REAL SOCIEDAD BASCONGADA DE LOS AMIGOS DEL PAIS
COMISION DE ALAVA

La Imagen como Lenguaje

Miguel González de San Román

EUSKALERRIAREN ADISKIDEEN ELKARTEA
ARABAKO BATZORDEA

TRABAJOS DE INGRESO
38

Miguel Angel González de San Román Sáenz de Ugarte, presentaba el miercoles 24 de enero de 1990, su trabajo de Ingreso como Socio de Número de la Real Sociedad Bascongada de los Amigos del País, en la sala José Miguel de Barandiarán, del Palacio de Congresos Europa.

Fue presentado por el Socio de Número José Ignacio Vegas Aramburu, y su trabajo llevó por título: «LA IMAGEN COMO LENGUAJE».

Finalizó el acto con las palabras del Presidente Juan Antonio Zárate, que le impuso la medalla de la Sociedad y le entregó el Diploma correspondiente.

EDITA:

Real Sociedad Bascongada
de los Amigos del País

IMPRIME:

Imprenta Pradells, s.l.
Miravalles 3
01013 Vitoria-Gasteiz

DEPOSITO LEGAL:
VI-735-1991

La Imagen como Lenguaje

Presentación que hace José Ignacio Vegas Aramburu, del nuevo Amigo de Número de la Real Sociedad Bascongada de los Amigos del País, Miguel Angel González de San Román Sáenz de Ugarte.

Miguel tiene la ventaja sobre otros amigos artistas, a los que he presentado en este importantísimo momento de su vida. De que es lo suficientemente joven como para haber eludido mi etapa de crítico. Esto no es ni un demérito para él, ni una desgracia para mí. Es una gran ventaja para los dos. Se que le conozco pero no recuerdo con precisión desde que momento y pienso que fue hace bastante tiempo. Hemos mantenido algunas discusiones, mejor diría yo diálogos, sobre temas de arte, pero nunca nos hemos distanciado en nuestras consideraciones personales por este motivo, sino todo lo contrario, en razón de que, desde que deje de ser crítico y en temas de carácter estético, lo que busco es aprender y no mantener posturas inmovilistas que solo llevan a la bronca permanente, al aislamiento y a la desafección. Lo que si recuerdo con claridad meridiana es que tu eras uno de esos jovenzuelos que irrumpisteis con una fuerza tremenda en el m undo del arte con la noble intención de sustituir a la generación de los pintores vitorianos de los años 60, portando como arma fundamental en vuestro quehacer renovador, los estandartes del bien hacer, es decir de la calidad, una profunda revolución en el mundo de las ideas y sobre todo una apoyatura intelectual y cultural importante. Pienso que las ideas saussureanas, la lingüística estructural, y otros modernos conceptos relacionados con el mundo de la semiótica y que por aquellas fechas comenzaron a formar parte de nuestro bagaje cultural,

influyeron de forma determinante en los esquemas interpretativos de vuestra realidad que al fin y al cabo era la misma que la nuestra, pero conocíais mejor los mecanismos de la producción y recepción de los mensajes, como llegar a desentrañar ese fantástico panorama de los signos y en una palabra como llegar a lo profundo del maravilloso universo de las artes o de la expresión de los mensajes artísticos. Ese fue un momento difícil, supongo yo, en vuestro mundo personal. Esta muy claro que no arrollasteis porque el momento en que os tocó llegar, de crisis económica, social y cultural, no era el más propicio. Pero tu supiste elegir y hoy te presentas ante nosotros para hablarnos de la imagen como lenguaje, con un bagaje intelectual y práctico que por lo menos a mi me impresiona. Ya se que me vas a perdonar si te presento como el prototipo de artista que necesita hoy la sociedad y nuestra cultura.

Primero fue el aprendizaje callejero, la golfería artística, luego el sometimiento a la formación reglada, al mismo tiempo la lucha por conseguir la expresión personal de tu mundo, de tus ideas y de tus sentimientos. Después la maduración intelectual, tu espléndida tesis doctoral que en breve vas a dar a conocer, con el sugerente título de «El fruto de la almendra» y lo que hoy nos vas a contar, que es como una especie de puesta al día de tus conocimientos e ideas sobre la imagen y sus mensajes, pienso que son datos suficientes para confirmar mi hipótesis sobre tu personalidad. Desde hace años mantengo la postura de que, la dedicación al arte como único medio de subsistencia, no es muy viable en la sociedad que hemos organizado. Ya se que el tema es muy discutible pero es una realidad. Solo unos pocos pueden alcanzar esta meta. También se que para elegir es necesario un ejercicio de humildad para el que los artistas no están preparados y que también es necesario tener unas ideas muy claras sobre los mecanismos de comportamiento de la cambiante sociedad que nos ha tocado vivir. Hoy se habla mucho del tema de las ayudas empleando una palabra horrible, los «exponsores» y al mismo tiempo de la seguridad de las inversiones. Ante todo este lío ¿no les parece que lo mas acertado es buscarse un relativo bienestar que nos permita emplearnos con entera libertad a la creación? Dedicado durante algún tiempo a la enseñanza hoy es un activo empresario, precisamente en el mundo de la imágenes, que sigue enfrentándose, cuando quiere, a la dura y solitaria tarea de plasmar en un lienzo blanco todo su mundo de sensaciones, mensajes, sugerencias y bellezas. De los frutos de esta situación, sus trabajos como creador, como artista, tenemos una muestra permanente y constante en nuestro entorno mas próximo. Sin ir más lejos la nueva manera que hemos empleado para invitarles a este acto, el tarjetón, es obra suya y dentro de lo más cotidiano y por poner un ejemplo, el resultado de sus conceptos sobre la imagen, el símbolo y la belleza como combinación de formas. colores, texturas, desorden organizado, equilibrio dominado, síntesis, etc... lo vemos todos los días paseando por nuestra ciudad, en los autobuses Urbanos o en multitud de libros, catálogos, tarjetas etc. En una palabra, pienso que hoy y ahora, la obra de Miguel es lo suficientemente importante, en cantidad y calidad, como para que le concedamos el título de artista sin ningún rubor y que confirmemos la opinión anterior de encontrarnos ante el modelo del artista que demanda la sociedad actual.

Debemos ahora presentarles a Miguel como un miembro de la Sociedad que, según dicen nuestros actuales estatutos, se ha empleado con celo en «llenar el objeto de la sociedad cada uno en la especialidad científica literaria, artística o social que cultive, pero en toda esta variedad de objetos se deberá tener siempre presente la mayor utilidad del País y preferir lo útil a lo agradable». Consciente de que mi misión en este momento no es precisamente juzgar si la trayectoria vital de Miguel ha respondido a estos principios, ya que tal función les corresponde a ustedes, sí les tengo que facilitar los datos para que puedan juzgar. Para ello solo tengo que añadir a lo ya dicho que gracias a la enorme cantidad de mensajes que sobre nuestra ciudad o sobre nuestra provincia ha elaborado, para que se difundan por todos lados, estoy seguro que en muchas partes nos conocen de otra manera es decir mejor. Que de alguna forma nuestra cotidianeidad se vea enriquecida, por agradables mensajes visuales, tarea en la que Miguel esta participando de manera eficiente, es otra muestra clara de su meritoria contribución a los objetivos de nuestra sociedad pero sobre todo el amor que demuestra por su tierra, su País y sobre todo las personas que lo habitan.

