagen correspondiente a cada mensaje, ampliando así considerablemente los contextos de aplicación y reduciendo los tiempos requeridos para que los usuarios se familiarizaran con cada signo y con su interpretación.

Varios años más tarde, en el contexto de la celebración de los Juegos Olímpicos, se consolidó la intención de crear un sistema internacional pictográfico. Influenciado por las ideas de Otto Neurath acerca de un proyecto educativo de comunicación fundamentado en la imagen



(Meggs, 1991: 478)¹, Otl Aicher creó el sistema pictográfico para las Olimpiadas de Munich en 1972².

El grado de simplificación y estilización de las formas que Aicher empleó, hacen que su trabajo sea considerado por muchos como el primer esfuerzo genuinamente sistemático por consolidar un sistema de comunicación basado en el empleo de pictogramas (Abdullah y Hübner, 2006. 21). En su proyecto se unificaron las dimensiones de todas las señales y se segmentó el “espacio pictórico” de cada una por una cuadrícula regular o “retícula” sobre la que se distribuyeron figuras geométricas simples para conformar las formas de cada signo. El empleo de la retícula redujo las formas del signo pictográfico a sus rasgos elementales e hizo posible la creación de nuevas

1 Neurath funda el Sistema Tipográfico Internacional de educación en imagen isotype (International System of Typographic Picture Education, 1936). Este sistema se plantea como un lenguaje que tiene por objetivo superar las barreras de comunicación del analfabetismo y el multiculturalismo.

2 El primer esfuerzo por representar pictóricamente a los deportes olímpicos apareció en la olimpiada de Berlín de 1936. Otros referentes ampliamente reconocidos son los pictogramas diseñados para los Juegos Olímpicos de Tokio en 1964, cuando se usó por vez primera el recurso de imágenes sistemáticamente abstraídas de los deportes olímpicos para señalar y comunicar diferentes datos a los visitantes internacionales.

► El empleo de retícula por parte de Aicher, redujo las formas del signo pictográfico e hizo posible la creación de nuevas señales.



señales a partir de una combinatoria de formas geométricas básicas puestas sobre las orientaciones compositivas de la retícula de fondo.

“Todo pictograma está construido dentro de una retícula de diseño, lo que ayuda a darle a un juego de pictogramas una continuidad formal clara y un ritmo visual, también a ahorrar tiempo” (Abdullah & Hubner, 2005. 32).

La construcción reticulada de figuras reconocibles, distancia al pictograma de otros tipos de sistemas de comunicación visual como los ideogramas –en los que se representan referentes no-visibles mediante formas no-figurativas asignadas convencional o arbitrariamente– o como las palabras escritas –comprendidas como “logogramas” en los que la imagen remite a un sonido que debe ser interpretado–, por contraste en la mayoría de pictogramas, las figuras muestran de forma sintética los rasgos básicos de algún elemento reconocible, como en el caso de la imagen comúnmente usada para señalar los cuartos de baño de hombres y de mujeres.

En este caso, la figura de una silueta frontal humana es construida por la combinación de formas geométricas básicas sobre un espacio reticulado, sin embargo esta simple composición resulta “naturalmente” reconocida como un pictograma que indica la ubicación de los cuartos de baño.

La tarea de orientar el tránsito humano en áreas densamente ocupadas por sujetos en situaciones heterogéneas, encontró en el uso de imágenes realistas simplificadas una solución que resultó efectiva.

¿Cómo interpretamos un pictograma?

Es fácil ver que la imagen pictográfica, sin llegar a ser enteramente “naturalista”, debe gran parte de su eficacia como signo a cierto tipo de figuración. El pictograma muestra la forma simplificada de una figura reconocible, así es que el parecido entre la figura esquemática del pictograma y lo que representa parece ser primordial para fundamentar nuestra interpretación ante la imagen.

Sin embargo, también puede argumentarse, que la interpretación acertada del pictograma depende crucialmente del grado de familiaridad que pueda tener un perceptor con un conjunto de pautas de interpretación a partir de las que las formas reconocidas en la señal se conectan con los sentidos que les son convencionalmente atribuidos.

Es en este punto en el que podemos preguntarnos acerca de si los pictogramas constituyen un código en el que a un repertorio aleatorio de formas se le asigna convencional o arbitrariamente un sentido específico que debe ser aprendido. Por otra parte, debemos también considerar que las imágenes pictográficas manifiestan un cierto grado de similitud con las formas de lo que representan y que estas semejanzas parecen reconocerse “naturalmente” sin la necesidad de ningún tipo de aprendizaje. En otras palabras, podemos preguntarnos por el tipo de interpretación que normalmente hacemos ante un pictograma en relación con su constitución como signo.

¿Si el pictograma se produce como análogo a lo que representa, es esta semejanza entre imagen y objeto lo que debemos identificar para comprender qué significa? O alternativamente ¿Si el pictograma se produce asignando convencionalmente ciertos sentidos a un repertorio arbitrario de formas, son precisamente esas convenciones las que debemos conocer para interpretar “correctamente” la imagen pictográfica?

