

Iconicidad y velocidad de lectura

Por Norberto Chaves

Las virtudes del mensaje gráfico no verbal.

A la hora de transmitir gráficamente una idea, una de las razones (no la única) de la opción por un icono y no una palabra es la velocidad de lectura e interpretación. Una exigencia que, en condiciones extremas de tiempo y distancia resulta inexcusable. En esos casos, la identificación del signo y su significado ha de ser inmediata y mucho más veloz que la lectura de una palabra o frase.

El pictograma es líder en esta función. Y esa es la razón por la cual ciertos pictogramas se han estandarizado (caso de «hombres» y «mujeres» en los lavabos públicos) hasta transformarse en signos convencionales incluso en su forma gráfica. Lo normal es que, en los lugares de circulación masiva (por ejemplo, los aeropuertos), se utilice internacionalmente el mismo icono: toda singularidad se vuelve en contra del cumplimiento de su función. Pues, además, en esos «no-lugares», la singularidad de los pictogramas carece de toda ventaja: no aporta sino merma la significación. Buscar siluetas atípicas para esos pictogramas sería tan absurdo como elegir una familia tipográfica «singular» para las pantallas de información de vuelos.

Pero esta exigencia de velocidad en la lectura e interpretación del signo no se limita a estas señales puramente funcionales. Es también una virtud de la iconización de mensajes con funciones más complejas. Tal es el caso de aquellos carteles en los que se recurre a un icono para aludir-ilustrar el concepto a transmitir.

El diseño de un cartel que –por ejemplo–, para anunciar la representación de una ópera incluya una imagen, debe descubrir el icono exacto, aquel que evoque inmediatamente a la obra y provoque la sensación de su proximidad, inminencia y valor cultural, y, además, sugiera la jerarquía artística de su puesta.

Debe disparar, con una sola imagen, toda la imaginería social, creada o a crearse, en torno a esa ópera. Para ello deberá hallar la sinécdoque potente, o sea, la concentración del sentido del drama en una escena u objeto clave (el pañuelo de Desdémona, en Otelo). O una metáfora con vuelo poético (el corazón roto de las amantes de Don Giovanni o la imagen del «convidado de piedra»).



Cartel polaco para la película Cabaret, dirigida by Bob Fosse (1972).

Como ejemplo y, a la vez, como homenaje a su autor, he escogido el celeberrimo cartel de la celeberrima película de Bob Fosse. Una síntesis perfecta de cabaret y nazismo, pintura de

toda una época. Velocidad de lectura, pregnancia, diafanidad del mensaje y larga vigencia del símbolo, con Liza Minelle como personaje «central».

La imagen debe conquistar la complicidad del lector que, al recibir el mensaje, debe sentir: «¡exacto!, ¡es eso!» Y, si el resultado es brillante, la respuesta del lector será una implicación emotiva, un impacto en su sensibilidad y en su inteligencia, que él reivindicara en el emisor: «¡Qué captación más inteligente del sentido de la obra!»

Es con estos niveles de simbolización que se logra la máxima eficacia del mensaje, o sea, el cumplimiento óptimo de su misión: la calidad del mensaje se contagia a lo comunicado.

Lo que no puede ocurrir nunca (y ocurre harto frecuentemente) es que el viandante deba demorarse en la observación del cartel en la búsqueda de descifrar su sentido. A la calidad cultural de la figura escogida debe sumarse la contundencia e inmediatez de su mensaje. La ambigüedad, que muchos consideran un valor, debe rechazarse de plano como una auténtica tara del mensaje.

Agréguese a ello que, desde el punto de vista estrictamente económico, la rentabilidad de un cartel en la vía pública se mide por la cantidad de «impactos», o sea la cantidad de personas que han detectado y entendido el mensaje.

Moraleja: el diseñador, en tanto «iconizador», debe solventar dos desafíos: dar con el icono inequívoco y transparente, y garantizar que, incluso en casos de obviedad, la imagen esté cargada de tensión, que «reverbere» y no muera en el mismo instante en que aparece.

Publicado el 10/07/2016



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/iconicidad-y-velocidad-de-lectura>

