

# La letra y su imagen. La rotulación figurativa popular

José Antonio Millán

## 1. LAS FORMAS DE LAS LETRAS

Aunque haya que empezar por lo consabido, las letras constituyen un sistema gráfico cerrado (o, mejor dicho, dos sistemas que comparten

*Los caracteres alfabéticos figurativos son aquellos representados por un objeto que se asemeja a una letra. José Antonio Millán recoge y analiza ejemplos de esta práctica, común en la rotulación comercial y popular de muchos lugares del mundo.*

algunos elementos: las mayúsculas y las minúsculas).

La *grafémica* es la disciplina que estudia este sistema.<sup>1</sup> Los rasgos distintivos de las letras son la dirección de los trazos, su forma (si estos son cerrados o abiertos) y otros factores como la orientación; decía Ramón Gómez de la Serna: “La q es la p que vuelve del paseo”.

Las distintas variantes y tipografías añaden complejidad a este sistema al crear *alógrafos*, como

g g  
a a A

En este artículo, vamos a abordar los caracteres alfabéticos creados *ad hoc*, sin relación gráfica con los otros caracteres a los que acompañan. Son los llamados “de fantasía” que, como recuerda Martínez de Sousa, son los caracteres “sombreados, contorneados, adornados, figurativos, alegóricos, exóticos, etc.”.<sup>2</sup> Y de este abigarrado conjunto, nos centraremos en los figurativos.

Entenderemos, aquí, por *caracteres alfabéticos figurativos* los que están representados mediante *un objeto, o conjunto de objetos, que se acerca a la forma de una letra*. Entonces: no abordaremos las letras adornadas con motivos de ningún tipo, ni la superposición de una letra y una figura, sino las *figuras que dibujan o evocan letras*. Es decir, aque-

llas cuyos trazos se pueden asimilar a rasgos distintivos del sistema alfabético gráfico.

## 2. ABECEDARIO INDUSTRIAL Y DEL COMERCIO

La sustitución de una o varias letras de una palabra por un objeto cuya forma se les asemeja es un uso extendido en la rotulación comercial y popular de muchos lugares.

Tiene, claro está, precedentes: la práctica de adornar letras es frecuente desde los manuscritos, y pasa a la imprenta, pero se usa casi exclusivamente para las iniciales o capitulares. Sin embargo, la práctica que vamos a examinar no está limitada a las iniciales, sino que puede tener lugar en cualquier parte del texto.

Tiene, claro está, precedentes: la práctica de adornar letras es frecuente desde los manuscritos, y pasa a la imprenta, pero se usa casi exclusivamente para las iniciales o capitulares. Sin embargo, la práctica que vamos a examinar no está limitada a las iniciales, sino que puede tener lugar en cualquier parte del texto.

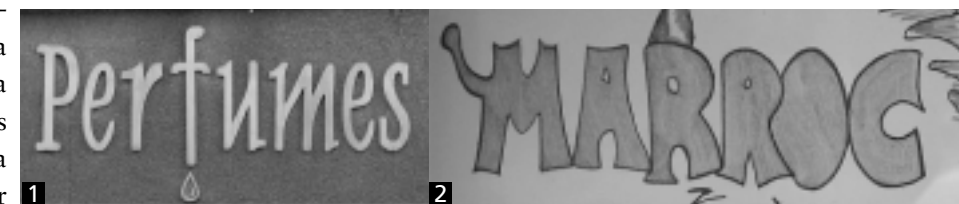
El corpus que hemos utilizado para este estudio consta de setecientos ejemplos recogidos en los últimos tres años (sobre todo en España, aunque con casos de otros países de Europa, América y Asia).<sup>3</sup> A partir de octubre de 2005, el autor lo empezó a divulgar en Internet, bajo el título de *Abecedario industrial y del comercio*.<sup>4</sup>

Es bien sabido que la forma de algunas de nuestras letras proviene de un dibujo: la letra A en el alfabeto protocananeo se origina en la representación de la cabeza de una vaca.<sup>5</sup> Hoy en día, no quedan trazos figurativos en las letras, pero la capacidad que tienen para confiar

su reconocibilidad a un conjunto pequeño de rasgos las hace buenas candidatas a la modificación, a la creatividad... y al juego.