Termino. Un libro que es para mi de consulta y subyugante lectura habitual, desde hace poco tiempo, es la obra de Arnheim «Arte y percepción visual». En su introducción leo «Diríase que el arte corre peligro de verse ahogado por tanta palabrería». Esta frase es fundamental para tomar una postura frente al hecho artístico. Más sentir y menos hablar. Creo que esta lección se la tiene muy bien aprendida Miguel y quiero yo también empezar a poner en práctica. Yo me callo, el hablará poco y las imágenes nos dirán todo lo demás.

Vitoria, 24 de enero de 1990

José Ignacio Vegas Aramburu

La Imagen como Lenguaje

Hablar de imagen en el sentido de imagen gráfica, del —lenguaje de la imagen—, es referirse a la forma , el color, la composición, el ritmo visual, el equilibrio,... todos aquellos significantes de la imagen que hacen de ésta algo único, cultural, capaz de provocar y apasionar, de actuar sobre los resortes más íntimos del individuo y desatar sus emociones.

Hablar de la «imagen como lenguaje», implica directamente un emisor, un receptor y un mensaje.

La imagen como lenguaje, diferente al lenguaje de la imagen, precisa la codificación y la descodificación de los mensajes, precisa un código preestablecido para la comprensión de estos y convierte al signo gráfico en un elemento de comunicación con un sentido semántico inequívoco.

Hemos creado una señal, una forma de comunicación posiblemente tan antigua o más que el lenguaje verbal.

¿Cómo desencadena la imagen emociones? ¿Cómo actúa sobre nuestros estados de ánimo?

Como todos aquellos aspectos que involucran directamente nuestras sensaciones, respondemos primariamente según nuestra capacidad perceptiva. La imagen nos alerta sobre el medio ambiental y nos prepara para adecuar nuestro comportamiento para el placer o el temor, para la relación o la huida. Impresas

seguramente en nuestro subconsciente o tal vez en las moléculas de los genes, las imágenes responden a nuestro propio ser biológico.

Las numerosas fobias humanas, el temor a los espacios vacíos, el miedo a las manifestaciones violentas de la naturaleza, tormentas, truenos y relámpagos, la angustia ante situaciones incontroladas, la soledad en la muchedumbre, el pánico en las noches de luna llena, la repugnancia a arañas y serpientes, responden seguramente a claves de comportamiento asociadas al aprendizaje o al miedo atávico.

Estas situaciones se traducen inevitablemente en imágenes. La sombras duras y frías de los objetos en las noches de luna llena, la luz destelleante del relámpago asociada al trueno, la oscuridad del paisaje en la tormenta, el poder de devastación del fuego, la crueldad por sobrevivir reflejado en el ataque de la araña sobre su víctima apresada en la red.

Las imágenes cotidianas del paisaje natural o urbano, del entorno próximo o lejano, diferentes o exóticas obtenidas en nuestros viajes, en nuestras relaciones laborales a lo largo de nuestra vida, nos preparan para ofrecer respuestas adecuadas a diferentes situaciones, aprendemos a comportarnos en un mundo de imágenes.

Modificándolas o creándolas, nuestras imágenes hacen presente nuestro entorno vivencial, social y cultural. Cada uno de nosotros lleva su patrimonio visual, su tierra, su ciudad, su casa, sus objetos... como parámetros visuales no sólo de su cultura, sino también como comparación continua para adecuar lo desconocido a lo conocido para incorporarlo o rechazarlo.

Es evidente que lo nuevo desencadena muchas veces reacciones de rechazo, bien por miedo a cuestionar los propios valores sociales aceptados, por desconocimiento, intransigencia o ignorancia. O, todo lo contrario, puede provocar admiración. La historia de las modas es un continuo ciclo entre la creación, el revival y la adaptación estilística.

Lo incuestionable es la fuerza de la imagen y nuestra dependencia de ella, porque marca el entorno de nuestra vida y nuestra capacidad de adaptación. Ser explorador de la imagen es ser aventurero de la vida, Livingstone de la imagen en búsqueda de lo nuevo.

La imagen como lenguaje trata de utilizar las imágenes visuales, llamémoslas signos, para expresar ideas, almacenar datos o señalar acontecimientos. La evo-

lución de estos signos ha sido determinante para el desarrollo cultural de la raza humana.

El signo como mensaje y el signo como lenguaje pertenecen actualmente al material de estudio de una disciplina de reciente creación, la señalética, y como método de trabajo debe ser estudiada según tres niveles fundamentales.

1.— NIVEL SEMIOLOGICO o de los signos gráficos como significantes.

2.— NIVEL SEMANTICO o de los significados que los signos comportan en cuanto mensajes.

3.— NIVEL PRAGMATICO o de las acciones que dichos mensajes provocan.

NIVEL SEMIOLOGICO

1.— Signos icónicos.

2.— Signos lingüísticos y numéricos.

3.— Signos cromáticos.

Es en este nivel donde la señalética como SISTEMA de señales visuales portadoras de mensajes codificados desarrolla sus características de Diseño Gráfico.

1.— SIGNOS ICONICOS

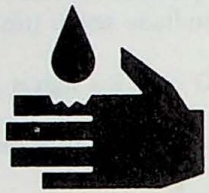
Los signos icónicos ponemos dividirlos en:

a.— Iconos figurativos.

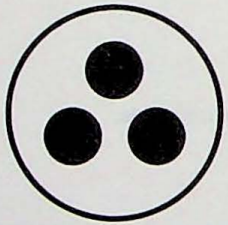
b.— Iconos abstractos.

c.— Iconos simbólicos.

Icónicos figurativos



Icónicos abstractos



Icónicos simbólicos

a.— Signos icónicos figurativos

Lamentablemente no sabemos cuando el hombre hizo su primer grafismo y lo usó para comunicarse. En qué momento hizo un trazo ondulado en la arena para representar la ola que se acercaba a él sobre la playa, o dibujó un pez para enseñar a sus compañeros del valle interior próximo la forma de los animales del mar y la forma del lugar de procedencia. Cuando dibujó un trazo quebrado para representar el rayo, usando un tizón de carbón sobre las cenizas de la pequeña hoguera de su cueva y lo tapó con arena pensando tal vez que así no volvería jamás.

En el momento que el hombre puso a Dios en los elementos naturales, en el fuego, el rayo, el sol, la luna... no sólo buscó la protección ante su poder sino que introdujo la magia en su mente.

