

gruppi nel sociale

Comunicazione e orientamento *nei servizi socio-sanitari*

PAOLO FRANCESCO LICARI

Riassunto

Il lavoro vuole mettere in evidenza alcuni aspetti inerenti la comunicazione e l'orientamento degli utenti di un servizio socio-sanitario; muove da un approfondimento sui temi della comunicazione umana e va a rintracciare gli elementi essenziali della comunicazione ambientale nel rapporto fra significante e significato e nei segni grafici, in particolare nei pittogrammi. Affronta il significato delle forme, il ruolo dei colori e dei volumi che andranno a costituire le caratteristiche proprie di un progetto di segnaletica, ma anche ciò che definisce un concetto o la sua utilizzazione che, nel nostro caso, costituirà originalità e la specificità della comunicazione di una specifica struttura organizzata.

Nella comunicazione ambientale, infatti, le parole, i segni, le immagini e i simboli sono gli elementi principali che, debitamente organizzati, vanno a costituire il linguaggio di una struttura, al quale corrispondono delle regole codificate la cui applicazione, riconoscimento e rispetto, condurrà alla decodificazione di messaggi significativi che permetteranno un migliore orientamento degli utenti, nello spazio sanitario, quando essi si trovano a richiedere una prestazione medica.

Parole chiave: Orientamento; Comunicazione; Pittogrammi; Luoghi; Spazio urbano; Spazio socio-sanitario.

Communication and sense of orientation in the social-health services

Summary

The purpose of this task is to evidence some aspects related to communication and sense of orientation of social service's users whenever they require medical service.

gruppi nel sociale

This task starts from the deepening of the themes of human communication to tracing down the essential elements of environmental communication, analyzing the relationship between significance and meaning of the graphic signs language, in particular about the symbols and tries to outline their main characteristics and role that signs represent in orientating the user inside hospital building's clinical routes.

By analyzing the meaning of the shapes, role of the colours and their volumes, which represent the characteristics of a signs project, but also what defines the concept of its utilization, which -in our case- is the originality and the specificity of the communication of an organization.

Words, signs, images, symbols are -in fact- the principal elements which create the communication language, to which correspond codified rules whose respect and application lead to the creation of significant messages which will allow the sense of direction in the healthcare space.

Key words: Sense of orientation; Communication; Symbols; Places; Urban space; Social health space.

1. Introduzione

Il Duomo di Firenze è un ottimo esempio di riferimento lontano: visibile da vicino e da lontano, di giorno e di notte; inconfondibile, dominante per dimensioni e profilo, strettamente legato alle tradizioni della città; coincidente con il centro religioso e di trasporti; accoppiato al suo campanile in modo tale da rendere possibile a distanza l'individuazione della direzione di veduta. È difficile concepire la città, senza avere in mente questo grande edificio.

Kevin Lynch

Come sostiene Arnheim, Lynch osserva che è possibile stabilire la propria posizione e il proprio orientamento, quando ci si trova nei pressi del centro della città di Firenze, guardando la cupola e il campanile che dominano la città, poiché essi offrono all'osservatore una diversa costellazione di vedute a seconda della direzione da cui sono esperiti.

Questi due edifici possono essere definiti veri e propri *punti di riferimento* e il processo che vive l'osservatore *orientamento nello spazio*.

Come può constatare chiunque di noi si trovasse dinamicamente immerso nelle vie del centro di Firenze, il campanile appare a volte a destra della cupola altre alla sua sinistra, o ancora l'uno nascosto dall'altro. Suggerisce Arnheim che i punti di riferimento per orientarsi, come abbiamo visto per il campanile e la cupola, presuppongono inoltre che l'osservatore non ne prenda la posizione alla lettera, piuttosto bisogna assumere la loro percezione come il frutto dell'interazione fra l'osservatore stesso e la costellazione architettonica, di cui il primo ha assimilato la natura oggettiva e invariante camminando lungo il perimetro degli edifici (Arnheim, 1994: 136). Allo stesso modo questo lavoro di ricerca vuole mettere in evidenza i temi della *comunicazione ambientale* nell'ambito della segnaletica di orientamento, all'interno di una struttura socio-sanitaria, e cerca di delineare gli aspetti che gli utenti di un ospedale vivono quotidianamente, come i loro gesti e le loro modalità d'interazione quando vengono a contatto con un servizio socio-sanitario e con i punti di riferimento loro offerti dalla segnaletica e dalle strutture ivi presenti, così come fungono da punti di riferimento il campanile e la cupola per orientarsi nella città di Firenze. Il presente lavoro nello specifico si occupa dei differenti modi di oltrepassare i varchi d'accesso di un ospedale, di percorrere le vie al suo interno dove si trovano dislocate le diverse strutture sanitarie, di superare le porte di ingresso automatiche dei singoli edifici, di come percorrere i corridoi interni per arrivare, alla fine, a sostare presso le sale di attesa dei vari servizi per riceverne la prestazione medica richiesta; analizza dunque i percorsi interni ed esterni di una struttura socio-sanitaria e mette in evidenza l'importanza dei *segni* e dei *simboli* che sono parte integrante della comunicazione e dell'orientamento all'interno della stessa.

Le diverse tipologie di orientamento affrontate, in questo lavoro, possono essere lette come un unico fenomeno, innanzitutto perché fanno parte di un'unica realtà, quella socio-sanitaria, e secondo perché sono descritte da un unico punto di vista;

gruppi nel sociale

infatti, possiamo parlare di realtà così differenti a condizione che esse vengano osservate dallo stesso punto di osservazione, nel nostro caso quello dell'orientamento che emerge dalla segnaletica in un contesto socio-sanitario come quello di un Ospedale.

Tratteremo in definitiva di una ricerca che indaga il significato delle forme, dei colori e dei volumi che rappresentano le caratteristiche proprie della segnaletica di una struttura socio-sanitaria.

2. Premessa teorico metodologica sui processi comunicativi in ambito socio-sanitario

La comunicazione ci costituisce: è l'aspetto fondamentale e determinante della contemporaneità. Interviene in tutti i comportamenti, interessa e investe il quotidiano, il nostro modo di pensare, di sentire, di vestirci, i nostri rapporti con le cose e con gli oggetti, i nostri acquisti, la strutturazione del nostro habitat. Anche le città, con le loro piazze, le loro strade, con i loro fondali di cartapesta, di immagini e parole, di messaggi, sono testi semiotici. La metropolitana, il tram, l'automobile non sono solo mezzi di trasporto, ma anche modi di essere, emblemi, status symbol (Fiorani, 2006: 11).

La comunicazione può anche essere considerata una specie di azione inserita in un sistema complesso in cui le discriminanti sono l'orientamento verso l'ambiente o verso le altre persone. Comunicare è sinonimo di trasmettere, ma significa soprattutto mettere in comune qualcosa; attraverso la comunicazione gli uomini interagiscono, condividono valori ed esperienze, definendo in questo modo la loro appartenenza ad una comunità.