La idea de que las letras deben parecerse a las cosas en cuyo nombre intervienen ha ido a parar a una zona muy peculiar: la rotulación de locales comerciales y envases de productos, normalmente en manos o de no profesionales o de profesionales del rótulo –letrero. inscripción, cartel– y la ilustración (que pueden no serlo del diseño gráfico y la tipografía). Estos esforzados artesanos, en la obligación de cantar gráficamente las excelencias de una marca, de una empresa, de un establecimiento o de un nombre propio, descubren que la *f* tiene la forma de un gotero de perfume [1] y la *m* de un camello [2].

Esta idea quizás no esté muy lejos del mecanismo conocido como “etimología popular”: la interpretación de (una parte de) una palabra como otra con la que se cree que tiene relación. O del mecanismo de simbología fónica, que asocia determinadas propiedades de la materia sonora de una palabra con su sentido (los sonidos de *chiquitín* u *obeso* evocarían propiedades de sus referentes).



[1]: Rótulo de perfumería (Ciudad de México, 2005).

[2]: Cartel manuscrito en agencia de viajes (Barcelona, 2006).

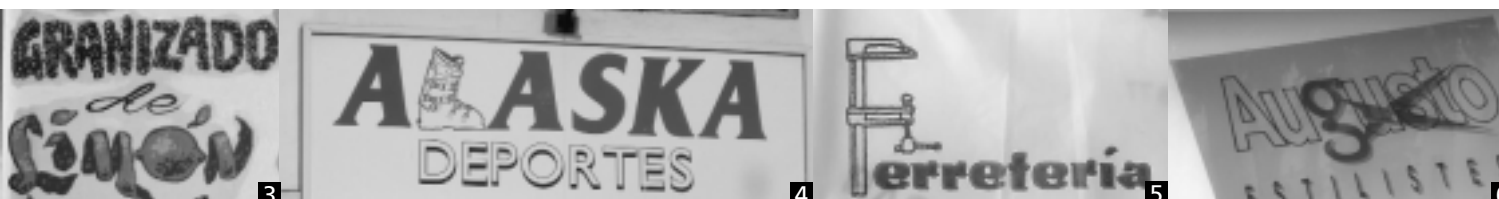
3. Las fotografías son siempre del autor. Las capturas de páginas web tienen su fuente indicada. La fecha de acceso a las direcciones web de este artículo es octubre de 2007.

4. <<http://jamillan.com/abecedario/>>

5. Véase el clásico de David Diringer (1948) *The alphabet, a key to the story of mankind*, Nueva York, Philosophical Library, sobre todo el capítulo 1 de la Segunda Parte, “Origin of Alphabet”.

Así como alguien creará ver en el inicio de la palabra *limón* algo del carácter ácido de la fruta, también se buscará (y a veces se encontrará) relación entre la escritura de la palabra y el objeto [03].

Hay precedentes muy lejanos para las relaciones entre la forma de las letras de una palabra y su referente. La obra *Telephus* del escritor grie-



[3]: Cartel de heladería (Barcelona, 2007).  
 [4]: Rótulo de tienda (Madrid, 2006).  
 [5]: Bolsa de plástico de ferretería (Barcelona, 2007).  
 [6]: Rótulo de peluquería (Barcelona, 2006).

go (siglo V a. C.) Agatón presenta un tema tomado de Eurípidés: un nator analfabeto describe las letras del nombre de Teseo, ΘΗΣΕΥΣ. Por ejemplo: la Σ es como “un arco escita” y la Ε es como un “tridente tumbado”, elementos ambos que se refieren a la propia historia del héroe del Ática.<sup>6</sup> Aquí, estamos un paso más allá del adagio latino “nomen est omen”: en cada una de las letras del nombre está su destino.

### 3. DEL OBJETO AL SENTIDO

¿Qué objetos aparecen encarnando letras en nuestros carteles? Muchas veces, aquello que se vende en un determinado local: la bota de esquiar en una tienda de deportes [04], la prensa en una ferretería [05] o el instrumento de trabajo, como una tijera, en una peluquería [06].

Estos objetos apuntan, sinécdoquicamente, a las respectivas actividades, y con frecuencia son estándares, en el sentido de que las utilizan otros sistemas, como la señalética (la tijera representa a la peluquería, por ejemplo, en las señales de un aeropuerto). Pero no siempre es así: una empresa de “decoración y pintura” utiliza la escalera [07] para la H de su nombre, y esta relación entre objeto y actividad, aun no estando consagrada, funciona perfectamente.

Otras veces, el juego de sustitución no hace referencia a la actividad del local (o al tipo de producto, en el caso de las marcas) sino a la palabra que constituye su nombre o marca: la tienda de ropa *Aborigen* [08] sustituye la *i* por la huella del pie desnudo (sinécdoque del nativo, al menos desde *Robinson Crusoe*).

