

De dónde proviene la palabra isotipo en diseño gráfico

By Luciano Cassisi

Un intento por develar el difuso origen de un término muy utilizado en el diseño de identificación visual.



¿Por qué la mayoría de los diseñadores llamamos isotipos a algunos signos marcarios no verbales? Lo de la mayoría no me lo inventé. Hice encuestas en las redes sociales de FOROALFA, donde mayormente participan diseñadores gráficos, preguntando «¿Cuál es la

mejor palabra para referirse a los signos marcarios no verbales?». Si bien no se trató de un estudio científico, los resultados demostraron que «isotipo» es la palabra preferida, o una de las más elegidas. Pero ¿de dónde salió?

El iso griego

Hay quienes sostienen la teoría de que, así como «logotipo» es una palabra compuesta por dos voces de origen griego —*logos* (palabra) y *typos* (matriz, golpe, marca)—, «isotipo» también tendría un origen similar. Pero para que se diera esa condición, *iso* debería calificar a *typos*, del mismo modo que lo hace *logos*. Debería indicar la característica principal de los símbolos marcarios. En ese sentido, lo esperable sería que su significado tuviera alguna relación con el concepto de «símbolo gráfico» o al menos de «dibujo». Sin embargo no es así, *iso* en griego significa «igual».



Hay artículos publicados en sitios especializados en el tema, citados por muchos autores del ámbito académico, que intentan explicar la relación entre ese significado totalmente distante y el concepto de símbolo marcario:

«Etimológicamente *iso* significa «igual», es decir, se intenta equiparar un icono a algún aspecto de la realidad».

García¹

«Etimológicamente, *iso* proviene del griego y significa igual. Un icono o una imagen de algo que se extrae de la realidad, trata de representar visualmente esa realidad, trata de buscar un «igual» de forma sintetizada o gráfica. Por lo tanto, *iso* viene a significar icono y/o imagen».

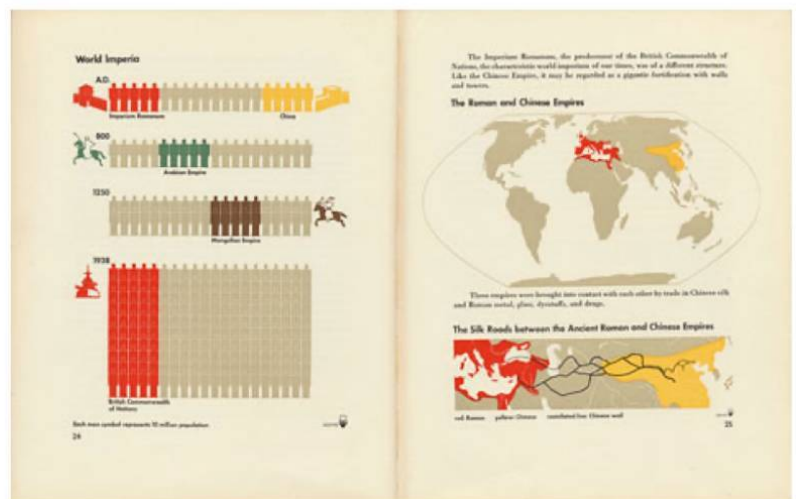
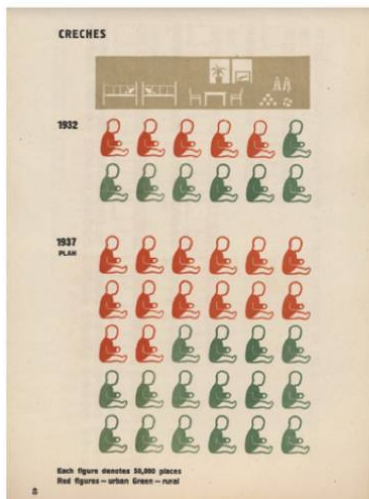
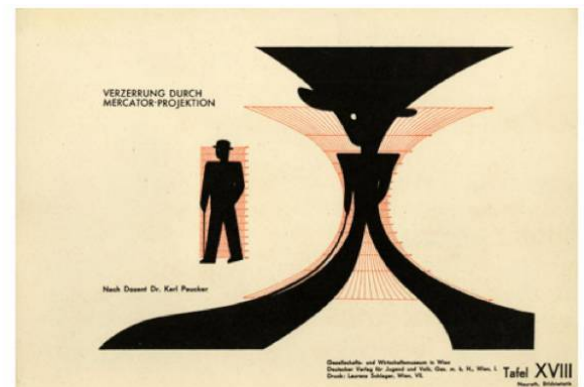
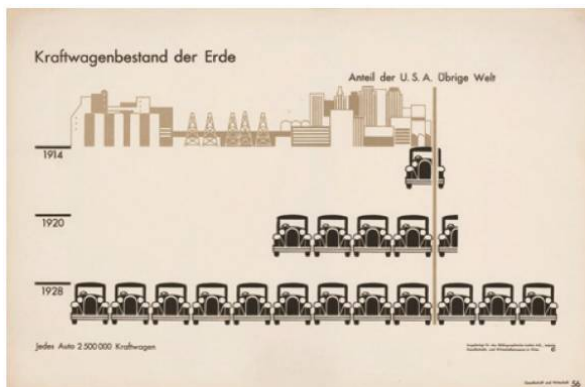
Rajo²