La comunicazione quindi consiste nello scambio di messaggi il cui senso, percepito dal ricevente deve essere molto vicino a quello inteso dal produttore. Come suggeriscono Gabassi e Tassarolo (1995: 13-14) il sistema delle comunicazioni può essere suddiviso in tre livelli che si sono sviluppati storicamente seguendo l'evoluzione della società: *“nel primo livello, quello interpersonale o di base, detto anche faccia-a-faccia, il soggetto comunica usando le sue capacità visive e auditive con una predominanza della modalità orale, della cinesica e della prossemica. Esiste a questo livello la possibilità di una retrocomunicazione immediata e la capacità quindi di influenzare e modificare l'atteggiamento dell'altro comunicante.*

Il secondo livello di comunicazione, denominato della cultura organizzata o semplicemente culturale, è caratterizzato dal distacco dei due comunicanti, derivante dall'uso di trasformatori. In questo livello il primo comunicante non emette solo biologicamente un messaggio, ma lo traccia, lo disegna, lo ferma nello spazio attraverso appunto un trasformatore che può consistere in una penna, uno scalpello, un pennello o una macchina per scrivere. I trasformatori prevedono la formazione di un codice e possono consistere in semplici annotazioni dei linguaggi auditivi che vengono così ridotti in modo rappresentativo. Ne è esempio la scrittura che è la tecnica, conservativa per eccellenza, dei messaggi verbali. In tale livello sono compresi anche tutti i sistemi di disegno che vanno dai più primitivi come i graffiti fino ai disegni architettonici o al computer. Non esiste la possibilità di una retrocomunicazione immediata, anzi, tra i due comunicanti viene a crearsi un distacco che fa sì che non assuma grande importanza quanto il primo comunicante vuole significare.

Il terzo livello è costituito dalla comunicazione di massa ed è caratterizzato dall'uso di tecnologie particolari in grado di centralizzare la fonte e di diffondere il messaggio ad un numero grandissimo di utenti (audience). Il messaggio viene registrato e, come avviene per quelli di tipo iconico o rappre-

sentativo, si può riascoltare una voce, rivedere un avvenimento importante. In questo livello si ha un ritorno ad un'oralità di tipo secondario intesa non come interazione faccia-a-faccia, ma come un predominio del veder fare sul fare".

La comunicazione consiste quindi nella produzione, trasmissione e consumo di messaggi e affinché questo processo sussista è necessario che sia il produttore che il fruitore posseggano schemi di riferimento affini.

Dato che i messaggi possono essere parlati, disegnati o stampati, due sono le caratteristiche che possono essere prese in considerazione e precisamente la staticità e la dinamicità. I messaggi statici sono permanenti e tangibili, mentre quelli dinamici risultano più complessi. I messaggi che interessano il disegno sono del primo tipo e cioè statici.

Poiché il termine comunicazione viene impiegato in contesti assai diversi, si rivela assai difficile offrire una definizione che sia, da un lato, significativa e dall'altro valida in ogni contesto. Comunicazione può significare infatti, sia il parlare quotidiano delle persone, sia la pubblicità o le pubbliche relazioni. Gli agenti della comunicazione possono essere persone umane, esseri viventi o qualsiasi altra cosa. Il concetto di comunicazione comporta in ogni caso un'attività che presuppone un certo grado di cooperazione e di interazione tra soggetti diversi. Nel processo comunicativo che vede coinvolti gli esseri umani ci troviamo così di fronte a un atto di pura cooperazione, in cui due o più individui costruiscono insieme una realtà e una verità condivisa.

Per comprendere e illustrare il concetto di comunicazione in quanto processo si può ricorrere a vari tipi di modelli formali di comunicazione.

Shannon e Weaver hanno fornito un modello elementare della trasmissione di una informazione attraverso due apparecchi: un segnale, *messaggio*, inviato da un *emittente* lungo un *canale* fisico arriva a un *destinatario*. Il messaggio composto di segni deve essere costruito e combinato secondo certe regole, utilizzando un codice (codificato) da chi lo emette e decodificato da chi lo riceve. Il contesto gioca un ruolo più o meno importante a seconda del tipo di codice utilizzato.

La teoria dell'informazione elaborata da Shannon e Weaver è di tipo ingegneristico ed è tuttavia riduttiva rispetto alla complessità del problema della comunicazione in quanto privilegia la macchina e i mezzi di comunicazione (Fiorani, 2006: 17). Il principale difetto riscontrato in questa concettualizzazione è di non dar conto del processo di interpretazione del messaggio, quindi dei problemi soggettivi e psicologici degli individui che comunicano. Il modello elaborato da Shannon consente di studiare solamente il problema tecnico della comunicazione, ma non il problema semantico: la comunicazione umana è infatti irriducibile ad un processo lineare, è piuttosto un processo interattivo e a più piani.

Dunque per comunicazione non si può solo intendere il fare arrivare un dato messaggio da una fonte ad un destinatario ma, al contrario, va fatto arrivare un senso. Il *senso* è il risultato dell'esistenza di un complesso sistema di codici, più o meno condivisi, di relazioni, di intenzioni, di pratiche d'uso e di processi e il non tenerne conto ridurrebbe la trasmissione in un semplice dato.

gruppi nel sociale

2.1. Alcuni approcci teorici nell'ambito della comunicazione

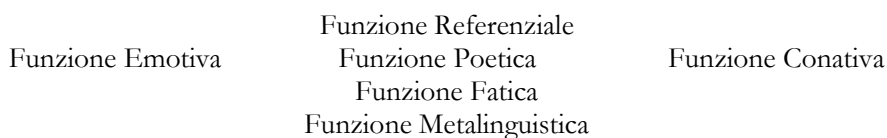
Nell'approccio semiotico il processo di significazione è la capacità di generare significati ed implica che un messaggio sia dotato di senso per i comunicanti. Dunque la comunicazione non si limita a trasmettere una serie di dati fisici ma con essi viene trasmesso un senso.

De Saussure nel (1916) con il suo "Corso di linguistica generale" ha iniziato ad avviare il discorso sul funzionamento del linguaggio. De Saussure definisce il segno come l'unione di un *significante* e di un *significato* che sono come i due lati dello stesso foglio; non si può cambiare l'aspetto dell'uno senza cambiare l'aspetto dell'altro; se si divide il foglio a metà si divide simultaneamente sia il lato del significante che quello del significato. Egli definisce *significato* l'immagine mentale e *significante* l'immagine acustica (Fiorani, 2006: 39).

Con il circolo di Praga si effettua una ulteriore precisazione, il linguista e semiologo russo Roman Jakobson scompone il processo della comunicazione in sei fattori principali, questi fattori insopprimibili della comunicazione verbale possono essere rappresentati schematicamente come segue:



in questo schema il *mittente* invia il messaggio a un *destinatario*. Il messaggio per essere operante richiede, per prima cosa il riferimento ad un *contesto* che possa essere afferrato da un *destinatario*; in secondo luogo esige un *codice* comune ad entrambi; infine un *contatto* quindi un canale fisico che li colleghi e che consenta loro di stabilire e di mantenere la comunicazione (Jakobson, 2005: 185-186). A ciascuno di questi sei fattori Jakobson fa corrispondere una funzione linguistica diversa secondo il seguente schema:



- La funzione detta emotiva, che si concentra sul mittente, riguarda la capacità del mittente di manifestare se stesso, di comunicare la sua emotività, i propri stati d'animo, sentimenti ed emozioni, per ciò che dice e per come lo dice.
- La funzione conativa, trova la sua espressione grammaticale più pura nel vocativo e nell'imperativo, cioè cerca di influenzare il destinatario, imponendogli degli ordini per indurlo a un modo di sentire e di fare, o ad assumere un determinato comportamento o a compiere qualche gesto o atto.
- La funzione fatica verifica la funzionalità del canale, ma mantiene anche il contatto e riguarda per esempio tutte le conversazioni di passaggio e di convenienza, che hanno solo lo scopo di mantenere aperto il filo della comunicazione, o

quelle conversazioni di pura presenza affettiva che intercorrono per esempio tra gli innamorati.