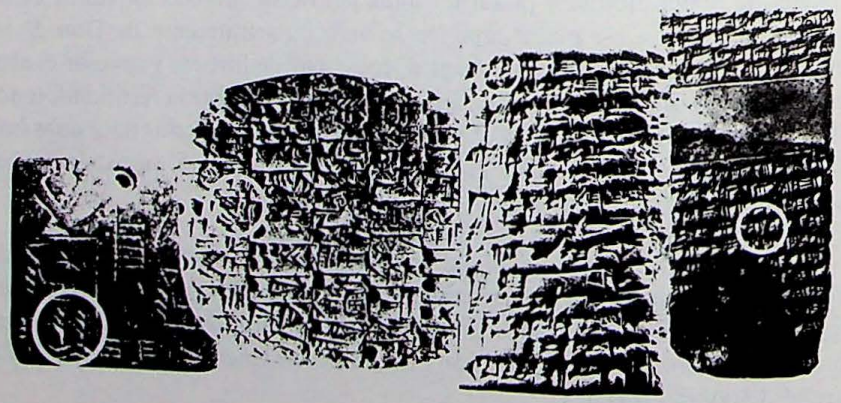
Un día fue capaz de sintetizar en imágenes gráficas estos elementos y convertir los dibujos en signos portadores de valores especiales y mágicos. Había nacido un animismo mágico y ritual que daba poder a sus poseedores. El chamán o el mago de la tribu conseguía su poder mediante la manipulación de los símbolos rituales. Entonces como hoy, los magos de la publicidad sigen influyendo con la magia de las imágenes en nuestras necesidades y nuestros deseos.

Los grafismos icónicos figurativos más antiguos que conocemos aparecen en Europa hacia el año 30.000 B.P. en forma de pinturas rupestres o grabados sobre piedra y hueso. Lamentablemente nunca sabremos cual fue la primera motivación que llevó al hombre a representar la realidad de su mundo circundante, si el placer de poder dibujar y pintar los animales de su entorno, caballos, bisontes, ciervos..., o si a ese placer también se unió un sentimiento de Don divino y, mediante una ceremonia ritual mágica, fue capaz de invocar y apresar el alma y cuerpo con la imagen, y propiciar la caza, o tal vez otorgar la fertilidad, o adscribir el grupo a un clan totémico. Cuántas preguntas y respuestas para unas imágenes que por si solas nos sorprenden por su fuerza expresiva, su técnica plástica, su ejecución brillante, su estética y su lenguaje.

Abandonando la posibilidad de saber si ese lenguaje artístico estuvo o no codificado, si además de representar la realidad tuvo un valor sígnico o simbólico, la primera escritura pictográfica conocida, entendiendo como pictograma una representación formal arquetípica con interpretación abierta, apareció en Sumer entre el 3.500 al 3.000 a. C.

La historia de la escritura y la evolución de sus elementos gráficos, ha sido

Sentido original o derivado	Pictograma original	Pictograma en posición modificada	Babilónico primitivo	Asirio
PAJARO				
PEZ				
BUEY				
SOL DIA				
SEMILLA				
HUERTO				



una de las más apasionantes aventuras humanas y uno de sus mayores logros. La evolución de los signos para expresar ideas, almacenar datos o señalar acontecimientos, han sido determinantes para el desarrollo cultural de la raza humana.

Hacia el 3.000 a.C. los egipcios usan en templos y tumbas la escritura jeroglífica, combinación de tres tipos de signos figurativos, —ideogramas—, imágenes pictográficas emparentadas con los objetos concretos, —fonogramas—, dibujos figurativos como cestos, golondrinas, buitres, bocas, ... para indicar uno, dos o tres sonidos consonánticos y —determinativos—, imágenes para aclarar el significado de los símbolos a los que acompañan. Un huevo para determinar la feminidad, por ejemplo.

El paso de la escritura pictográfica a los signos abstractos fue un largo proceso en el cual influyó la racionalidad y la normalización de caracteres para una mayor eficacia. Durante 2.500 años los escribas del próximo oriente fueron transformando los signos pictográficos sumerios en símbolos cuneiformes abstractos, perdiendo los caracteres analógicos de sus orígenes.

El pictograma, que nació como la expresión gráfica más elemental y directa, fue precisando en su evolución el desarrollo de un grupo de especialización humano, los escribas, que a través de sus escuelas normalizaron una de las actividades más importantes para el desarrollo cultural de nuestra civilización occidental.

Los sumerios del cuarto milenio antes de nuestra era, ejecutaban los dibujos con la ayuda de un estilete rayando sobre tabletas de arcilla que sujetaban con la mano.

A medida que las tabletas aumentaban de tamaño para contener más información, los escribas descubrieron que resultaba más cómodo escribir sosteniendo de lado la tableta, para lo cual giraron los pictogramas.

Esta orientación adoptada también por Babilonios y Asirios, cambió la orientación de la escritura.

Si antes se escribía de derecha a izquierda y en columnas verticales ahora se hacía horizontalmente y de izquierda a derecha.

La cuña puntiaguda que se usaba para el rascado de la tablilla levantaba imperfecciones, por lo que los escribas comenzaron a usar un instrumento romo con el que ejercían presión sobre la arcilla. Las incisiones en forma de cuña resultantes aún guardaban cierta semejanza con los pictogramas originales.

A mediados del segundo milenio antes de nuestra era los últimos intentos de conservar la analogía formal habían cedido el lugar a símbolos más abstractos y más eficaces.

Hacia el 1400 a.C. el pueblo del puerto comercial de Ugarit inventó un alfabeto de 22 caracteres. Del 1100 al 900 a.C. los fenicios difundieron por el mediterráneo su alfabeto. Hacia el 800 a.C. los griegos, que habían adoptado el alfabeto fenicio, desarrollaron el moderno concepto de alfabeto al añadir las vocales.

Pero volvamos a nuestros signos icónicos figurativos. Con el fin de superar las barreras lingüísticas y universalizar las comunicaciones, independientemente de los idiomas y las culturas nacionales, motivados y condicionados por encuentros internacionales como los Juegos Olímpicos, en este final de siglo ha tomado importancia una disciplina gráfica que, conocida como Señalética, supone un retorno a los primeros inicios de las escrituras pictográficas.

Su origen podemos situarlo en los Juegos Olímpicos de Tokio (1964), y su influencia decisiva para reconsiderar la importancia de la comunicación por medio de la imagen analógica, superando la abstracción de los signos lingüísticos.

La señalética podemos definirla como un Sistema de Signos para la comunicación por medio de la imagen.

Sistema en cuanto es necesaria una estructura normalizada y unos mensajes capaces de ser descodificados e interpretados a través de las señales.

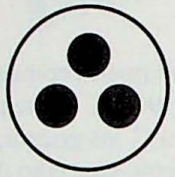
Signos, como componentes básicos de los mensajes en su doble vertiente de *significantes y significados.* El significante hace referencia a los aspectos formales del signo. Diseño gráfico, estilo, formato, tipo, color,... y el significado al contenido interno del mensaje. La interrelación de los dos niveles hace posible la comunicación.