Igual ocurre cuando a una letra la sustituye un conjunto de figuras. La B de la Boquería [09], el principal mercado de Barcelona, reúne emblemáticamente un embutido, un pescado y una fruta.



### 4. DE LA LETRA AL OBJETO

En el corpus que manejamos, las letras que han sido sustituidas por objetos casi nunca son minúsculas. La ausencia de ligaduras entre las mayúsculas, así como la mayor rotundidad de sus rasgos, facilita su iconificación.

Incluso cuando los rótulos están en minúsculas sin ligar, las letras sustituidas pueden seguir siendo mayúsculas. Los casos de minúsculas sustituidas son realmente escasos en el corpus reunido.

Naturalmente, no todas las letras son susceptibles de ser representadas por objetos. La O es la más fácilmente caracterizable mediante una rosquilla, un neumático, una cabeza, la boca de un jarrón, una fruta, un reloj...<sup>7</sup> La I también es muy frecuente, por dos motivos: cualquier objeto erecto, sin o con elemento superior que ejerza de punto, puede evocarla: desde una silueta femenina a un cono de helado Pero también está el caso de que lo que se iconifique sea solo el punto de la *i* (o de la *j*) y, en ese caso, también se amplía mucho la gama: desde un corazón o una explosión hasta una joya, todo sirve de punto...

Que la *letrificación* de un objeto dado es materia que queda a la voluntad del creador se demuestra en el hecho de que la figura de un libro puede encarnar tanto a una L como a una A, según vemos en un céntrico establecimiento porteño.

Curiosamente, la B, la D, la misma E abundan muy poco.

Y, aunque escasos, hay algunos ejemplos de sustitución de signos de puntuación por figuras.

[7]: Logotipo en la web (Barcelona, 2007).  
 [8]: Rótulo de tienda (Barcelona, 2007).  
 [9]: Autoadhesivo (Barcelona, 2006).  
 [10]: Rótulo de librería (Buenos Aires, 2005).  
 [11]: Marca en un camión (Nueva York, 2006).  
 [12]: Bolsa de propaganda turística (Belluno, 2007).  
 [13]: Rótulo de tienda (Nueva York, 2005).  
 [14]: Rótulo de frutería (Barcelona, 2005).  
 [15]: Cartel de neón de tienda de fotografía (Nueva York, 2005).  
 [16]: Rótulo de tienda de ropa femenina (Madrid, 2005).  
 [17]: Rótulo de heladería (Barcelona, 2005).  
 [18]: Rótulo de tienda (Nueva York, 2005).

7. Se pueden ver medio centenar de casos en <<http://jamillan.com/abecedario/abccar3.htm>>

6. Alexandra Pappas, “Describing Inscription: Euripides, Agathon, and the Politics of Ekphrasis”, 2007 APA Annual Meeting. Resumen en <<http://www.apaclassics.org/AnnualMeeting/07mtg/abstracts/Pappas.pdf>>



[19]: Anuncio: “¡El poder de la suela de goma!” (Nueva York, 2005).  
 [20]: Rótulo de restaurante (Barcelona, 2006).  
 [21]: Cartel de heladería (Nueva York, 2006).  
 [22]: Letra de la fuente Toolbox (<http://www.linotype.com/9706/toolboxregular-font.html>).  
 [23]: Cubierta de disco (Estados Unidos, 1989) <<http://www.rudde.se/>>.  
 [24]: Anuncio de película (*web* del diario *El Mundo*, <<http://elmundo.es>>, 2006).  
 [25]: Cubierta de libro (Madrid, 2007), <<http://www.espasa.com>>.  
 [26]: Página *web* de la niña desaparecida Madeleine McCann <<http://www.bringmadeleinehome.com/>>. El ojo esquemático de la izquierda muestra una característica del iris de la niña desaparecida (Gran Bretaña, 2007).  
 [27]: Cartel pegado en la calle: “Convertimos el G8 en historia” (Barcelona, 2006).  
 [27]: Pintada callejera con *stencil* (Barcelona, 2006).

Y, llegados a este punto, tenemos derecho a formular la siguiente pregunta: ¿existen letras que favorezcan su representación mediante un determinado tipo de objeto? La respuesta es que sí: la *u* [20], la *v* y la *y* [21] ofician, frecuentemente, de contenedores (copas o vasos); por otra parte, las ruedas sobreaman en el caso de la *o*.