- La funzione referenziale si rivolge al contesto del messaggio e ci permette di riferirci alla realtà, di parlare del mondo e di metterci in rapporto con esso.
- La funzione metalinguistica riguarda direttamente il linguaggio, esso svolge una funzione importante nel linguaggio di tutti i giorni, da su di esso informazioni e permette di parlare della lingua stessa, in quando definisce il codice.
- La funzione poetica costituisce la messa a punto rispetto al messaggio in quanto tale, è connessa al messaggio propriamente e particolarmente nella struttura formale, nella sua organizzazione interna.

Naturalmente anche per lo schema delle funzioni siamo in presenza di una astrazione, perché spesso in un testo sono presenti tutte o una parte delle funzioni individuate (Fiorani, 2006: 19-20).

Nel lavoro di Greimas (appartenente al filone della semiotica generativa), al contrario, la comunicazione è vista come un processo cooperativo in cui non si ha un unico soggetto o attore della comunicazione, ma una molteplicità che attraverso un processo circolare partecipa alla costruzione del senso del discorso. Greimas propone infatti un'idea di comunicazione come scambio in senso antropologico. Secondo Fiorani (2006: 72-74) *“Greimas, inoltre, critica Jakobson per il carattere solo informativo della comunicazione che non comprende la manipolazione. La comunicazione è produzione di senso, di significazione, è orchestrazione di processi vitali, autorganizzazione di sistemi di significazione. [...] Con Greimas la semiotica integra la teoria dei segni in un'architettura a molteplici livelli e in un processo dinamico in cui i segni rappresentano la parte più superficiale, visibile, riconoscibile. Analizza la comunicazione come un semplice concetto, attraverso una discesa verso gli strati profondi in cui si articola il senso e attua una rappresentazione verticale della significazione, dei modi in cui il senso può essere organizzato e articolato. [...] La comunicazione viene intesa come processo interattivo tra soggetti che scambiano oggetti di valore da essi stessi messi in circolazione. Un valore, [...] rappresenta una condizione considerata desiderabile, un obiettivo da raggiungere, un fine condiviso. [...] La comunicazione è un atto che trasforma gli attanti (o “personaggi” astratti) del rapporto intersoggettivo, muta l'essere dei soggetti in gioco, è azione dell'uomo sulle cose, ma anche azione contrattuale o polemica di un uomo su un altro uomo: è far sapere, far credere, convincere, sedurre, provocare, sfidare, minacciare.*

La Scuola di Palo Alto ha invece adottato una visione relazionale della comunicazione. Paul Watzlawick e colleghi hanno introdotto una differenza di fondamentale importanza nello studio della comunicazione umana. Per Watzlawick (1971: 44) *“non si può non comunicare”*, non può esistere una non comunicazione, in quanto non può esistere un non comportamento. Ogni processo comunicativo tra esseri umani possiede due aspetti distinti: da un lato abbiamo l'aspetto del contenuto *“notizia”*, ciò che le parole dicono, dall'altro l'aspetto di relazione *“comando”*, ovvero quello che i parlanti lasciano intendere, a livello verbale e non, sulla qualità della relazione che intercorre tra di loro, la comunicazione diventa un *“processo di interazione tra le diverse persone che stanno comunicando”*. Perché vi sia comunicazione non vi è bisogno quindi di intenzionalità, lo studioso ha sviluppato la pragmatica della comunicazione, dove il primato spetta appunto alla relazione.

gruppi nel sociale

Da un punto di vista sociologico, il processo comunicativo viene analizzato osservando il suo concreto atteggiarsi nei contesti sociali e partendo dal presupposto che la comunicazione è la principale attività umana. Il principale presupposto a cui si fa riferimento è quello della costruzione sociale della realtà, la realtà quotidiana è fatta di oggettivazioni, tra le quali una importanza cruciale va riconosciuta alle significazioni, ossia ai sistemi di segni. Il linguaggio è il più importante sistema di segni, nasce nella vita quotidiana e fa riferimento soprattutto alla vita quotidiana (Berger e Luckmann, 1969). La comunicazione si attua tramite lo scambio verbale e non verbale, e affinché ogni individuo possa rendersi partecipe al processo di comunicazione è necessaria una competenza comunicativa, quindi i sistemi sociali possono solamente nascere e svilupparsi solo grazie alla comunicazione.

La sociologia della comunicazione è quella branca della sociologia che studia nel dettaglio le implicazioni socio-culturali che nascono dalla mediazione simbolica, con particolare riguardo all'uso dei mezzi di comunicazione di massa. Studiare i mezzi di comunicazione significa esaminare come lo stesso messaggio mediatico abbia, a seconda del contesto culturale, conseguenze differenti sui gruppi sociali, come sui singoli individui che ne fanno parte. In altre parole si analizzano i modi in cui il messaggio è trasmesso.

Uno dei maggiori autori che ha contribuito a sviluppare una interessante teoria sulla comunicazione in ambito sociologico è senz'altro Goffman.

Goffman (1959) ha studiato le condizioni dell'organizzazione sociale necessarie per la circolazione delle informazioni, elaborando una "sociologia della vita quotidiana" a partire dall'interazione diretta faccia a faccia. Il suo interesse si è focalizzato in particolare sulla struttura dell'interazione, unità base della vita sociale; egli sostiene, infatti, che quando le persone si incontrano comunicano continuamente non solo con le parole, ma anche con i gesti, distinguendo tra situazioni sociali, occasioni sociali e incontri sociali. Goffman sostiene che la definizione della situazione aiuta a identificare quale struttura dare all'interazione. Molta rilevanza hanno le regole, i rituali e il *frame*, cornice o contesto della comunicazione; la teoria del *frame* afferma che la realtà non è unitaria ma è costituita da un complesso di livelli, dove ogni *frame* può essere costruito a partire da altri *frame* e, aiuta a decifrare gli eventi della vita quotidiana affinché abbia luogo lo scambio comunicativo. Goffman (1974) usa l'idea per definire gli schemi di interpretazione che permettono a individui o gruppi di collocare, percepire, identificare e classificare eventi e fatti, in modo da strutturare significati, organizzare le loro esperienze e guidare le loro azioni. La nozione goffmaniana di *framing* la si trova ampiamente sviluppata nel suo libro "*La vita quotidiana come rappresentazione*", un saggio sul controllo espressivo.

Come è ormai noto Goffman per spiegare la sua teoria sulla comunicazione utilizza la metafora drammaturgia, considerando la vita sociale come una sorta di teatro in cui le persone assumono le diverse parti e agiscono come registi della loro vita e delle impressioni che destano negli altri. La vita sociale quindi si divide in spazi di palcoscenico e di retroscena, cioè in spazi pubblici e in spazi privati. Gli incontri degli attori sociali sono interpretati come veri e propri rituali sociali, vi sono rituali di accesso, di conferma, di riparazione, ogni "attore" sociale possiede una certa immagine di sé e rivendica per se stesso l'identità che ritiene più congeniale. Far accettare un'immagine positiva dell'Io è la sfida continua dell'interazione.

3. Interazione uomo-ambiente nei servizi socio-sanitari

Con i progressi ottenuti nel campo della medicina, della chirurgia e delle tecniche bio-mediche gli ospedali sono diventati luoghi altamente specializzati all'interno dei quali il paziente si sposta per ricevere prestazioni sanitarie specifiche. In quest'ottica, la ricerca dei percorsi in cui i pazienti sono costantemente impegnati viene a costituire una parte fondamentale del suo percorso clinico. Come vedremo, la progettazione dei percorsi interni ed esterni e il loro coordinamento sarà influenzata dalla dislocazione e distribuzione dei diversi ambienti e servizi che cambiano a secondo del tipo edilizio che viene adottato.