Otra manera más concreta de plantear esta pregunta, consiste en indagar si el pictograma es un ícono –signo que representa a partir de cierta semejanza con su objeto– o si es un símbolo en tanto que significa gracias a una relación convencional con algún sentido particular.

Para comentar en cierto detalle acerca de los íconos, me remitiré a la noción de *ícono* según como se define en la interpretación que hace Thomas Short (2007) de la definición de Charles S. Peirce, a partir de la formulación de sus tres clases de signo tal como apareció originalmente en 1904: allí un ícono se describe sin hacer mención explícita a la noción de parecido o de semejanza que tradicionalmente se reconoce como el fundamento característico de esta clase de signos. Un ícono no necesariamente se parece a su objeto, por el contrario “Un ícono es un signo que puede poseer el carácter que lo hace significativo, aun a pesar de que su objeto no tenga existencia; así como el trazo de un lápiz representando a una línea geométrica” (Short. 2007: 215 como citado de Ep 2.304).



El ejemplo mencionado en la cita trae a consideración el problema acerca de cómo los signos icónicos pueden representar objetos abstractos o nociones generales (como la noción geométrica de una línea). La aclaración que hace Short en seguida, permite resolver la dificultad que aquí se nos presenta: si bien cualquier signo que signifique en virtud de sus propias características es un ícono, este por sí sólo, como ícono puro, no podría relacionarse con ningún objeto particular.

Según Peirce, los particulares solo pueden ser aprehendidos indexicalmente, de modo que el tradicional ejemplo peirceano de ícono: la fotografía, tiene en sí misma características que la hacen significativa, pero que se “conectan” con su objeto en tanto que se entienda a la fotografía como un índice, indicio o huella de un proceso técnico de captura de la luz en la escena fotografiada. En cuanto a los pictogramas podríamos sugerir aquí una interpretación parecida, ya que la imagen misma es un ícono en tanto que tiene las características que muestra así ningún objeto las tenga o las haya tenido, pero sólo al estar en relación con un elemento indexical: por ejemplo, en tanto que el pictograma se “conecte” con el objeto que indica, como cuando tras la puerta con el pictograma de “baño de hombres” se encuentra efectivamente el baño para hombres.

Conclusiones

Es así, que el signo icónico en tanto que fundamenta su ser significativo en sus propias características, no depende de ninguna pauta de interpretación instituida convencionalmente, aunque en otros casos cuando el ícono encuentra un “punto de anclaje” con los objetos existentes que representa, lo hace a través de una conexión indexical que tampoco depende de pautas arbitrarias. Si un pictograma ha de ser considerado como un ícono de lo que representa, lo hace en virtud de sus propias características que a través de un conexión indexical (la conexión física de contigüidad entre lo representado y el signo) se relacionan con el objeto o el lugar al que icónicamente representa.



Es fácil ver que la imagen pictográfica, sin llegar a ser enteramente “naturalista”, debe gran parte de su eficacia como signo a cierto tipo de figuración.

Pero ¿qué sucede cuando el pictograma no está indexicalmente conectado con lo que representa? Si encontramos un pictograma de “Baño de hombres” lejos del baño para hombres más cercano, aún así lo interpretamos como significando la presencia de un baño para hombres. Es allí cuando las convenciones resultan de mayor utilidad, pues fundamentados en el hábito, hemos interpretado convencionalmente la relación entre el objeto y el pictograma. Podemos interpretar el pictograma a partir de que habitualmente hemos experimentado la conexión entre este y la presencia de lo que representa, de modo que aún en los casos en los que el objeto no esté directamente en contacto con el signo, el pictograma representará convencionalmente la presencia potencial de su objeto.

FELIPE BELTRÁN es filósofo de la Universidad de los Andes y master of arts en Medios Interactivos, del Goldsmiths College (Universidad de Londres). Trabaja como docente asociado de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano desde 2007, donde coordina la asignatura de Fundamentación Básica y los proyectos de investigación del área de Teoría de la Percepción. En la actualidad, desarrolla estudios de maestría en Semiótica, en la misma Institución.





Creative Commons Attribution Share Alike 3.0 Unported license

► **Arriba** - El aumento en las velocidades del transporte y de la comunicación se convierte en una oportunidad para explorar las ventajas comunicativas de los signos gráficos.

► **Izquierda** - La construcción reticulada de figuras reconocibles –como la de la imagen– distancia al pictograma de otros tipos de sistemas de comunicación visual.

Referencias

ABDULLAH, R. y HÜBNER, R. (2006). *Pictograms, Icons and Signs. A guide to information graphics*. Nueva York, EE.UU.: Thames and Hudson.

BENTIVEGNA, Diego y PALACÍ, Esteban (2004) “La codificación visual: ¿con qué diseñamos?” en Ledesma, María y López, Mabel (comp.) Ediciones Fadu. Buenos Aires.

MEGGS, P.B. (1991). *Historia del Diseño Gráfico*. México D.F., México: Editorial Trillas.

SHORT, Thomas A. (2007) *Peirce's Theory of signs*. Cambridge University Press. Cambridge.