La comunicación señalética se entiende como un código de señales elaboradas a partir de signos icónicos, lingüísticos y cromáticos.

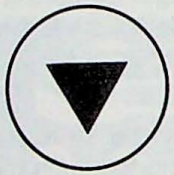
Por medio de la imagen, es decir basándose únicamente en la visión como organo de recepción de estímulos y en la percepción humana como integradora de estos, para la respuesta cognoscitiva o motriz que caracteriza a la señalética.

La actual disciplina utiliza principalmente los iconos figurativos, representados a través de pictogramas por sus cualidades analógicas.

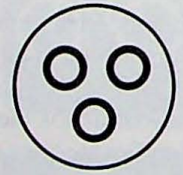
Sordo



Inválido



Sordo-mudo



Ciego

Los pictogramas provocan un mensaje inmediato independiente del conocimiento y aprendizaje de la señal.

La eficacia del mensaje depende de las cualidades formales inequívocas de la señal y su adaptabilidad estética a las modas gráficas.

La capacidad de invocar un mismo mensaje con diferentes soluciones plásticas es uno de los mayores atractivos de la disciplina gráfica aunque también uno de sus mayores problemas; al huir de la normalización y buscar la novedad gráfica, a largo plazo el abuso de significantes diversos para una misma señal puede producir efectos de confusión en la descodificación de los mensajes por los usuarios. Los diseños de Masara Katzumie para las Olimpiadas de Tokio (1964), de Manuel Villazón y Mathias Goerlitz para Mexico (1968), los reconocidos diseños de Otl Aicher para Munich (1972) o los últimos de Trias para los Juegos Olímpicos de Barcelona (1992), ilustran perfectamente cómo significantes diferentes provocan los mismos mensajes. La posibilidad de usar diferentes expresiones gráficas y artísticas para confeccionar las señales, hace de esta disciplina una fuente de creación gráfica, aunque dicha creatividad provoque necesariamente la homologación y normalización que actualmente afecta a muchos pictogramas, especialmente a los aconsejados por la AIGA.

b.— Signos icónicos abstractos

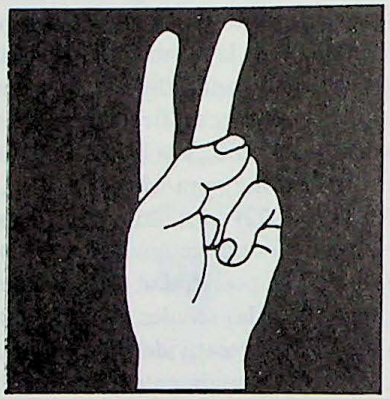
Al referirnos en el apartado anterior al primer signo pictográfico realizado hacia el año 3.000 a.C., dimos sin lugar a dudas un gran salto histórico desde el artista de las cuevas rupestres.

El paso de la pintura rupestre a los signos o pintura abstracta no fue un proceso gradual como ocurrió con la escritura, sino un proceso brusco o incluso paralelo.

La abundancia de signos abstractos en las paredes de las cuevas y su conexión con las imágenes figurativas, evidencian un proceso de abstracción formal independientemente de una evolución gráfica por eliminación de rasgos.

La abstracción surge en la mente, directamente, sin la adaptación y adecuación al medio que caracteriza a la evolución biológica, sin la simplificación o degradación que se observa en los pictogramas primitivos.

El signo abstracto surge como una necesidad.



Se crea para resolver problemas de comunicación, en aquellas situaciones en donde el pictograma es inviable; bien por su imposibilidad gráfica o dificultad de realización, como por su comodidad y poder pregnante.

No todas las ideas y comunicaciones son susceptibles de traducirse en imágenes figurativas. La señalética actual, como los antiguos lenguajes rupestres o pictográficos, se encontraron con la limitación de las imágenes para la trasmisión de conceptos complejos. Transmitir a través de una imagen ideas como las que podemos observar en el código de vagabundos, «aquí vive gente adinerada», «este camino es peligroso de tomar», «aquí dan comida y cama» precisan de un lenguaje abstracto.

El auge de la señalética en nuestros días ha ocasionado que muchos sectores de servicios de nuestra compleja sociedad, demanden códigos visuales para la orientación, intentando traducir en imágenes sus necesidades de comunicación. Piénsese en Hospitales, Supermercados, Bancos... que demandan señales pictográficas para consultas como «Cirugía vascular periférica», «Venta de congelados» o «Cambio de divisas» propiciando normalmente un lenguaje confuso y de dificil interpretación. La señalética como Sistema debe utilizar los signos más adecuados a cada caso concreto propiciando signos abstractos o lingüísticos para todos aquellos casos donde la imagen analógica es de dificil interpretación.

La facilidad del hombre para copiar o interpretar su mundo real es igual que para crear y abstraer la realidad.

Los signos abstractos únicamente precisan de comunidades especializadas con rasgos comunes.

Gran parte de estos signos forman códigos «supralingüísticos» en los cuales los significantes (abstracción gráfica) proporcionan significados concretos que precisan un aprendizaje cultural de caracter social, referente a las comunidades específicas científicas, técnicas o secretas, donde se insertan.

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШ
ЩЪЫЬЭЮЯ

א ב ג ד ה ו ז ח ט י כ ל מ ם נ ן
ס ע פ ף צ ץ ק ר ש ת שׁ

من واضعي أسس فن الخط عند العرب الريحاني

یکی از آرزوهای دیرین بشر ، که آثار آن در

ひらかなは
紫式部や和泉式
活躍した
平安朝のはじめ
主として婦人用
使われ
和歌和文は
これで書かれま
もともとは
一字一音の
万葉仮名の草略
できたものです

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

c.— Signos icónicos simbólicos

El símbolo nació con la idea.

Al contrario que los pictogramas tradicionales, el símbolo participa de la cultura en la que emerge. Un símbolo es portador de una idea, además de un significado.

Un pictograma Olímpico como puede ser un atleta de lanzamiento de disco puede entenderse hoy en todos los países. Un símbolo cromático como el color negro para indicar el luto en los países Occidentales, no se entiende en Oriente que usa el blanco.

El símbolo actúa directamente sobre nuestra conducta debido a un aprendizaje de tipo social y cultural. Su lectura está unida a motivaciones de tipo psíquico, mucho más profundas que los pictogramas.

Hay símbolos ya universales, tanto pictográficos como abstractos. La paloma «por la paz», el pez «la religión católica», la hoz y el martillo «el comunismo», la rosa «el socialismo español», la calavera «la muerte»... Todos ellos tienen en común la valoración de la idea por encima del objeto significado. Piénsese en todos los hombres que han luchado y muerto por defender un símbolo. Lo mismo una estrella de David, una cruz gamada, una cruz, unas barras y estrellas, una bandera roja,...

La imagen simbólica pertenece al campo de las ideologías y las grandes promesas.