Uno dei primi fenomeni da porre in evidenza è il movimento. Il movimento è il tramite tra l'uomo e l'ambiente e ci consente di osservare ciò che esiste quando esso è legato alle modalità con cui avvengono gli spostamenti. Un aspetto importante da considerare è quindi la percezione *dinamica* dello spazio. Essa diviene passiva se siamo trasportati, attiva se camminiamo. Riflettendo su come si modifica la percezione di un luogo in base alle nostre possibilità di movimento, va detto che la velocità dello spostamento condiziona sensibilmente la qualità dell'osservazione e quindi della percezione dello spazio. Il semplice fatto che quando ci muoviamo le cose a noi più vicine scorrano via più velocemente di quelle lontane, ci induce a prescindere dai dettagli in primo piano e a focalizzare la nostra attenzione sulle cose più lontane che immediatamente divengono riferimenti all'interno del nostro campo visivo. Il mezzo adoperato per spostarsi, quindi, è tutt'altro che neutrale e sarebbe un errore considerarlo solo un attrezzo funzionale allo spostamento. Muoversi all'interno di un centro urbano a piedi o in auto, in altre parole, significa non solo spostarsi più o meno velocemente, ma avere di quello stesso ambiente due diverse esperienze. E se il movimento è un ingrediente fondamentale del conoscere, allora il mezzo che consente quello stesso movimento non è solo un veicolo ma anche un osservatorio particolare della nostra esperienza.

Per queste ragioni la segnaletica di un complesso socio-sanitario riveste un ruolo di fondamentale importanza per l'orientamento degli utenti al suo interno.

La scienza che si occupa della pianificazione e progettazione di impianti di segnaletica di orientamento si chiama "wayfinding"¹. Wayfinding significa anche scegliere e seguire un percorso che porti ad una destinazione definita, in maniera efficiente; è l'insieme dei segnali che utilizziamo per capire dove siamo e dove stiamo andando.

Wayfinding non è il semplice orientamento (come nella navigazione), ma in senso più ampio è la percezione dello spazio in cui siamo inseriti².

¹ *Wayfinding* è un comportamento. Con il termine *Wayfinding* si intende la capacità di una persona di sapere dove si trova e come raggiungere la propria destinazione. La ricerca in quest'ambito è piuttosto recente. Prende spunto dal lavoro di K. Lynch *The image of the city, 1960*, un urbanista, e si sviluppa in campo prevalentemente architettonico per indicare l'insieme dei processi percettivi, cognitivi e comportamentali che l'individuo mette in atto per raggiungere una determinata destinazione.

² I termini *orientamento* e *wayfinding*, spesso utilizzati come sinonimi nella letteratura scientifica, indicando due concetti diversi, seppur complementari e riguardanti entrambi la psicologia cognitiva del comportamento durante la deambulazione:

- per *orientamento* si intende la capacità di determinare la propria posizione nello spazio, in termini assoluti e in relazione a riferimenti significativi, in primo luogo il punto di partenza e quello di arrivo. L'orientamento è un proces-

gruppi nel sociale

Migliorare l'esperienza di *wayfinding* di un utente equivale a migliorare i segnali ambientali che gli vengono offerti per orientarsi e che veicolano l'informazione spaziale. Questo, se da una parte va incontro alle esigenze informative del paziente, dall'altra contribuisce a migliorare l'immagine percepita della qualità generale del servizio sanitario.

Un altro aspetto importante che assume la segnaletica all'interno di una organizzazione è quello di essere parte integrante della sua comunicazione: la dimensione comunicativa interna e le modalità comunicative che essa attua verso l'esterno.

Per ogni azienda la segnaletica ambientale dovrebbe rappresentare il biglietto da visita più importante, essere coerente per immagini e per significato a tutte le forme di comunicazione aziendale, cartacea e non, come la carta intestata, il biglietto da visita, il sito internet.

Come sappiamo tramite la comunicazione si costruiscono significati e si trasmettono conoscenze. La vita di ogni individuo è caratterizzata infatti da momenti di apprendimento all'interno di un contesto di riferimento e da momenti di apprendimento di elementi provenienti dall'esterno: tali fasi, sono definite nelle scienze sociali, in antropologia culturale in particolare, acculturazione e inculturazione e si perpetuano proprio attraverso la comunicazione e l'osservazione dei comportamenti (Harrison, 2001: 214)³.

Ogni individuo è cittadino, utente, cliente, beneficiario di servizi che rappresentano dei diritti di cui gode in qualità di appartenente ad una comunità, e soggetto-consumatore che si pone nel mercato dei beni e dei servizi scegliendo cosa e come acquistare sulla base di conoscenze, atteggiamenti e pulsioni personali, mentre le Pubbliche Amministrazioni, le Aziende Sanitarie, le Aziende di piccole e medie dimensioni sono organizzazioni che fanno uso della comunicazione come strumento fondamentale per l'attuazione delle proprie strategie gestionali e produttive.

Il servizio pubblico, dal canto suo, oggi mira a creare quel rapporto di fiducia, quella soddisfazione dell'utente-cittadino che alimentano il senso della comunità socio-territoriale, con prestazioni efficienti, informazioni puntuali e comunicazioni più dirette e meno mediate che dovranno contribuire a creare un nuovo rapporto tra cittadino e pubblica amministrazione.

Ogni forma di comunicazione dunque presuppone l'esistenza di un linguaggio: parole, segni, immagini, simboli, sono gli elementi costitutivi del linguaggio stesso ai

so *statico*, che permette alla persona di determinare la sua posizione in base alla mappa cognitiva del luogo che si è formata.

- il *wayfinding*, il "saper trovare la strada" è invece un processo *dinamico*, è la capacità di spostarsi nell'ambiente per arrivare alla meta prefissata mediante l'ottenimento di adeguate informazioni. Per Artur e Passini (1992) la miglior definizione di *wayfinding* è *spatial problem solving*, per indicare che raggiungere una certa meta da un determinato punto di partenza presuppone la risoluzione di un problema di natura spaziale. Lauria A. (2002: 9).

³ Gli etno-antropologi, da più di mezzo secolo, studiano la rottura con la tradizione attraverso la migrazione e il binomio migrazione/acculturazione, dalla seconda metà degli anni trenta, viene considerato il più appariscente processo per l'occhio antropologico. Nel lessico tecnico delle scienze etno-antropologiche, il termine *acculturazione* sta ad indicare quell'insieme complesso di trasformazioni e adattamenti che si produce storicamente a seguito degli incontri/scontri tra culture. È certamente la cultura più forte a determinare nella più debole le maggiori e più radicali trasformazioni. Il processo di acculturazione però non è sempre a senso unico.

quali corrispondono regole codificate il cui rispetto e la cui applicazione condurrà alla creazione di messaggi significativi.

Viviamo in un mondo di immagini e di suoni e indubbiamente l'immagine «sembra» più facile, più pregnante, immediata e vera della parola, specialmente perché si pensa che rimandi ad altri significati e che basti «guardare» per capire (Gabassi, Tessarolo, 1995: 9). Come sappiamo l'immagine nel suo rapporto con il titolo e con il testo viene immediatamente percepita per prima.

In generale i messaggi di tipo non verbale (ad esempio le immagini, i segni) possiedono una forza sintetica e comunicativa più penetrante e diretta rispetto alle parole: l'immagine trasmette significati che, attraverso le parole, si sarebbero comunicati con maggiore difficoltà e dispendio di tempo e di energie.

