

Tipografía publicitaria: la escritura plena

Carmen Espejo Cala

En un extenso estudio que hoy se considera punto de partida de toda la moderna teoría sobre la comunicación escrita, *Historia de la Escritura*, el norteamericano Ignace Gelb cataloga la modalidad alfabética con el rótulo ponderativo de *escritura completa*¹. En su explicación, el sistema alfabético culminado por los griegos del siglo de Pericles resulta del incesante y progresivo perfeccionamiento de las técnicas para comunicarse gráficamente tal como éstas comienzan a desarrollarse en la *pintura-escritura*, la que todos los pueblos primitivos han practicado en rocas, paredes, tejidos o enseres.

Gelb califica al alfabeto de *escritura completa* en cuanto sólo él, a su juicio, permite finalmente la total expresión de la realidad. Mientras la escritura consistió en la representación directa de lo designado mediante un grafismo, fuera éste icono o mero signo evocador, resultó insuperable la limitación de la técnica, pues ningún cerebro humano o mecánico podría trabajar con el infinito número de unidades gráficas que serían necesarias para designar los infinitos elementos de la realidad física y psíquica. Por ello, desde los tiempos de la Mesopotamia o el Egipto antiguos al menos, los sistemas de escri-

tura que *dibujan los significados* –Gelb los llama semasiográficos, frente a términos más habituales como pictografía o ideografía– hubieron de combinar esta rudimentaria técnica con otra más compleja en su funcionamiento, pero que sin embargo facilita definitivamente el proceso de la designación por escrito: la técnica fonográfica, en la que lo que se dibuja, convencionalmente, son los sonidos limitados de cada lengua particular y, sólo a través de las combinaciones de éstos, la *realidad*. Las escrituras cuneiformes mesopotámica, jeroglífica egipcia y maya, ideográfica china son, a pesar de lo que a menudo se ha pensado, sistemas mixtos que conjugan los recursos pictográfico y fonográfico. El triunfo de este último comienza a gestarse en torno al segundo milenio a.C. y en el Mediterráneo, entre diferentes pueblos semitas que aciertan a dejar de lado, en los grandes sistemas escritos de sus poderosos vecinos mesopotámicos o egipcios, el importante componente pictográfico para comenzar a trabajar tan sólo con las unidades fonográficas, adaptadas a sus lenguas con mayor o menor rigor filológico. El fenicio, uno de estos pueblos, es reconocido como el *inventor* o consolidador del *alifato*, sistema cerrado de representación gráfica de las consonantes de su lengua. Los griegos culminan, como dijimos, el triunfo de la fonologización de la escritura con su descubrimiento del alfabeto –en el que ya se representan gráficamente tanto sonidos consonánticos como vocálicos–. «El desarrollo del alfabeto griego completo, que expresa los sonidos consonánticos y vocálicos, es el último hecho importante en la historia de la escritura. Desde la época griega hasta la actualidad, nada de nuevo ha sucedido en el desarrollo estructural interno de la escritura» (Gelb 1993: 239).

El calificativo de «completa» para la escritura occidental, alfabética, resulta como apuntábamos líneas atrás ciertamente ponderativo; Gelb, como otros muchos historiadores de la escritura, ha podido por ello ser acusado de *etnocentrista*. Sin duda, cada pueblo, cada cultura, desarrolla la técnica de comunicación gráfica que mejor se adapta a sus necesidades políticas, sociales, económicas, culturales... No tiene sentido, por ello, considerar a unas escrituras más evolucionadas, o simplemente mejores que otras. Pero nuestra humilde rectificación a Gelb, en lo que sigue, no tratará una vez más de *gramatología* comparada –es el nombre que Gelb da a una

1. Más exactamente, para Gelb es escritura plena cualquier sistema que utilice total o parcialmente el principio fonográfico o de representación de sonidos.

posible ciencia de la escritura concebida en su funcionamiento interno, y no en su expresión gráfica externa—. Por el contrario, convenimos con el científico norteamericano en que, desde un cierto punto de vista occidental, el alfabeto puede ser considerado como el logro final de una larga secuencia de experimentos fallidos en torno a la posibilidad de comunicarse gráficamente. Tenemos en cambio serias reservas para admitir un par de puntos si no centrales, sí importantes en sus postulados:

1º) que el alfabeto sea la realización máxima de la fonetización de la escritura y, en cuanto tal, sólo y exclusivamente fonografía, y,

2º) matización de orden terminológico ahora, que el epíteto de «escritura plena» o completa sea apropiado para tal sistema.

Empezaremos por esta última.