Pertenece también a los clanes humanos, desde la imagen del águila elegida como totem, es decir, como adscripción de una determinada comunidad a un clan, como pertenencia a una comunidad especial, distinta, en búsqueda de la individualidad que caracteriza al sentimiento humano, hasta símbolos más especializados como los que usaron los Templarios, los Rosacruces o los caballeros de Malta. El símbolo identifica a un grupo y no sólo lo diferencia, sino que adscribe al individuo a una idea para siempre, representada por un elemento gráfico.

2.— SIGNOS LINGÜISTICOS Y NUMERICOS

Hacia el año 2000 de nuestra Era el arte de la escritura se había difundido ampliamente a partir de Mesopotamia y Egipto, donde nacieron las escrituras

STOP	●1157	traffic	●1163
STRIPES	●1157	Transmission	●1163
SUBLIME	●1157	TRISET	●1163
SUPERSTAR Shadow	●1158	Trooper Roman	●1164
SUPERSTAR	●1158	Univers 45	●1164
SYNCHRO SYNCHRO	●1158	*Univers 46*	●1164
Tabasco Medium	●1159	Univers 49	●1164
Tabasco Bold	●1159	Univers 53	●1165
Talisman	●1158	Univers 55	●1165
Tango	●1159	*Univers 56*	●1165
TANKARD	●1159	Univers 57	○●1165
Tarragon	●1159	Univers 59	●1166
Thalia	●1160	Univers 65	○●1166
Tiffany Light	●1160	*Univers 66*	●1166
Tiffany Medium	●1160	Univers 67	○●1166
Tiffany Heavy	●1160	*Univers 68*	●1167
Times New Roman	△○●1161	Univers 75	○●1167
Times Bold	□○●1162	Univers 83	○●1167
Times Bold Italic	○●1162	University Roman	●1168
Times Extra Bold	○●1162	*University Roman* Italic	●1168
Times New Roman Semi Bold 461	●1163	University Roman Bold	○●1168
Tintoretto	●1160	University Roman Display	●1168
Tip Top	●1161	Upright Neon	●1167
Tiranti	●1161	V·A·G	●1169
Titus Light	●1161	*Van Dijk*	●1169
Titus Medium	●1161	*Van Dijk* Bold	●1169
[illegible]	●1163	*Vegas*	●1169

cuneiformes y jeroglíficas comentadas, y evolucionaba hacia formas más simples y hacia usos mucho más complejos.

Fue el milenio siguiente cuando la escritura dió el vital y último paso de su evolución: la aparición del alfabeto.

Algunas de las formas de escritura que florecían en la costa oriental del Mediterráneo dieron origen a un precursor del alfabeto fenicio. Hacia el año 1000 los fenicios divulgaban su alfabeto por los puertos mediterráneos. La posibilidad de asociar un signo gráfico a cada sonido del habla, a cada fonema, y la utilización de estos signos para formar las palabras tuvo como resultado una espectacular fermentación cultural.

El alfabeto fenicio tenía 22 caracteres y fue completado por los griegos al introducir posteriormente las cinco vocales, hacia el siglo IX antes de nuestra era.

La institución del alfabeto con su economía de símbolos, su flexibilidad y su relación directa con los sonidos humanos, facilitó enormemente el desarrollo de la escritura.

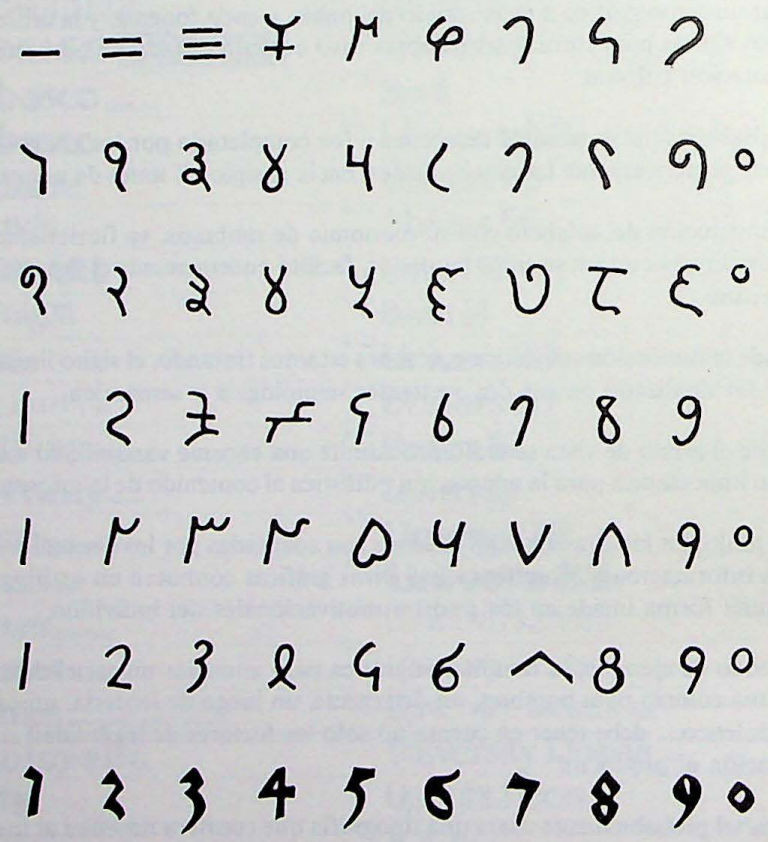
Desde la dimensión señalética que ahora estamos tratando, el signo lingüístico puede ser analizado en sus dos vertientes semiológica y semántica.

Desde el punto de vista semiológico admite una enorme variabilidad estética, de gran importancia para la adaptación estilística al contenido de la información.

Las múltiples familias actuales de letras son adaptadas por los diseñadores gráficos a informaciones específicas. Las letras gráficas connotan un «stiling» que de alguna forma incide en los resortes motivacionales del individuo.

A modo de ejemplo, la familia tipográfica para anunciar un cartel de exhibición, una colonia para hombres, un detergente, un juego de lencería, un programa señalético,... debe tener en cuenta no sólo los factores de legibilidad sino de adecuación al producto.

El cartel probablemente usará una tipografía que confiera novedad al mensaje usando una letra original, la letra para la colonia de hombres deberá adaptarse al sexo del destinatario pero también resaltar la idea de belleza inherente al uso de este tipo de producto, el detergente resaltará la idea de limpieza con una letra clara amplia y clara, el juego de lencería debera usar unos rasgos tipográficos que acomoden la letra al esterotipo de suavidad y feminidad que se espera del producto y el programa señalético deberá tener en cuenta sobre todo los factores de legibilidad.



Numerosos logotipos comerciales se basan en este carácter de connotación del estilo de la letra y la redundancia en este campo acentúa el carácter de esterotipo que las familias tipográficas tienen.

La muestra de una página de un catálogo de familias tipográficas indica la abundancia de estas para ser acomodadas por los diseñadores para fines específicos como los expuestos a modo de ejemplo.