In questa direzione si tenta di inserire la forma simbolica del disegno nel sistema delle comunicazioni di una organizzazione e di indagarne la sua natura per capirne l'importanza. Infatti l'uomo traccia i disegni per determinare le forme e interpretare la realtà che lo circonda attraverso l'ausilio di questo mezzo tecnico. La comunicazione, in questo senso, può essere considerata come una specie di azione inserita in un sistema complesso in cui le discriminanti sono l'orientamento verso l'ambiente o verso le altre persone, mentre l'espressione figurativa rappresenta un mezzo di comunicazione attraverso il quale l'autore, colui che crea i disegni, cerca di trasmettere la propria intenzione di comunicare un messaggio ad un destinatario. L'informazione che l'emittente intende trasmettere dovrà essere il più possibile vicina a quella che il destinatario si attende. Quindi l'emissione, ovvero la produzione di un disegno, comporta il concepire l'espressione figurativa come un mezzo di comunicazione e non come una semplice informazione o strumento utilizzato per trasmetterla.

In questo caso l'icona evoca sinteticamente un'elaborazione mentale e funziona dunque quale equivalente visivo della parola; in senso semiotico si tratterebbe di un segno che rappresenta un oggetto per somiglianza, che "sta per", sostituendo l'oggetto stesso in un'espressione comunicativa potenzialmente atta a esemplificare un concetto. Come ogni messaggio verbale, il messaggio iconico, costituito da immagini, riflette infatti un'intenzione comunicativa utilizzando codici socialmente riconosciuti.

Noi infatti ci muoviamo nelle strade delle città a piedi, in bicicletta e all'interno delle macchine riconoscendo codici socialmente costruiti con i quali evitiamo i pericoli a cui siamo quotidianamente esposti. Possiamo fare ciò perché siamo in grado di decifrare i segnali di pericolo che ci indicano divieti e istruzioni.

Sempre più spesso utilizziamo un linguaggio pregnante di segni, simboli, immagini e segnali, come pittogrammi e immagini scritte per velocizzare il nostro orientamento nello spazio. Ed essi sono da un lato abbreviazioni visive, mentre dall'altro costituiscono un nuovo linguaggio che lo si può vedere come una semplificazione di contenuti complessi.

In questa direzione si apre dunque uno scenario che riteniamo importante per il significato che la segnaletica potrà assumere all'interno di una struttura socio-sanitaria di cui ci stiamo occupando.

gruppi nel sociale

4. Comunicazione ambientale: i percorsi

I primi ospedali risalgono addirittura al IV secolo a.C. in cui ogni ordine religioso vi gestiva un ospizio per poveri, viandanti e malati, definendo così una prima rudimentale rete di presidi ospedalieri, diffusa nel territorio. I ricoveri ospedalieri venivano realizzati in prossimità di monasteri e lungo le vie di pellegrinaggio. Anche se si trattava di strutture prive di specificità funzionale e spaziale, gli organismi edilizi si differenziavano in base al tipo di persone ospitate (infermi, poveri, anziani, forestieri). Questi ambienti spesso venivano ricavati all'interno di strutture monastiche esistenti, mentre nel caso delle nuove edificazioni la tipologica corrente adottata era quella ad aula, a sviluppo lineare con una o più navate. Dal punto di vista morfologico la tipologia si è evoluta nel tempo, assumendo varie forme. Possiamo distinguere oggi: Ospedali a Padiglioni, a Torre, a Piastra, a Piastra-Torre, Monoblocco, Poliblocco, Galleria.

Queste sono le principali caratteristiche morfologiche e tipologiche di un organismo ospedaliero. La progettazione dei percorsi interni ed esterni sarà così influenzata a seconda della tipologia edilizia che verrà presa in considerazione. Mentre la ricerca architettonica privilegia i luoghi della cura e della ricerca (ambulatori, sale chirurgiche, laboratori e camere di degenza), non deve essere trascurato l'apparato connettivo (corridoi e percorsi di diversa natura e dimensione). In alcuni casi i percorsi e le sale d'attesa sono nettamente separati tra gli spazi ambulatoriali utilizzati dai pazienti esterni e gli spazi utilizzati dai pazienti ricoverati, senza intersezioni reciproche. In altri casi il servizio ambulatoriale prevede la promiscuità dei pazienti interni ed esterni.

Un ambiente del genere deve risultare altamente leggibile e visibile ed, in particolare, si deve presentare ben conformato e distinto; esso deve attrarre l'occhio ad una maggiore attenzione e partecipazione. La stimolazione dei sensi in un simile ambiente non deve essere solo semplificata, ma deve anche essere estesa e approfondita.

L'immagine ambientale che si viene quindi a creare è il risultato di un processo reciproco tra l'osservatore ed il suo ambiente, ed in particolare dal ruolo che i percorsi e la segnaletica assumono in una struttura così complessa.

Allora una buona immagine ambientale dà a chi la percepisce un importante senso di sicurezza e gli consente di stabilire tra sé e il mondo circostante una relazione armoniosa e un sentimento opposto allo smarrimento. Sappiamo infatti come il caos dovuto all'assenza di tracce di orientamento e di connessione con punti di riferimento produca un sentimento assai spiacevole, tuttavia smarrirsi in un ambiente urbano, per la maggior parte della gente, è assai difficile, ed è un'esperienza piuttosto rara. Comunemente infatti noi siamo sostenuti nella ricerca della nostra destinazione sia dalla presenza di altri esseri umani sia da speciali artifici: piante, toponomastica, cartine stradali, segnali, targhe. Se tuttavia ciò dovesse avvenire, se ci capitasse la disavventura di perdere l'orientamento, verremmo subito pervasi da un senso di ansietà e di paura, e tutto ciò ci rivela quanto esso sia legato al nostro senso di equilibrio e di benessere. La stessa parola "smarrito" significa molto di più che una

semplice incertezza geografica: essa porta con sè sfumature di vera tragedia (La Cecla, 2005: 35)⁴.

Lo sviluppo dell'immagine ambientale è dunque un processo reciproco tra osservatore e cosa osservata ed è possibile rafforzare tale immagine attraverso l'utilizzo di elementi simbolici, come segnali, oppure attraverso l'educazione di colui che percepisce l'ambiente. Si può fornire all'utente un diagramma simbolico di come l'ambiente è coerentemente conformato: una mappa o delle istruzioni (Korzbinski, 1993). Fino a quando egli sarà in grado di far corrispondere la realtà circostante al diagramma, egli avrà la capacità di mettere in relazione le cose e quindi di orientarsi. Elevare la figurabilità di un ambiente significa anche facilitare la sua identificazione visiva e la sua strutturazione. Come suggerisce Lynch (2004: 102-103) *“Noi siamo continuamente impegnati nel tentativo di organizzare ciò che ci circonda, di strutturarlo e di identificarlo. Ambienti diversi sono più o meno suscettibili di tale trattamento” [...] abbiamo la possibilità di conformare il nostro nuovo mondo urbano in un paesaggio figurabile: visibile, coerente e chiaro. Ciò richiederà un atteggiamento nuovo da parte del cittadino ed una configurazione del suo ambiente in forme che attraggono lo sguardo, che si organizzano da livello a livello nel tempo e nello spazio, che si costituiscono come simboli per la vita umana”*.

Fiorani (2006: 331) dal canto suo afferma che *“L'uomo non solo percepisce lo spazio e agisce nello spazio, ma anche lo costruisce per esprimere la struttura del suo mondo. L'uomo ha infatti la necessità di stabilire e cogliere relazioni vitali nell'ambiente in cui è inserito, di conferire significato e ordine alle cose e agli avvenimenti e alle azioni. Il processo di apprendimento dello spazio è un processo complesso di costruzione di schemi mentali, determinati culturalmente, che poggiano su schemi operativi*.