Si tuviéramos que improvisar una crítica del género, diríamos que es preferible el objeto que sin manipulación (aunque, lógicamente, buscando una orientación favorable) recuerda a la letra, que la adaptación de un objeto informe a los rasgos de una letra [22].

Un caso especial, pero no infrecuente, es aquel en el que lo que sustituye a una letra es un número con el que esta guarda cierto parecido. Uno de los orígenes de esta práctica está en los BBS de la primera Internet (finales de la década de los 80), para burlar la censura.<sup>8</sup>

Esta sustitución se da hoy, sobre todo, en palabras que designan cifras.<sup>9</sup> He detectado este recurso en varias lenguas:

- español: T3ES
- inglés: Ei8ht [23]
- francés: n9uf
- alemán: 2wei

### 5. Usos

¿Dónde se encuentran estos caracteres alfabéticos figurativos?

Repasemos, sin ánimo de exhaustividad:

- rótulos de establecimientos comerciales [10],
- logotipos de marcas o empresas [07],
- carteles manuscritos en establecimientos públicos [02],
- portadas de discos [23],
- imagen gráfica de películas [24],

cubiertas de libros [25],  
 páginas *web* [26],  
 carteles políticos [27],  
 pintadas [28].

La mayor parte (el 80%) de ejemplos de nuestro corpus se ha encontrado en los tipos 1 y 2, pero resulta curioso que existan también los casos de 4-7: el recurso que estamos examinando, aunque menos frecuente que en las creaciones populares, también se da entre los profesionales.

Un factor sorprendente es la internacionalización de esta práctica.

Como ya señalamos antes, hemos detectado estos usos en lugares muy diferentes, incluso con idénticas soluciones. La A de París parece pedir la Torre Eiffel, y este juego lo hemos visto en una tienda de Nueva York [29], en una cafetería de Santiago de Compostela [30] y en una compañía de taxis de Buenos Aires. [29 bis].



[28]: Rótulo de tienda de ropa (Nueva York, 2006).  
 [29]: Rótulo de cafetería (Santiago de Compostela, 2005).  
 [29 bis] Rótulo de compañía de radio-taxis (Buenos Aires, 2007).  
 [30]: Rótulo de bar (Barcelona, 2006).  
 [31]: Rótulo de peluquería (Barcelona, 2007).  
 [32]: Rótulo de zapatería (Barcelona, 2006).  
 [33]: Rótulo de establecimiento de plomería y reparaciones (Barcelona, 2006).  
 [34]: Rótulo de establecimiento de alquiler de coches (Gerona, 2005).



### 6. TIPOS

Los casos que hemos recopilado pueden agruparse en cinco tipos básicos:

#### UNA LETRA ESTÁ REPRESENTADA POR UN OBJETO

Es el tipo más frecuente [31]. Hay, también, casos parciales: una letra está representada por parte de un objeto [05]. O bien, es parte de una letra lo que está representado por un objeto. En este último caso, se puede inferir que el desconocido creador no tenía mucha fe en la correcta decodificación alfabética de la imagen [32].

Casos especiales de sustitución parcial son los del punto de la *i* y de la *j* [18], los de los acentos o aquellos en que se puede dudar de si se trata de lo uno o de lo otro [34].

A este respecto, señalaremos la minuciosidad de ciertas representaciones: el coche que representa la A del nombre de una empresa de alquiler de vehículos tiene una antena inclinada hacia la izquierda, que simboliza el acento grave del nombre catalán MÀRIUS [34].

9. Parte del corpus reunido está publicado en <<http://jamillan.com/abecedario/abocarnum.htm>>.



35

UNA LETRA ESTÁ REPRESENTADA POR LA COMBINACIÓN DE VARIOS OBJETOS



36

El ya comentado ejemplo de la B de Boquería [09]. En la variante exasperada, es un mismo objeto el que dibuja, en distintas configuraciones, cada una de las letras [36].



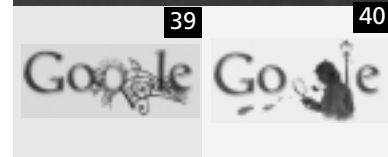
37

VARIAS LETRAS ESTÁN REPRESENTADAS POR DISTINTOS OBJETOS

Dos o más letras de la misma palabra o rótulo están representadas por sendos objetos. Se puede subdividir en dos tipos. En el primero, incluimos aquellos casos en que los objetos representados son independientes entre sí, aunque puedan pertenecer al mismo terreno, como el gorro de mago y la chistera [37]. En esta categoría, se pueden encontrar soluciones realmente imaginativas, como la que convierte –dentro de la palabra *grill*– a la *r* en una chuleta, a la *i* en una tea, a la primera *l* en un tenedor y a la segunda en un cuchillo [38]. Solo hay que lamentar que la fértil imaginación del diseñador no hallara sustitución para la *g* inicial.