La escritura desnuda

Lejos de integrar elementos o capacidades diversas, como el adjetivo *completa* podría hacer entender, la escritura, en su evolución desde la pictografía al alfabeto, fue progresivamente despojándose de diferentes virtualidades. En primer lugar, y como queda planteado, desde un estatuto original de código semiótico primario —en el que sus unidades referían directamente el universo físico y mental— fue convirtiéndose en código de representación secundaria, admitiendo entre la grafía y lo representado la mediación desde entonces indispensable del código lingüístico. Despojándose de este componente icónico, y cediendo al pragmatismo de la abstracción, la escritura perdió tal vez en expresividad tanto como ganó en eficacia.

Pero, además, deslizándose por el derrotero de la renuncia al componente pictórico, llegó a prescindir también de otros muchos elementos visuales de fuerte contenido expresivo aunque no fonético. Los cherokees, indios americanos a los que el cine ha hecho célebres, utilizan para sus mensajes escritos diferentes tintas de color: el blanco, para colorear los signos que expresan paz o felicidad, el negro para la muerte, el rojo para el triunfo, el azul para la derrota... En un sentido similar, desde el Egipto clásico a la Edad Media cristiana se escribió en dos colores, rojo y negro —el rojo en titulares,

capitales y otras partes destacadas del discurso—. Nosotros, hoy, escribimos, a máquina o incluso a mano, con un solo color, generalmente oscuro. Otro ejemplo: como se sabe, el jeroglífico egipcio permitía la posibilidad de dibujar a mayor tamaño y en posición inicial de la cadena gráfica aquel signo considerado de mayor relevancia por su contenido. Los nombres de los faraones aparecían, cuando menos, rodeados por el *cartucho* que les confería una fuerza visual especial. La escritura occidental aún conserva algún resabio de esta expresividad gráfica no fónica, como el subrayado o las comillas —Gelb, siguiendo a Bolinger, los llama *morfemas visuales*—; pero, aparte de esto, la historia del alfabeto tiende a la neutralización de este tipo de rasgos expresivos. Así, mientras la escritura social fue mayoritariamente manuscrita aún era posible dotar de una carga emocional importante a la escritura propia, jugando con el escaso margen que la convención permite a la hora de dibujar el bucle de una letra *o*, o la cola de la letra *z*. Hoy en día, cuando la escritura mecánica se impone incluso en ámbitos privados o domésticos, la uniformidad del trazado se hace absoluta. Los rasgos todavía muy heterogéneos del primer alfabeto en la Atenas del 400 a.C. pueden ser hoy reducidos a un reducido conjunto, como hace la escritura digitalizada. Elisa Ruiz consigue, por ejemplo, hallar el posible sistema de trazos mínimos a partir de los que se construyen todas las letras del abecedario latino en *Hacia una semiología de la escritura* (1992).

Otro de los valores expresivos que perdió la escritura en el camino de depuración que la llevó al alfabeto fue, paradójicamente, el del sonido. Que las capacidades fonadora y gráfica del ser humano se desarrollaron al unísono parece probado por multitud de datos científicos. Es más que probable que en un principio, y mientras la escritura fue total o parcialmente pictográfica, los mensajes escritos se *contaran* en alta voz por la persona competente y autorizada al resto de la comunidad. Una vez que el principio fonográfico triunfó, aún durante mucho tiempo la escritura se leyó en voz alta. Parece ser que la costumbre de leer en silencio se documenta ya entre algunos romanos de la época imperial especialmente duchos en la técnica, pero no se hizo común, y esto entre las élites letradas, hasta bien entrada la Baja Edad Media. A partir de entonces, sin embargo, el componente oral y el

escrito se distancian hasta convertirse en capacidades comunicativas distintas y a menudo opuestas por los hábitos sociales o culturales.

Pero, además de la riqueza que perdió la escritura por renunciar al componente icónico y a la designación directa, la técnica escrita inició, al mismo tiempo que se decantaba por la modalidad alfabética, un imparable proceso hacia la *desmaterialización* casi absoluta. Hablamos de la pérdida del *espesor* material que hacía que, en una gran parte de las culturas antiguas y en algún uso residual de las actuales, el texto escrito tuviera en ocasiones una utilización material, además o en ausencia de la que tenía como transcripción de una idea o un texto lingüístico. En un extenso capítulo de su obra *Antropología de la escritura* (1994) Giorgio Raimundo Cardona reúne numerosos ejemplos del fenómeno: el más conocido es el de las piezas de material escrito utilizadas como talismán. Se sabe que los egipcios de la era faraónica se hacían enterrar con un ejemplar del Libro de los Muertos, en cuyo poder confiaban para alcanzar la inmortalidad. Entre los hebreos son normativas las *filacterias* o rollos escritos que se portan entre los ropajes o se colocan en las puertas de los hogares; los musulmanes llevan tiras de papel con versículos coránicos en una bolsita que cuelgan de su cuello, etc. Buena parte de la dimensión mágica de la escritura se asienta en la dificultad implícita a la técnica: en el momento en que el alfabeto simplifica definitivamente el aprendizaje primero y el uso después de la escritura y la hace accesible para un número cada vez mayor de personas, ésta va perdiendo magia y excelencia con la misma velocidad con la que gana difusión.