Aunque estos autores se esfuercen por justificar este origen, resulta evidente que no lo logran. La explicación que dan es descabellada: «isotipo» tiene un origen griego, porque el anclaje entre el significado de la voz griega «iso» («igual») y lo que los diseñadores

conocemos como isotipo (o símbolo marcario) es inexistente.

La traducción de ISOTYPE

Hay otra explicación, más verosímil, aunque no por eso menos ridícula, que vincula a la palabra «isotipo» con la sigla inglesa ISOTYPE, nombre con el que se dio a conocer un proyecto conocido por muchos diseñadores, y que suele verse en los cursos de historia del diseño. Las letras de esta sigla corresponden a *International System of Typographic Picture Education* (en castellano podría traducirse como «Sistema Internacional de Educación con Imágenes»). El proyecto ISOTYPE fue liderado por el filósofo y economista austriaco Otto Neurath, aunque inicialmente se lo conoció como *Wiener Methode der Bildstatistik* (Método Vienés de Estadísticas con Imágenes) desarrollado en el Museo Social y Económico de Viena, entre 1925 y 1934.



El proyecto se proponía mostrar hechos e información cuantitativa con imágenes y gráficas dentro del museo. Aunque ISOTYPE técnicamente nunca fue un método, nunca fue un sistema, ni fue internacional, ni fue tipográfico (en el sentido que le damos hoy a esa palabra), sin duda ha sido un aporte importantísimo al diseño gráfico por su contribución al desarrollo de la gráfica datística y de lo que hoy llamamos «infografía». Sin embargo, ese proyecto no tuvo la más mínima relación con el diseño de

marca, ni con la identificación de organizaciones, salvo por el detalle de que la sigla ISOTYPE se parece mucho a la palabra *logotype* (logotipo en inglés). Y como la propuesta incluía símbolos gráficos similares a los de algunas marcas gráficas, podríamos suponer que alguien, poco informado, podría haberse confundido y pensado que un ISOTYPE podía ser un símbolo gráfico marcario.

Pero no, eso no es lo que sucedió. En inglés la palabra ISOTYPE no se usó jamás para referirse a los símbolos marcarios. Existe «*isotype*» en biología, en inmología, en cristalografía, y también en Diseño Gráfico, pero solo para referirse al proyecto de Otto Neurath; no se usa para nada que tenga que ver con las marcas. Entonces, ¿cómo llegamos a llamar «isotipos» a los símbolos marcarios en castellano?

Me encantaría conocer la respuesta a esta pregunta. Pero, aunque lo investigué con esmero, lamentablemente no logré encontrar referencias precisas. Imagino que mi sospecha de la asociación errónea entre *isotype* y *logotype* podría ser la respuesta, pero hay un detalle: que ISOTYPE no es una palabra que se pueda traducir como cualquier otra, sino una sigla. Traducir una sigla como si fuese una palabra habría sido una operación muy incorrecta. Aunque en este caso eso habría sido lo de menos: lo más extraño es que se le habría asignado un significado diferente al que tiene en su idioma original.

Si ese fue el criterio con el que la profesión del diseño gráfico eligió esta palabra para rebautizar al símbolo marcario, hoy podríamos estar llamándolo de cualquier otra forma. Por ejemplo, podríamos llamarlo «altamiro» (porque en las cuevas de Altamira se encontraron signos gráficos no verbales), o «señalético» (porque algunos sistemas de señalización incluyen imágenes parecidas a algunos símbolos marcarios), etc.

De las dos explicaciones que circulan sobre el origen de isotipo, la de la traducción de la sigla ISOTYPE parece ser la más probable, por la cercanía de aquel proyecto con el diseño gráfico. No sabemos quién fue la primera persona que acuñó este término, ni quiénes lo difundieron en la lengua castellana, pero saberlo no cambiaría demasiado las cosas. Salvo que apareciera una nueva y mejor explicación del origen de la palabra «isotipo», podemos decir que, para haber sido creado como neologismo, tiene poco sentido que no se pueda explicar, porque las palabras nuevas siempre responden a necesidades nuevas y, generalmente, son explicables.

¿Qué hacer con la palabra isotipo?