Lo spazio non è una categoria dell'orientamento, ma fa parte di ogni orientamento. L'uomo si orienta spazialmente sulla base della determinazione di un centro, stabilendo il proprio luogo. Ogni comunità semiotizza il proprio spazio e istituisce il territorio come testo semiotico in cui si iscrivono e prendono forma in strutture territoriali le relazioni sociali. Nel territorio è dunque scritta l'identità e la storia di una comunità”.

Per quanto concerne l'orientamento all'interno delle città, le strade hanno sempre storicamente condizionato sia la forma delle città sia la loro nascita e il loro sviluppo. Le strade, spesso, nella loro geometria hanno contribuito a caratterizzare le città e sono state assunte dagli urbanisti come elemento primario di riferimento nel loro disegno. Il sistema viario non solo ha rappresentato il legame funzionale della città ma sovente anche l'armonico ordito della sua struttura.

Una città o un organismo edilizio sono infatti strutturati secondo un organizzato sistema di percorsi. Quindi i percorsi, la trama di linee di movimento abituale o potenziale attraverso un organismo architettonico o urbano, sono lo strumento per ordinare l'insieme. I percorsi si presentano con una serie di *emergenze* tipiche degli oggetti in cui la funzione segnaletica è ritenuta importante, a cui vanno aggiunte quelle emergenze che risultano da casuali figure non intenzionate. Le prime saranno gli edifici, i loro accessi, le insegne e le illuminazioni. Le seconde saranno il colore di un edificio, la presenza di un portico o di elementi non allineati, un'area verde o una

⁴ Quella che Ernesto de Martino chiama *angoscia territoriale* è il disagio, la vertigine, l'angoscia di chi è sottratto ai propri punti di riferimento indigeni [...]. Ma questa angoscia altro non è che la paura, il sentimento di un pericolo incombente per la propria identità [...]. È un trauma da minaccia di separazione, una schizofrenia imposta.

gruppi nel sociale

qualsiasi altra interruzione di ritmi e delle omogeneità dominanti. Alcune di queste emergenze si rendono segnaletiche attraverso un richiamo a funzioni estetiche, cioè innescando catene paradigmatiche che classificano certe forme piuttosto che altre.

I percorsi principali allora dovrebbero possedere gli elementi particolari, che ne permettono l'individuazione rispetto ai canali circostanti: una qualità spaziale caratteristica, una particolare grana della pavimentazione, uno specifico schema di illuminazione, un dettaglio tipico, un colore.

Questi elementi dovrebbero essere impiegati in modo da dare continuità al percorso, e se uno o più di essi è coerentemente adoperato, allora il percorso può essere identificato come continuo e unificato.

Tutto questo conduce a quello che noi potremmo chiamare come una gerarchia visiva dei percorsi, analoga alla gerarchia funzionale: l'individuazione sensibile dei canali chiave e la loro unificazione come elementi percettivi continui. Tutto ciò rappresenta il telaio per l'immagine ambientale.

In questo sistema il punto strategico è l'incrocio, un luogo di connessione e di decisione per chi è in movimento. Se questo può essere chiaramente visualizzato, se l'incrocio cioè produce di per se stesso una immagine chiara, in tal caso l'osservatore si può costruire una struttura soddisfacente. Mentre i riferimenti che sono indicazioni puntuali considerati esterni all'osservatore, sono elementi fondamentali per un percorso; essi sono semplici elementi fisici che possono largamente variare di scala. Poiché l'utilizzo dei riferimenti comporta l'isolamento di un elemento da un coacervo di possibilità, la caratteristica fisica chiave per questa categoria diviene la loro singolarità.

I riferimenti diventano più facilmente identificabili, più facilmente prescelti come significativi, se contrastano con lo sfondo del contesto nel quale sono inseriti, se posseggono una forma chiara e leggibile, e se hanno qualche preminenza nella ubicazione spaziale. Il contrasto figura-sfondo sembra essere il fattore principale. Da un punto di vista percettivo esistono notevoli differenze funzionali tra la regione del campo che assume carattere di figura e quella che svolge il ruolo di sfondo. La figura ha carattere *oggettuale*, è una cosa, mentre per lo sfondo tale carattere può essere molto meno pronunciato, fino a mancare quasi del tutto quando lo sfondo è vissuto come spazio vuoto. Un contributo fondamentale allo studio delle condizioni di stimolazione che determinano il costituirsi delle unità percettive è stato portato da Max Wertheimer, al quale dobbiamo l'individuazione di un certo numero di fattori che favoriscono il raggruppamento o l'unificazione degli elementi in un tutto⁵.

La percezione dell'immagine, come sappiamo dalla Gestalt, è un processo insieme sensibile e cognitivo e avviene cogliendo anzitutto il testo o la forma in modo globale, [...]. Inoltre, in genere, la figura tende a distaccarsi dallo sfondo ed è proprio la nettezza di questo distacco che richiama l'attenzione e favorisce la comunicazione. E ciò avviene quanto più la forma è "pregnante", vale a dire semplice, uniforme, regolare e simmetrica (Fiorani, 2006: 90).

Dal canto suo un riferimento è rafforzato, se viene situato in un luogo dove si debbono prendere delle decisioni sul percorso da seguire.

⁵ I principali fattori di unificazione o di organizzazione in unità di campo percettivo sono: la vicinanza, la somiglianza, la continuità di direzione, la chiusura, la pregnanza, l'esperienza passata.

A conclusione di questo paragrafo, gli elementi citati rappresentano semplicemente le materie prime di una buona immagine ambientale e possono essere composti per fornire una forma che risulti soddisfacente e che, associati alla segnaletica, rivestono un ruolo fondamentale per un corretto orientamento dell'utenza all'interno di un complesso architettonico socio-sanitario.

5. *La segnaletica nei servizi socio-sanitari*

La segnaletica è una forma di comunicazione. La finalità comunicativa è già implicita nell'atto stesso di destinare una propria composizione scritta e disegnata ad un pubblico. Nella comunicazione della segnaletica il mittente e il destinatario non sono compresenti e appartengono a momenti diversi, ne deriva che la comunicazione è a senso unico. Ma di fronte a queste difficoltà vi sono anche dei vantaggi rispetto alla comunicazione dialogica: il controllo filologico del messaggio e la possibilità di leggerlo e rileggerlo che ne consente, infatti, una maggiore comprensione fino a portare all'assimilazione del messaggio stesso.

In un ospedale i sistemi segnaletici devono soddisfare le esigenze fondamentali degli utenti che sono soprattutto quelle di rispondere alle loro aspettative e offrire dei messaggi chiari e facilmente leggibili.

La segnaletica deve essere razionale e pratica, quindi con insegne chiare e mirate che devono integrarsi nell'ambiente e non perdere la loro funzionalità nella vastità del complesso. Allora, come prima cosa, bisognerà studiare la planimetria, analizzando gli accessi, e pensare dove collocare targhe e cartelli in modo che gli utenti li intercettino prima che questi arrivino a destinazione. Sarà quindi necessario capire quali sono le esigenze del fruitore; verificare come esso si sposta all'interno degli spazi, prevedendone semmai i movimenti; individuare i punti di maggiore traffico e con il maggior numero di confluenze, dove dovranno essere date maggiori indicazioni (Rigon, 2004: 1-2).

La segnaletica deve essere collocata appena al di sopra della normale altezza dell'occhio e, nelle aree più affollate, sarà opportuno sistemare i segnali in alto, in modo da poterli leggere da una maggiore distanza.