Estas y otras renunciaciones —en las que ahora no podemos detenernos— jalanan la historia de la escritura occidental, por lo que el adjetivo que, nos parece, mejor cuadra a su estadio actual no es el de plena sino, todo lo contrario, el de *desnuda*.

Tipografía publicitaria: La escritura plena

No obstante todo lo expuesto, dudábamos, en el primer punto que prometíamos desarrollar, que la escritura alfabética pueda ser considerada, en

todas sus aplicaciones, escritura desnuda, *grado cero* de la expresividad gráfica. Hace la misma observación que nosotros Elisa Ruiz, pues en el capítulo «La interpretación de los signos alfabéticos» de *Hacia una semiología de la escritura* enumera las características propias de la técnica alfabética y apunta, junto a las que se deducen de su condición de código secundario —«representatividad», «suplencia», «ausencia», «abstracción»...— una que resulta gravemente paradójica con respecto a las anteriores: la *excedencia*. Se define ésta última por la evidencia de que «los signos alfabéticos desbordan su propio cometido, tanto en el plano del significante como en el del significado. Una palabra escrita no coincide ni representa con exactitud su misma versión oral» (Ruiz 1992: 232). La excedencia permite que la escritura supere su funcionamiento vicario del lenguaje en lo que la misma Ruiz llama «función paralingüística». Para la citada autora también, la función paralingüística se manifiesta en dos comportamientos extremos o aberrantes de la comunicación escrita: la *supraliteralidad* o potenciación de los aspectos puramente materiales del signo alfabético, y la *supradiscursividad* o sobrevaloración del significado. Son tantos y de tan diverso origen e índole los ejemplos de un y otro concepto que Elisa Ruiz aporta, que le hubiera sido posible hablar, no de manifestaciones marginales o curiosas de un rasgo peculiar de la escritura alfabética, sino de una verdadera tradición de usos paralingüísticos —por emplear su misma terminología—; tradición que estaría marcada por la resistencia a abandonar esas múltiples direcciones comunicativas de la escritura a las que, vimos, el alfabeto había tenido que ir renunciando.

En esta tradición de escrituras que *exceden* el mensaje lingüístico, nos parece, y con ello llegamos ya al punto central de este comentario, la moderna tipografía publicitaria supone un ejemplo reciente y un logro máximo. Probablemente, en ningún otro uso de los signos alfabéticos es tan evidente como en ella la recuperación de esas otras posibilidades para la expresión gráfica de las que hablábamos al principio.

Sin embargo, Elisa Ruiz, en el capítulo aludido, apenas se refiere a los usos publicitarios del alfabeto. Se extiende tan sólo al comparar la publicidad gráfica con los *emblemata* renacentistas, y la comparación resulta, por

cierto, negativa para la primera, en cuanto piensa que el fin comercial de ésta impide el grado de complejidad y profundidad que tenía la fórmula clásica (Ruiz 1992: 269).

Lejos de este olvido o desprecio, nosotros, insistimos, reivindicamos el carácter de *escritura plena*, plurisignificativa, de la tipografía publicitaria. En efecto, y si es cierto que la publicidad comercial aúna imagen y escritura con una intención similar a como lo hacían los emblemas renacentistas, no es menos evidente que la tipografía publicitaria recupera la carga icónica que las letras perdieron allá en el Mediterráneo, hace unos dos mil años, con el abandono definitivo de la pictografía en favor de la fonografía. Los creadores publicitarios investigan continuamente con esta posibilidad y algunos de sus hallazgos son ya célebres; la aplicación más sencilla es la que hace que en el texto publicitario o en la marca del producto publicitado una de las letras del alfabeto sea sustituida por un objeto de silueta similar a ella. No obstante, estos iconos se distinguen de los empleados en la pictografía genuina en el hecho decisivo de que, generalmente, no son representaciones directas de la realidad designada, sino del signo lingüístico con el que se transcribe esa realidad: es lo que ocurre, por ejemplo, en el caso del tulipán que sustituye a la letra *u* en la marca de ordenadores *Tulap*, o en la alas que se entrelazan con la *v* del logotipo de los trenes *Ave*; su función, en este caso, resulta redundante –aunque eficaz en cuanto a impacto visual– con respecto al mensaje lingüístico. Más cerca de la técnica pictográfica están los iconos que sustituyen a letras en los nombres de ciudades, para efectos de su publicidad en camisetas, posters, folletos, etc.: la *a* mayúscula de París es, fácilmente, una Torre Eiffel; la *h* de Thamesis, el Puente de Londres; la *i* de Sevilla, la Giralda. Estas imágenes aportan ya un contenido que no se limita a reduplicar al del signo alfabético íntegro, aunque tampoco es una designación directa del referente externo. Donde sí puede hablarse, con apenas salvedades, de verdadero funcionamiento mixto, pictográfico y fonográfico, de los signos es en la imagen de marca de unos aperitivos, *Cheetos*, que presenta en lugar de la letra *o* el dibujo de un queso. Sin duda, este aporta una información extra, que no se contiene en el texto escrito, y que se refiere al ingrediente principal del producto alimenticio. Los ejem-