Lo que denomina la palabra isotipo no era innombrable antes de su aparición, que estimo debe haber sido entre los años 70 y 80. Desde hacía mucho tiempo existía una palabra muy conocida en la lengua castellana y que ya he mencionado muchas veces en este artículo: la palabra «símbolo». «Isotipo» es un sinónimo de «símbolo gráfico marcario». Este término se utiliza mucho en castellano con el mismo sentido, que entiende todo el mundo sin necesidad de ser diseñador y dominar la jerga. Ni siquiera se necesita un diccionario para comprenderla, se utiliza en muchos idiomas con el mismo sentido: por ejemplo, en inglés. Muchísimos libros que abordan la temática de la identificación visual se refieren a los signos marcarios simbólicos como símbolos, entre ellos los de autores reconocidos como Joan Costa

y Norberto Chaves.³ ¿Por qué entonces esta profesión habrá creado la palabra isotipo, preexistiendo una palabra mucho más precisa y conocida por todo el mundo de habla castellana?

Corresponde aclarar que la palabra «símbolo» tiene detractores, que, por malinterpretar algunas categorizaciones de la semiótica,⁴ cometen el error de descartarla, haciendo caso omiso del significado básico que aparece en los diccionarios, y que coincide en un 100% con el que le damos en diseño de identificación visual: «un símbolo representa una entidad o una idea, por una convención socialmente aceptada, es decir, por acuerdo entre los que lo utilizan y lo perciben».



El símbolo de la paz, la cruz roja, la estrella judía, la medialuna con estrella del islam, etc., son muy conocidos por todos. La asociación entre esos signos gráficos y lo que representan nos resulta inmediata. Pero ningún símbolo es un símbolo desde el primer día; toda convención comienza en algún punto en el tiempo. Alguien establece el significado del símbolo, empieza a usarlo y sus interlocutores lo van aceptando e incorporando. Asociamos el símbolo de la hoz y el martillo con el comunismo porque los cultores de esa ideología se han identificado con esos signos a lo largo del tiempo, a punto tal que todo el mundo lo conoce: nos hemos puesto de acuerdo en que esa combinación representa eso y no otra cosa. Del mismo modo, el cristianismo nos fue enseñando que la cruz es el símbolo de la cristiandad.

Para que un signo gráfico se convierta en un símbolo, no hace falta que todo el mundo se ponga de acuerdo. Que la convención tenga que ser social no implica que deba abarcar a toda la humanidad. Las marcas, al firmar sus comunicados con sus signos gráficos, justamente están estableciendo y reafirmando una convención, y al mismo tiempo el público la va aceptando. El fenómeno es idéntico al de la cruz cristiana o cualquier otro símbolo mundialmente conocido, solo que a escala menor. Tampoco hace falta que pasen siglos para que el proceso de simbolización se produzca. En el caso de los símbolos gráficos marcarios de productos y organizaciones, según cuál sea la inversión económica para instalarlos y cuál sea el tamaño del público con el cual se busque establecer la convención, el proceso puede darse en cuestión de años, meses o días.

Resulta muy extraño el fenómeno que permitió que en castellano terminemos llamando «isotipos» a los símbolos gráficos marcarios. Lo que intriga es el origen absurdo, innecesario e inexplicable de esa palabra. Lo ideal sería dejar de utilizar un término tan innecesario como

inexplicable, aunque a esta altura parece difícil revertir el proceso, por lo que seguramente sigamos escuchándola por algunos años.

Published on 12/03/2020

-
1. GARCÍA, Modesto. [*Hablemos con propiedad: logotipo, isotipo, imagotipo, isologo, imagen corporativa, identidad...*](#) (26/04/2011)
 2. ROJO, José Vicente. [*Diferencias entre un logotipo, un isotipo, un imagotipo, una marca...*](#) (2006)
 3. En su libro *La imagen corporativa*, Norberto Chaves utilizó la palabra «imagotipo» –otro neologismo– para denominar a los símbolos marcarios; pero en el resto de sus libros y artículos posteriores, siempre utilizó la palabra símbolo.
 4. Charles S. Peirce clasifica los signos por su naturaleza en: iconos, índices y símbolos. Esa clasificación, específica de la semiótica, puede dar lugar a confusión si no se considera el concepto que representa al signo. Todo signo (no nominal) que se utilice en forma autónoma como identificador de una entidad será necesariamente un símbolo de esta, pues para instaurarlo se necesita establecer la convención, y esto es independiente de que su naturaleza sea icónica, indicial o simbólica, según la clasificación de Peirce. El pictograma de una manzana mordida puede ser, al mismo tiempo, el símbolo de una marca de computadoras y dispositivos móviles, y el ícono de una manzana real mordida. Todo depende de cuál sea el concepto que pretenda expresarse al utilizar el signo.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/de-donde-proviene-la-palabra-isotipo-en-diseno-grafico>