Así la familia «Van Dijk» podría aplicarse perfectamente a un cartel de imagen en cuanto su estilo caligráfico se adapta perfectamente a las características de originalidad presentes en un cartel; la familia «Triset» por su elegancia formal, la sutilidad del rasgo y su contundencia lineal, podría usarse perfectamente para una colonia de hombres; la familia «Stop» por su claridad gráfica, su contundencia y limpieza formal, podría ser base para cualquier programa de limpieza: detergentes, dentífricos, abrillantadores, gamuzas,... La familia «Tiranti» por su caracter caligráfico, su estilo íntimo, la abundancia de rasgos y arabescos especialmente en las mayusculas, sería el tipo ideal para un programa de lencería. La familia «Univers» por su amplia diversidad, fina, normal, bold, extended, estrecha, cursiva, presenta soluciones idóneas para un programa señalético, tanto por su adaptabilidad a diferentes tipos de gráficos e imagen corporativa, como por su contundencia y fácil legibilidad, especialmente la Univer 65.

Desde el punto de vista semántico o del significado, el signo lingüístico presenta la gran ventaja de ser inequívoco, pero la desventaja del aprendizaje de la lengua utilizada para la señalización.

A esta situación se añade la dificultad de lectura por amplios sectores de la población, turistas, emigrantes, analfabetos, ancianos, niños, miopes,... factores que muchas veces exigen la utilización conjunta de los signos lingüísticos y pictográficos.

Con las ventajas y limitaciones de ambos recursos se construye hoy en día la comunicación gráfica.

Los signos numéricos

Los números que usamos en la actualidad provienen de las antiguas formas indias y árabes que se introdujeron en Europa a través de la España musulmana.

El sistema decimal tiene su origen en las culturas indias.

Con independencia del número de dedos de la mano, no parece existir ningún motivo para no haber escrito los números en base 12 o base 20.

Desde la antigüedad los científicos occidentales utilizaron inicialmente el sistema sexagesimal que los antiguos mesopotámicos habían ideado a partir del número 60. En la actualidad aún se usa la base 60 para medir el tiempo del reloj.

Hacia el año 500 d.C. se concibió en la India una representación caligráfica para el sistema decimal. Lo que ahora conocemos como los números del 1 al 9 fueron originalmente signos de letras Indias. El importante signo cero no hizo su aparición hasta que el sistema decimal estuvo muy desarrollado.

3.— SIGNOS CROMATICOS

El color siempre es algo relativo. No sólo depende de la propiedad que tenga la materia de absorber la luz que incide sobre ella, remitirla o traspasarla, sino que también es decisiva la calidad y la composición espectral de la luz existente.

En realidad el mundo es incoloro y la materia no es visible directamente. El mundo visible se compone de materia incolora y de ondas electromagnéticas igualmente incoloras que únicamente se distinguen por su longitud de onda.

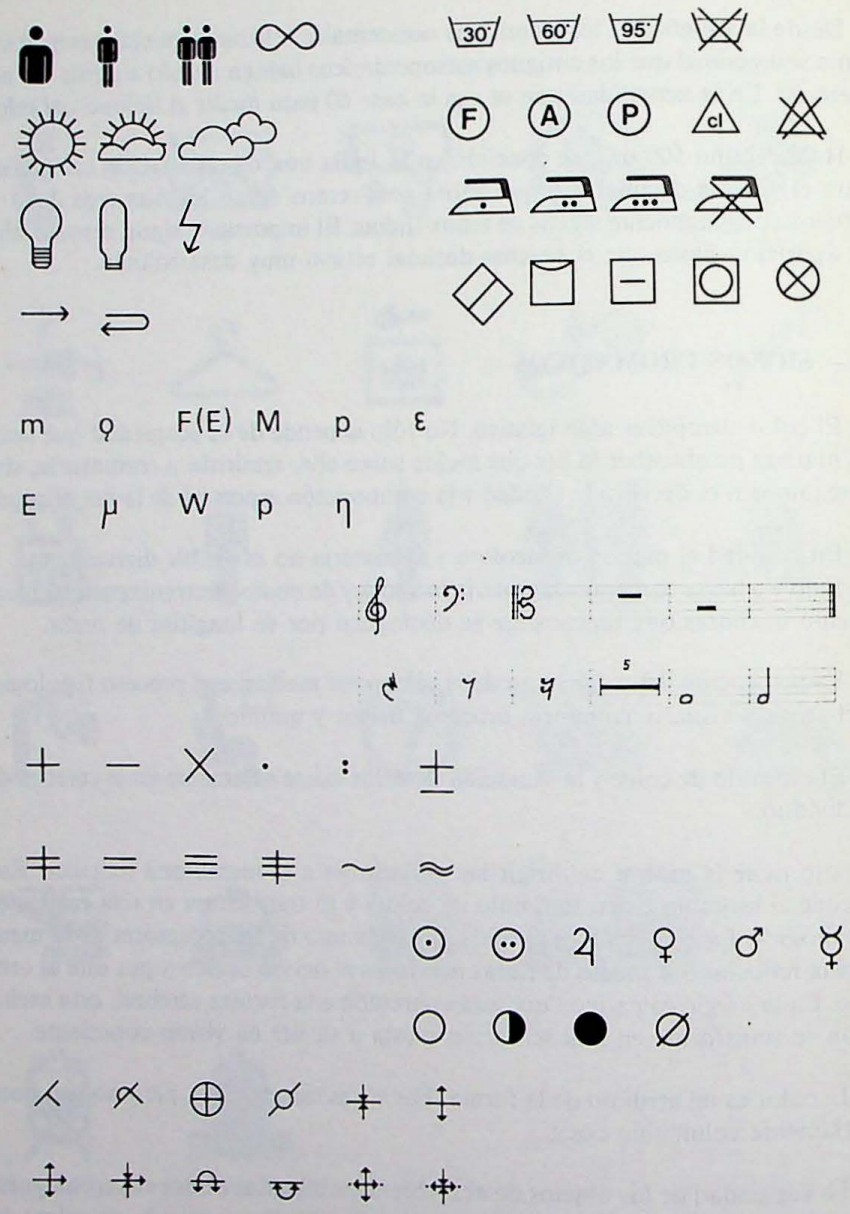
La percepción del color se produce sólamente mediante el proceso fisiológico del sentido visual y comporta procesos físicos y químicos.

El estímulo de color y la sensación de color existe sólamente en el cerebro del individuo.

El ojo tiene la misión de dirigir las radiaciones a la membrana reticular. Esta recoge el estímulo físico (estímulo de color) y lo transforma en una excitación fisiológica. La excitación es dirigida por cada uno de los receptores de la membrana reticular por medio de fibras nerviosas al nervio óptico y por éste al cerebro. En la «regio calcarina» que está conectada a la corteza cerebral, esta excitación se transforma en una sensación y ésta a su vez en visión consciente.

El color es un atributo de la forma. Las cosas tienen color, pero no son necesariamente color, sino cosas.