plos, en fin, son muy numerosos, y no es nuestra intención aquí, ni agotarlos, ni siquiera emprender una clasificación de ellos²; lo expuesto debe bastar para reconocer que la moderna publicidad gráfica, tras largas décadas de investigación en torno a las posibilidades expresivas de la imagen y la escritura, ha concluido por recordar cómo, en un principio, éstas dos no fueron códigos de representación ajenos entre sí.

Pero, tal vez más significativa aún es la recuperación que la publicidad gráfica logra de los usos y significados materiales, no sígnicos, de la escritura. A fuerza de repetir una composición tipográfica, asociada mediante música, imágenes o cualquier otro procedimiento a determinado estatus social o modo de vida, ciertas marcas comerciales han conseguido que el logotipo que las identifica se codicie como un objeto de consumo más. Tal como antiguos egipcios, musulmanes o judíos otorgaban a un fragmento de material escrito con las palabras de su fe un valor protector, los jóvenes de buena parte del mundo occidental y no occidental lucen, por ejemplo, en sus cuellos la letra *W* de metal de los vehículos Volkswagen. También es fácil –y legítimo– recordar el empleo de filacterias escritas en las vestiduras, frecuentes en culturas diversas como apuntábamos, cuando se observa la recurrencia habitual a los logotipos de marcas comerciales como adorno en sí mismo de camisetas y otras prendas contemporáneas. Podría incluso hablarse de *escritura venerada*, inmutable y a veces ininteligible como en los libros sagrados o mágicos de tantos pueblos, para el caso singular de la difusión extraordinaria de logotipos como el de *Coca-Cola* en zonas geográficas que no conocen el alfabeto de origen grecolatino o con alto índice de iletrados.

Tampoco en este punto pretendemos agotar los ejemplos o desvelar cada una de las facetas del fenómeno. Se trata, por otra parte, de realidades bien conocidas y suficientemente estudiadas por los teóricos de la comunicación social. Nuestro interés era, simplemente, el de recordar que, más que de una

2. Ha realizado un importante trabajo en torno al iconismo en la tipografía publicitaria el profesor y compañero nuestro Juan Rey, a quien agradecemos además su ayuda en la elaboración de este artículo.

novedosa creatividad *ex-nihilo*, en el arte de la tipografía publicitaria puede hablarse de un inesperado retorno de dimensiones expresivas que la comunicación escrita había perdido mucho tiempo atrás. Es entonces la tipografía publicitaria uno de esos usos contemporáneos de la escritura alfabética que desmienten el triunfo absoluto de la fonografía del que hablaba Gelb, y para el que no dudaríamos en emplear, pidiéndolo en préstamo al mismo autor, el rótulo de escritura plena o completa.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- CARDONA, G. R. (1994): *Antropología de la escritura*, Barcelona, Gedisa.
 GELB, I. (1993): *Historia de la escritura*, Madrid, Alianza.
 RUIZ, E. (1992): *Hacia una semiología de la escritura*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez / Ediciones Pirámide.

Publicidad y libertad de expresión

Algunas reflexiones tras la sentencia del caso *Benetton* en Alemania

Mirem Gorrotxategi

I. El triunfo de la burguesía liberal y la evolución que convirtió a ésta en el poder dominante, permitieron que aquellos listados de derechos y libertades naturales que se emplearon como instrumento de cambio contra la monarquía despótica, se convirtieran en declaraciones universales de los derechos y libertades del hombre, contenido, aún hoy, indispensable en las Constituciones. En una filosofía jurídica en la que el positivismo era la nota dominante, el reconocimiento de estos derechos y su máxima protección por el ordenamiento jurídico cumplía, además, la función de dotar de respaldo moral legitimador al sistema que, por lo demás, negaba cualquier teoría sobre la justicia.

Así pues, respondiendo a las necesidades de expansión y consolidación de la burguesía hegemónica, es en el siglo XIX cuando surge, en sentido moderno, la libertad de expresión. Históricamente, la censura había actuado como instrumento de control social por parte de un poder que reprimía cualquier expresión pública que pudiera hacer peligrar el orden social y moral imperantes. Frente a ello, se propugnaba como derecho natural de la persona la libertad de pensamiento que, por exigencias operativas, derivó en libertad de expresión. Desde una concepción social puramente indivi-