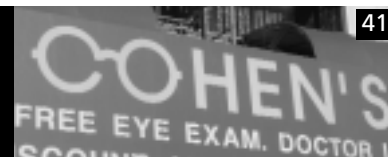


38



39

40



41



42



43

[35]: Rótulo de bar (Barcelona, 2006).  
 [36]: Rótulo de establecimiento. La luna representa el acento grave de la palabra catalana *Màgic* (Barcelona, 2007).  
 [37]: Rótulo de restaurante (Madrid, 2007).  
 [38]: Rótulo de establecimiento (Nueva York, 2006).  
 [39]: 250.º aniversario del nacimiento de Mozart <<http://www.google.com/holidaylogos.html>> (2006).  
 [40]: Conmemoración del nacimiento de Arthur Conan Doyle <<http://www.google.com/holidaylogos.html>> (2006).  
 [41]: Rótulo de óptica (Nueva York, 2006).  
 [42]: Rótulo de tienda de ropa (Barcelona, 2007).  
 [43]: Rótulo de bar (Barcelona, 2007).

En la segunda categoría, están aquellas palabras en las que los objetos entablan una relación: los diversos ascendentes de las letras de la palabra “Manhattan” trazan un *skyline* con rascacielos, el Empire State y las torres gemelas [39].

Podemos encontrar ambas modalidades en un caso moderno y famoso: las variantes del logotipo para días especiales que elabora Dennis Hwang para Google.<sup>10</sup> La peluca de Mozart y el pentagrama [40] pertenecerían a la primera categoría, mientras que la lupa, la silueta de Sherlock Holmes y la farola [41] estarían en la segunda.

VARIAS LETRAS EN CONJUNTO ESTÁN REPRESENTADAS POR UN OBJETO

Por ejemplo, unas gafas dibujan la C y la O iniciales del óptico Cohen [42]. El cuerpo del nativo produce la I y la A [43]. También puede ocurrir que sea solo parte de un objeto lo que represente varias letras, como los palillos del tambor [44].

10. Cf. David E. Williams “Google’s unknown artist has huge following”, <<http://www.cnn.com/2006/TECH/intemet/07/19/google.logo/index.html>>

VARIAS LETRAS DIBUJAN UN OBJETO

Las letras, ahora, constituyen una figura en una especie de caligrama. Las iniciales de Cárnicas Rosal trazan, meritoriamente, el perfil de su animal tutelar [44]. Las cinco letras de la marca de vehículos para inválidos ROLFI se las arreglan para representar la silla de ruedas y su contenedor [45]. Y el nombre de la tienda de pinturas CASAS dibuja (no sin esfuerzo) la figura del pintor [46].

[44]: Etiqueta de embutido (Valencia, 2006).  
 [45]: Placa en vehículo (Feltre, 2007).  
 [46]: Rótulo de establecimiento de pintura (Barcelona, 2006).  
 [47]: Rótulo de tienda (Nueva York, 2005).  
 [48]: Rótulo de establecimiento (Buenos Aires, 2005).  
 [49]: Rótulo de taller de motocicletas (Barcelona, 2005).



44



45



46



47

## 7. CONCLUSIÓN

¿Qué hay en una letra? El estudioso diría que un conjunto de rasgos que la distinguen de las demás letras. Pero el rotulista aficionado, el dueño de un negocio, el propietario de una marca saben bien lo que contiene: un guiño hacia su actividad, una pista que conduce a la palabra que lo identifica, y la refuerza mnemotécnicamente.

Por eso, en el mundo de la rotulación comercial y popular, las letras, con frecuencia, se reencuentran con sus lejanísimos orígenes figurativos, y se travisten de guitarras [47], senos [48], o motos [49] para mejor cumplir con su misión evocadora.



48

49

**José Antonio Millán** es lingüista especializado en el campo de la edición (con mayor atención a la digital) y la cultura escrita. Ha publicado *El candidato melancólico. De dónde vienen las palabras, cómo viajan, por qué cambian y qué historias cuentan* y *Manual de urbanidad y buenas maneras en la Red*.