La capacidad de los objetos de absorber determinadas ondas electromagnéticas del espectro de luz visible y de reflejar parte de ellas (estímulo de color) determina la sensación cromática de los objetos independientemente de su forma.



El mundo de imágenes en el que nos movemos depende de la luz, gracias a ella captamos el mundo formal que nos rodea y el color acentúa y diferencia significativamente el mundo de nuestro entorno.

El color actúa en los programas señaléticos como señal, de acuerdo a códigos preestablecidos. En el código de circulación a la significación de las formas se añaden los atributos del color para acentuar y diferenciar los mensajes. Rojo para prohibición y peligro, azul para información.

La utilización del color es determinante para algunos códigos de comunicación visual, como el lenguaje de las banderas, el código de los semáforos, el vestuario deportivo, el ritual religioso, e incluso la moda y su uso es normal en señalética para acentuar los mensajes, provocar la diferenciación y aumentar el cociente estético.

Las actuales normas de señalética urbana, utilizan el color como clave de diferenciación semántica.

Nivel semántico

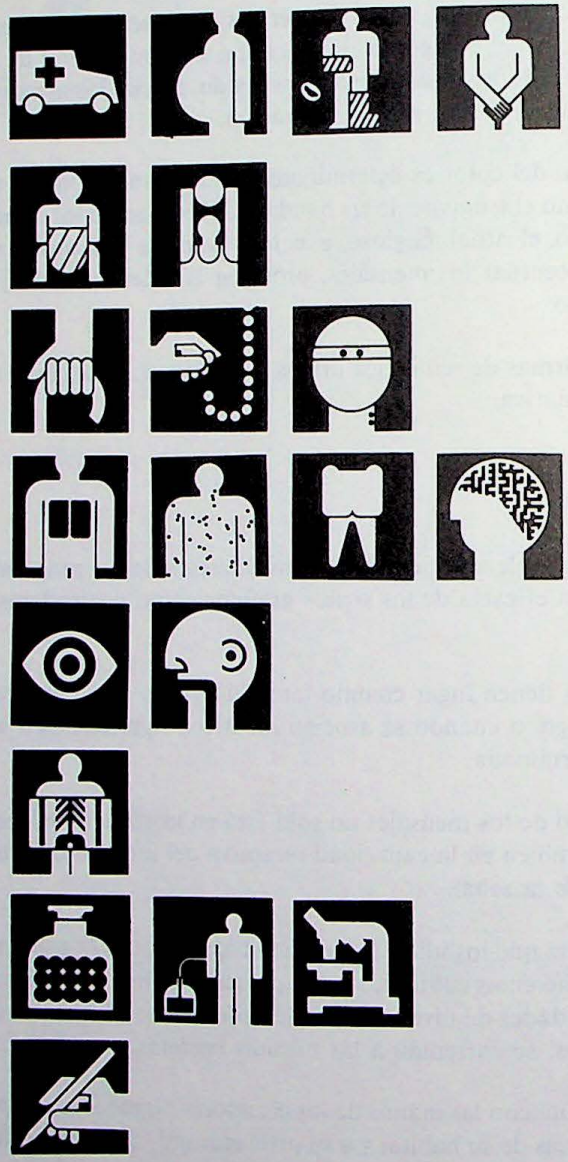
El principal problema que afecta a los intereses de un programa señalético, es determinar la eficacia de los signos gráficos como porteadores de mensajes inequívocos.

Los mensajes tienen lugar cuando tanto el emisor como el receptor utilizan un mismo código, o cuando se asocian idénticos significados a una provisión de señales determinada.

La efectividad de los mensajes no sólo está en la eficacia del signo icónico o textual, sino también en la capacidad receptiva del individuo para comprender el significado de la señal.

De igual forma que los idiomas suponen barreras para la comunicación entre individuos de diferentes culturas, la extrapolación de mensajes pictográficos particulares a sociedades de niveles culturales diferentes o con reglas de comunicación particulares, se enfrentan a las mismas barreras.

El código visual con las manos de los cazadores pigmeos se adapta a las necesidades cinegéticas de su hábitat y a su nivel cultural, de igual forma que los sistemas de comunicación con banderas, el braille o el morse, es decir los lenguajes sustitutivos, precisan un aprendizaje previo para descodificar correctamente los mensajes.



Independientemente de la efectividad de la comunicación en grupos sociales marginales, la señalética se dirige a una comunidad global cuyo nivel cultural es determinante para la aplicación del programa.

Nuestras sociedades tecnológicas están cada vez más habituadas a la lectura de signos gráficos. El mundo de imágenes en el que vivimos y el bombardeo visual que soportamos a través de los medios de comunicación, nos hace más receptivos a la imagen gráfica.

La señalética se ha introducido en la vida diaria adaptando programas icónicos para todo tipo de situaciones, no sólo en los transportes, aeropuertos, ferrocarriles, autopistas, en los centros de carácter social y civil, hospitales, ayuntamientos, juzgados,... sino que los signos gráficos se han incorporado a todo tipo de electrodomésticos y situaciones de la vida urbana.

Los coches, la televisión, la lavadora, la máquina de fotos, el horno de cocinar, el frigorifico, el microhondas, la máquina de afeitar, el ordenador, la estufa, el paquete de caramelos, la máquina de tabaco, la lata de conserva, la ropa de vestir, los cajeros automáticos,... y no digamos las máquinas especializadas, llevan impresos un montón de signos pictográficos y lingüísticos para el uso y manejo correcto de estos aparatos. Símbolos y signos de todo tipo se incorporan así a esta nueva cultura de la imagen.

El aprendizaje gradual de estos signos, supone un elemento de nuestra cultura actual, caracterizada por la rapidez, el consumo y la autodidaxia.

Nivel pragmático

La señalética desencadena normalmente actos voluntarios o relativos a acciones voluntarias.

Dependiendo del programa, desencadenará diferentes actos, motrices, de volición, de conocimiento, de situación...

De una forma general hemos hablado de la señalética como una disciplina cuyo objetivo es realizar señales.

Las señales se organizan en torno a programas específicos. Señalización de servicios públicos, —teléfonos, correos, aeropuertos, estación de tren,...— Señalización de concesiones, —alquiler de coches, cafetería, bar, peluquería,... — Señalización de actividades, —escaleras, ascensores, pasaporte, aduana, visa-

dos,...— Señalización de regulación de normas, —prohibido fumar, salida de incendios, papelera,...— Señalizaciones de programas específicos, —Hospitales, Universidades, Museos, Bancos,...—

Dichos mensajes pueden ser o no utilizados por el individuo según sus necesidades dentro del funcionamiento automático que caracteriza a la señalética.

Especificidad y funciones de la señalética

Dentro del conjunto de sistemas que componen el contexto de la comunicación visual, la señalética presenta los siguientes rasgos:

La comunicación señalética es consecuencia de la movilidad social y de la profusión de servicios que caracteriza a la sociedad contemporánea.

La señalética es una disciplina técnica que especialmente se aplica al contexto espacial, arquitectónico y urbano, así como a la organización de los servicios públicos y privados.