Un altro elemento fondamentale è la coerenza, la segnaletica deve risultare coerente, dato che ad una indicazione ne segue sempre un'altra. Allora bisogna posizionare i segnali in modo che essi non diano informazioni ridondanti, questo sia per non disorientare l'utente sia anche per una ragione economica. Il sistema di segnaletica nel suo complesso deve dare fiducia all'utente, e deve essere decifrabile per il maggior numero di utenti e poter rispondere alle esigenze di tutti.

La funzione della segnaletica, intesa come un apparato di segnali coordinati, è quello di comunicare con un linguaggio universale, fatto di segni e brevi parole, e di guidare il suo lettore nei percorsi aiutandolo a individuare zone, accessi e uscite.

Quindi è indispensabile stabilire quali sono i punti dove l'utente ha la necessità di trovare le informazioni o l'eventuale ripetizione di una indicazione, per offrire alternative di percorso, che non deve costituire un problema o un errore, poiché l'utente può raggiungere un servizio da diverse direttrici.

La conoscenza dei flussi e dei percorsi all'interno del complesso ospedaliero, nonché il posizionamento delle targhe in base ai percorsi e alle condizioni di illumina-

gruppi nel sociale

zione, quando parliamo di segnaletica, sta alla base della costruzione della catena delle informazioni. Deve inoltre essere considerata la flessibilità e la intercambiabilità degli elementi della segnaletica per una maggiore facilità di montaggio, manutenzione e pulizia.

La segnaletica va progettata anche in relazione a quelle categorie di segnali che sono obbligatori per legge nei luoghi pubblici, come tutta la segnaletica di sicurezza. Però deve essere opportuno tenere il più possibile separati i due livelli di informazione, per evitare confusione. Inoltre va ricordato che la segnaletica verrà letta in una condizione di movimento, e per quanto trascurabile, in una situazione di emergenza o di stress, e allora le persone lanceranno soltanto un'occhiata alle insegne, si presume che una persona staziona o si dedica alla lettura di un cartello informativo per pochi secondi, in questo poco tempo la persona deve trovare l'informazione che sta cercando. Il progetto sarà quindi mirato ad accompagnare da un posto ad un altro l'utente, senza creare disordine, con stile, eleganza, e quando più possibile con chiarezza.

Dal punto di vista tecnico, l'aspetto più importante da tenere in considerazione nella scelta dei segnali e la *leggibilità* strettamente collegata alla scelta dei colori e alle dimensioni dei caratteri delle scritte.

Le principali caratteristiche grafiche della segnaletica sono:

- *il codice cromatico*, con colori accostati e in contrasto⁶.
- *i Caratteri tipografici*, con corpi e spaziature differenziati in relazione alla distanza di lettura⁷.
- *i Pittogrammi*, simboli a cui viene associato un significato.
- *le Planimetrie*, mappe con la descrizione degli ambienti.

Un progetto di segnaletica inoltre che ha lo scopo di dare indicazioni si struttura attraverso tre principali livelli di informazioni: segnaletica di informazione generale o orientamento, segnaletica di direzione o smistamento, segnaletica di identificazione o conferma; tutto quanto abbinato ad un *lettering* conciso e leggibile.

La segnaletica di informazione generale è collocata generalmente all'ingresso principale dell'edificio o dell'organismo ospedaliero, in essa sono riportate le indicazioni principali delle funzioni che vi si svolgono; spesso viene utilizzata una planimetria per facilitare la lettura e l'orientamento da parte degli utenti.

La segnaletica di direzione o smistamento è caratterizzata da segnali che indicano una direzione da seguire, essa viene generalmente collocata nei percorsi, sia interni che esterni, in prossimità degli incroci, i segnali devono essere visibili anche da distanze superiori ai 10 metri, e anche in movimento.

La segnaletica di identificazione o conferma viene collocata, di solito, il più possibile vicino alle porte, fuori dal locale di destinazione ad altezza d'occhio umano.

⁶ La scala dei contrasti che garantisce massima leggibilità si ha con combinazione di scritte che è data nell'ordine, da: nero su bianco, blu su giallo, giallo su nero e bianco su nero; mentre la leggibilità è buona con scritte in blu su bianco, bianco su blu, bianco su verde, verde su bianco.

⁷ Per quanto riguarda la leggibilità dei caratteri, che dipende anche dal tipo utilizzato, vi sono delle formule che mettono in relazione le varie altezze dei caratteri normalmente utilizzati, una lettera alta 0,8 cm è leggibile alla distanza di 3 metri, se alta 10 cm è leggibile a 40 metri. Il carattere deve essere solido, meglio usare uno "a bastoncini".

Il colore infine è in sé uno strumento di codifica di informazioni, ma la sua scelta e le sue combinazioni devono essere subordinate alle condizioni di illuminazione e alle tonalità dominanti dell'ambiente rispetto al quale devono produrre un contrasto efficace. La selezione dei colori va ponderata sulla base della loro intensità massima (che è propria dei colori puri dello spettro) e del contrasto prodotto con quelli accostati. Il colore inoltre può assumere un ruolo determinante, di orientamento all'interno della città-ospedale. Coordinando adeguatamente la segnaletica, infatti, colori diversi potrebbero connotare i diversi edifici, piani o reparti.

Un'ultima considerazione va fatta anche a proposito della manutenzione del sistema della segnaletica, aspetto che va tuttavia anch'esso preso in esame in fase di progettazione, soprattutto per quanto concerne la scelta dei materiali e dei supporti, lavabili e durevoli, e degli inchiostri, che devono essere resistenti soprattutto alla luce per non virare nel tempo. Anche il posizionamento dei segnali incide sulla scelta dei materiali; infatti, è bene evitare i materiali riflettenti e prediligere le finiture opache, come infine verificare il lavoro di montaggio e che le insegne siano correttamente illuminate.

6. Alcuni elementi costituenti il linguaggio della segnaletica: i pittogrammi

Da sempre, per comunicare, gli uomini si sono scambiati dei segni. L'impossibilità di trasmettere l'esperienza della realtà li ha spinti a rappresentarla, inventando sostituti via via più complessi. Nel corso del tempo quei segni si sono moltiplicati, all'infinito: dalle più elementari espressioni del corpo ai segnali a distanza, dai segni grafici all'intricato universo dei simboli. L'uomo ha costruito il suo mondo disegnando, oltre la scrittura e la parola, un universo di relazioni, divenuto il fondamento stesso della comunicazione e della vita (Jean, 1994).

La disciplina che ha come base lo studio dei *segni* è la semiotica⁸. La denominazione della disciplina deriva dal termine greco "*semeion*" che significa "segno". Ricercare il *sistema* delle relazioni grazie al quale i *segni* possono significare è l'obiettivo principale della semiotica. Considerato che il segno è in generale qualcosa che rinvia a qualcosa'altro, possiamo affermare che la semiotica è la disciplina che studia i fenomeni di *significazione* e di *comunicazione*. Nell'approccio semiotico allo studio della comunicazione, il *processo di significazione* è la capacità di generare significati ed implica la capacità di un messaggio di essere dotato di senso per i comunicanti. Per *significazione* si intende ogni relazione che lega qualcosa di materiale a qualcosa di assente, ad esempio la luce rossa del semaforo significa per un automobilista "stop". Invece quando metto in pratica una relazione di significazione allora attivo un processo di comunicazione, il semaforo è rosso e quindi devo arrestare l'auto. Le relazioni di significazione definiscono il *sistema* che viene ad essere presupposto dai concreti processi di comunicazione.

