



Diseño en Comunicación Visual 1 / Diseño Básico

Profesor: D.C.V. Eduardo Gabriel Pepe

Apunte:

PICTOGRAMAS

Extractado del apunte del Taller de Diseño en Comunicación Visual II (Profesor DCV. Guillermo Lago) Carrera de Diseño Gráfico y Publicitario, IES "MB".

Los pictogramas son imágenes figurativas que han sido simplificadas formalmente, a través de una reducción estratégica de detalles con el objetivo de acelerar los procesos de interpretación visual, optimizar su legibilidad en situaciones adversas de uso y hacerlos signos híper-funcionales.

En función a objetivos comunicacionales, a contextos de aplicación ya evaluaciones de ergonomía visual decimos que el proceso de síntesis formal de la imagen es estratégico, debido a que se debe rescatar lo esencial de la forma del objeto, descartar los detalles anecdóticos y se debe reinterpretarlo tomando una importante cantidad de decisiones relacionadas con el estilo, el tipo de figura retórica utilizada, la cantidad de elementos, que participarán, los puntos de vista, entre otros...

La generación de un pictograma implica una profunda investigación y observación del objeto a simplificar, a través de relevamientos fotográficos con distintos puntos de visión del mismo y una búsqueda en la interpretación o reinterpretación formal.

La simplificación puede ser literal respetando estrictamente la morfología del objeto, o puede ser una reinterpretación formal que hace el diseñador en función de una intención y un objetivo comunicacional.

La metodología de búsqueda de un pictograma, implica una serie de acciones que redundarán en la calidad gráfica e interpretativa del mismo:

- **Investigación y análisis:** consiste en la observación, estudio de la forma y de las características esenciales del objeto de referencia, a través, de un relevamiento fotográfico desde distintos puntos de vista y enfoques.

- **Búsqueda de antecedentes,** es decir, observar la resolución de otros pictogramas con condicionantes comunicacionales y contextuales similares

- **Definición de las estrategias** en función de las condicionantes analizadas. Es necesario explorar diferentes propuestas para oponer, evaluar y seleccionar.

- **Estudio del claroscuro:**

- **Interpretación formal** básica en blanco y negro, a partir de bocetos de aproximación a mano alzada y de constantes evaluaciones en función de:

- Inteligibilidad
- Legibilidad
- Notoriedad
- Simplicidad
- Aspectos estéticos y estilísticos, entre otros...

- **Búsqueda a través de un proceso de abstracción sustracción-geometrización de la forma.**

- **Etapla plástica o artística.** En toda producción hay un "momento artístico", donde lo rígido de lo metodológico se debilita y la intuición toma protagonismo.

-**Evaluación final y selección de la propuesta más eficiente.**

- **Racionalización**

- **Grilla constructiva o de referencia**

- **Fichas técnicas**

Los pictogramas se proyectan en función de tres dimensiones semióticas del discurso visual. La dimensión sintáctica, la dimensión semántica y la dimensión pragmática contextual.

NIVEL SINTÁCTICO

El nivel sintáctico se vincula estrictamente con la selección, cantidad y relación establecida entre los distintos elementos pertinentes y las leyes que participan vinculándolos en el espacio.

En un sistema señalético la estrategia de contenidos de los íconos deben ser coherentes y relacionarse entre sí a través de la definición de criterios sistémicos que los vinculen conceptualmente, estilísticamente y morfológicamente

NIVEL SEMÁNTICO (Plano de la connotación)

En el plano de la connotación, el signo se carga de significados que varía de acuerdo con los distintos contextos de aparición, con los distintos receptores y las distintas culturas.

NIVEL PRAGMÁTICO-CONTEXTUAL

Estudia la relación funcional y conceptual entre el signo y el receptor en un determinado contexto de aplicación e interpretación: (inteligibilidad, legibilidad, simplicidad, ...)

CANTIDAD DE ELEMENTOS REFERENTES

El pictograma puede estar compuesto por un solo referente básico, teniendo de esta manera una referencialidad simple. Cuando intervienen en la composición formal dos o más elementos estamos en presencia de una referencialidad compuesta.

ACTITUD / SITUACIÓN

Se relaciona con la postura en que se va a presentar al objeto, en función de las necesidades de comunicación, que van más allá, del estilo de representación que se elija.

La ACTITUD, hace referencia a objetos animados, no es lo mismo el león de la marca PEUGEOT rugiendo y rampante, que sentado mirando el horizonte.

La SITUACIÓN, hace referencia a objetos inanimado. Si para referenciar una biblioteca se muestran libros en una situación de desorden, no resulta pertinente con lo que se pretende comunicar.