Su finalidad es la información, legible, sin ambigüedad e instantánea.

Su funcionamiento implica la interacción de mensajes visuales (señales) y actos de comportamiento, consecuencia del contenido semántico del signo. Unión entre significantes y significados.

El sistema se basa en un código de señales, a través de la interacción de las formas icónicas, los signos lingüísticos y los signos cromáticos.

El procedimiento se desarrolla por medio de un programa específico para cada necesidad particular.

Las componentes icónicas de las señales pueden estar sujetas a la moda o a las características creativas de los diseñadores, ya que los propios significantes producen mensajes estéticos.

La estrategia espacial es la colocación de las señales «in situ» dispuestas a la atención voluntaria y selectiva del usuario. La señalética no es injuntiva, no obliga a su cumplimiento, sino que es autodidáctica y selectiva.

Su lenguaje es principalmente monosémico, no discursivo.

Su principio básico es la economía de datos informativos, basándose en el aprendizaje selectivo. Conseguir un máximo de información con un mínimo de elementos visuales.

Su presencia es puntual y su utilización optativa.

Las disciplinas implicadas son el diseño gráfico y urbanístico. Ambas deben tener en cuenta no sólo las implicaciones psicológicas y sociológicas, sino también las características ergonómicas y la producción industrial.

La señalética es una evolución de la práctica de la señalización, aplicada a programas específicos de orientación y comunicación.

La señalética es también partícipe de la imagen global y la identidad corporativa.

Su area de aplicación son tanto los exteriores como los interiores, y los medios tanto fijos como móviles.

Como final, opte por una buena señal para su vida.

TRABAJOS DE INGRESO PUBLICADOS

1.—«Un galeón vasco hundido en Bahía Roja». *Amelia Baldeón Iñigo.*

2.—«Botánicos alaveses». *Venancio del Val Sosa.*

3.—«La heráldica en Vitoria». *Juan Vidal Abarca López.*

4.—«Música y Músicos en el País Vasco, hasta el siglo XIX». *Emilio Ipinza Gil.*

5.—«El paisaje alavés y sus habitantes». *José Ignacio Vegas Aramburu.*

6.—«Obra 1960-1980». *José Gabriel Aguirre Alvarez de Arcaya.*

7.—«El hombre y el absoluto en diálogo, según el pensamiento de José Manzana». *Antonio Ortiz de Urbina Basabe.*

8.—«Wentworth Webster, vascófilo, fuerista y etnólogo». *Rosa Mª Agudo Huici.*

9.—«Vicente Goicoechea en la renovación de la música religiosa». *Sabin Salaberri Urcelai.*

10.—«Aportación para una historia crítica de la nueva canción vasca». *Gorka Knörr Borrás.*

11.—«La ilustración en Alava». *Luis María Areta Armentia.*

12.—«Cien años de la vida vitoriana: 1883-1983». *Luis Angel de Apraiz Oar.*

13.—«La fiesta, cauce y expresión de la comunidad». *Cayo Luis Vea Murguía.*

14.—«Mateo de Moraza, fuerista y profeta en su tierra». *José Mª Sedano Laño.*

15.—«El proyecto político de Alfonso X el Sabio y su repercusión en Alava». *César González Mínguez.*

16.—«Las necesidades públicas y modo de subvenirlas». *Miguel Zurita Sáez de Navarrete.*

17.—«4 músicos en Tolosa: Vicente Goicoechea, Felipe Gorriti, Eduardo Mokoroa e Ignacio Mokoroa». *Nemesio Bello Portu.*

18.—«Qué es ser comerciante». *Ceferino Zulaica Beltrán de Lubiano.*

19.—«Lenguaje poético y arte». *José Luis de las Heras Sánchez.*

20.—«Los vascos en Argentina». *Javier Cameno González.*

21.—«Los libros en la documentación del occidente de Alava, durante la Alta Edad Media (Siglos IX al XII)». *Saturnino Ruiz de Lóizaga Ullívarri.*

22.—«Dos siglos de prensa en Alava». *Alberto Suárez Alba.*

23.—«Maestros de capilla y organistas de la colegiata y catedral de Santa María de Vitoria-Gasteiz». *Rafael Mendialdúa Errarte.*

24.—«El vino de la Rioja Alavesa desde el siglo XVIII hasta nuestros días». *Gabriel Chinchetru Fernández de Alegría.*

25.—«La comunicación: del Conde de Peñaflorida a la Radio». *María Cristina Fructuoso Ruiz de Erenchun.*

26.—«El barro». *María Mercedes Vegas Aramburu.*

27.—«La vanguardia de los años sesenta: Escuela Vasca de Pintura». *Joaquín Fraile Mariñelarena.*

28.—«Apuntes sobre la Economía Alavesa 1955-1975-1985». *Carlos Hernáez Ramírez.*

29.—«Aspectos sobre la moda e indumentaria en el siglo XIX». *Juan José Urraca Tejada.*

30.—«Dibujos y bocetos de todos los pueblos del Alava actual, incluido Treviño y dos temas inconclusos: Ermitas de Alava y cimas de montes alaveses». *José Miguel Jimeno Mateo.*

31.—«Fósiles, arqueología, tradición e historia de Pipaón». *Pilar Alonso Ibáñez.*

32.—«D. Gerónimo Roure, genio y figura de la Sanidad Alavesa». *Pedro Manuel Ramos Calvo.*

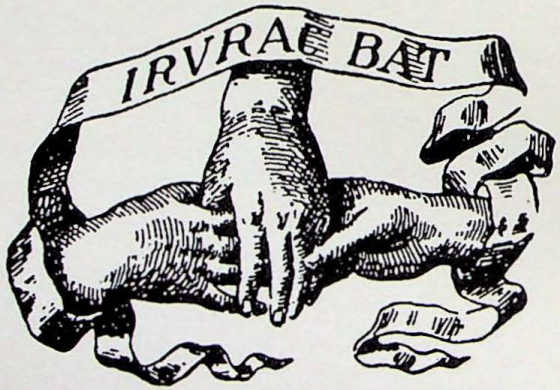
33.—«Los caminos y el Camino de Santiago». *Jaime Valdivielso de Cué.*

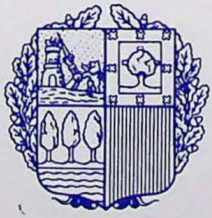
34.—«Euskal Herria: Lugar de encuentro de Lenguas y Culturas». *Ricardo Ciérvide Martinena.*

35.—«La otra Europa. Reflexión sobre lo acontecido en Europa del Este». *José María Ollora Ochoa de Aspuru.*

36.—«El Moro Vizcaíno y su vinculación a la tierra de Ayala». *Federico Verastegui Cobian.*

37.—«Semántica de la Arquitectura en Carlo Fontana: Aspectos iconográficos en la Basílica de Loyola». *Jesús María González de Zárate García.*


IRVRAC BAT



PATROCINADO
POR EL GOBIERNO VASCO