⁸ La semiotica contemporanea si identifica nelle opere e nelle riflessioni di due figure fondamentali: il filosofo statunitense Charles Sanders Peirce (1839-1914) ed il linguista ginevrino Ferdinand de Saussure (1857-1913). Di fatto però la disciplina in quanto tale trova una prima definizione istituzionale a partire dagli anni sessanta del XX secolo, in questo senso viene identificata tradizionalmente come prima opera di riferimento *Elementi di semiologia* del francese Roland Barthes (1915-1980) pubblicata nel 1964.

gruppi nel sociale

La semiotica considerata come approccio alle forme significanti è nata dal bisogno di chi si confronta nella pratica con le realtà significanti d'esplicitare le procedure d'analisi e d'interdefinire i concetti.

Quando dobbiamo stabilire la problematica dell'identificazione della qualità della forma, di volume o di ritmo costituenti il significante di un messaggio non verbale, in questo caso per arrivare a tale identificazione la semiotica si serve di una procedura ereditata dalla linguistica strutturale: la commutazione.

*La commutazione è lo strumento della relazione di presupposizione reciproca tra il piano dell'espressione e il piano del contenuto di un insieme significante, tra il suo significante e il suo significato*⁹.

Il segno nella semiotica del testo viene inteso come l'elemento minimo di rimando. Per studio del segno si intende la ricerca del livello più semplice quasi astratto del senso.

Nelle lingue e nelle forme di comunicazioni di base e complesse esiste il segno come relazione duale che lega il significato al significante.

Sulla base dello studio del segno possiamo stabilire una classificazione dei segni: abbiamo i segni iconici: dove il significante è simile al significato; i segni indicali: dove vi è una connessione fisica con il significato; i segni simbolici o codici: in questo caso vi è una relazione tra significante e significato in modo arbitrario.

I segni appartengono a dimensioni e a materie diverse; sono inoltre relativamente intercambiabili per il semplice fatto che acquistano il loro significato solamente all'interno dei loro contesti. I significati lessicali di certi segni non sono altro che significati contestuali. Considerato isolatamente nessun segno ha alcun significato. Qualsiasi significato di un segno nasce da un contesto.

Per essere immediatamente comprensibile alla maggior parte delle persone, il segno deve avvicinarsi il più possibile al gesto iniziale a cui cerca di corrispondere.

In un ospedale, una stazione ferroviaria, un aeroporto internazionale il solo linguaggio che abbia qualche probabilità di venire compreso da un cinese, uno statunitense o da un nord africano non è verbale, ma visuale.

Numerosi sono i segni la cui rappresentazione grafica figurativa deriva dal gesto iniziale corrispondente: "agganciare le cinture" è una cintura nell'atto di venire affibbiata; "vietato fumare", una sigaretta accesa e sbarrata; "ristorante", una forchetta ed un coltello incrociati, eccetera (Jean, 1994: 183).

L'associazione di segni e significati costituisce un codice, mentre l'evoluzione dall'immagine al simbolo iconico è il pittogramma (Jean, 1994: 173)¹⁰.

⁹ La commutazione è una procedura di riconoscimento delle unità di uno dei due piani del linguaggio, concepiti come il retto e il verso di un foglio di carta: il piano dell'espressione e il piano del contenuto, che sono rispettivamente il significante ed il significato saussuriano, considerati nella totalità delle loro articolazioni. È grazie alla procedura di commutazione che la scuola di Praga (Jakobson, Troubetzkoy) poté elaborare i concetti linguistici di "fonema" e di "tratto distintivo" e riuscì a costituire la fonologia come studio della forma dell'espressione linguistica. Ma tale procedura può applicarsi alla descrizione di tutti i linguaggi. Si tratta di una procedura di semiotica generale. Essa è d'altronde al centro di tutte le analisi di una comunicazione, di un packaging, di un logotipo o di uno spazio, quando si cerca di mettere in luce le invarianti (Floch, 2002: 53).

¹⁰ Sulla scorta delle teorie di Charles Sanders Peirce si usa distinguere i simboli in tre tipi: iconici, motivati e immotivati. Nei simboli iconici la realtà simboleggiata è rappresentata da un'immagine che vi allude. Un certo numero di segnali stradali sono iconici (un'immagine raffigurante una mucca avverte del possibile attraversamento della carreggiata da parte di capi di bestiame; l'immagine di un camion posta

Con i pittogrammi evitiamo, nella comunicazione internazionale, di dovere ripetere gli stessi contenuti in varie lingue, ad esempio, come accade nelle etichette dei vestiti o nelle istruzioni a corredo di apparecchi elettrici. Allo stesso tempo i pittogrammi hanno un evidente doppio significato, dove l'immagine può assumere o può essere utilizzata come metafora di tutt'altro contenuto. Nel conosciuto e utilizzato simbolo della toilette, a livello internazionale, vediamo una figura di uomo e donna insieme o separati. Dietro questo segno non ci aspettiamo certo di trovare un uomo o una donna, ma abbiamo imparato che questo pittogramma sostituisce l'indicazione di bagno in varie lingue, come ad esempio, i pittogrammi con raffigurati la tazzina del caffè, il bicchiere o il coltello e la forchetta, che stanno a simboleggiare rispettivamente, una caffetteria, un bar e un ristorante.

I pittogrammi sono disegni che messi insieme raccontano una storia. Migliaia di anni fa i nostri antenati¹¹ dipinsero avvenimenti di caccia che potevano essere compresi da chiunque con disegni chiamati pittogrammi.

In questo modo gettarono il seme per la elaborazione di un codice, la scrittura, che permette di comunicare informazioni tramite segni.

Il sistema di scrittura in cui i concetti sono espressi mediante disegni si dice pittografia.

La Pittografia è una forma di scrittura in cui il segno grafico, detto *pittogramma*, sta a rappresentare la cosa vista. In pratica si tenta di riprodurre l'oggetto e non il suono. L'associazione tra segno e suono avviene nella scrittura cuneiforme e in quelle diffuse in Egitto, anche se coesisteranno con i pittogrammi e gli ideogrammi per diverso tempo.

Il passaggio definitivo dalla pittografia alla scrittura moderna segnerà appunto l'associazione del singolo suono al singolo segno grafico.

Ciò che caratterizza il pittogramma nei suoi legami con la scrittura, è la linearità. Quando si rappresentano gli stati successivi delle fasi di un'azione in piccoli disegni, come fanno gli eschimesi, si è indiscutibilmente in presenza di un pittogramma. Esso può comprendere un'azione dove il gesto evoca lo scorrere del tempo. L'uomo che attraversa le strisce pedonali è un pittogramma, ossia un'immagine che ha un passato, un presente e un futuro. Il movimento stesso dell'uomo implica che ci sia un prima dove l'uomo non ha ancora attraversato la strada, uno durante, mentre la sta attraversando e uno dopo dove l'atto è concluso.

Non sempre i confini tra segno e simbolo sono netti. Definire i concetti di segno e simbolo, è ricordare che il segno è un elemento comunicativo, che serve solo a denotare un oggetto senza offrire altre informazioni, né sull'essenza né sull'uso o la funzione dell'oggetto stesso. Il simbolo tende invece ad aggiungere informazioni e

sotto un segnale indicante divieto di transito vuol dire che il divieto è limitato agli autocarri [...]). Un cristo è un altro esempio di segno iconico, e così via.

¹¹ Le rappresentazioni grafiche più antiche sono cronologicamente collocabili nel Paleolitico superiore (30.000 anni fa circa), create dalla mano dell'*Homo sapiens sapiens*, anche se gli studiosi della preistoria situano il periodo della maggiore fioritura artistica tra il 25.000 ed il 10.000 a.C., alla fine dell'età della pietra. Per gli esperti questi gruppi di immagini e di figure sono un vero e proprio sistema di segni, destinato ad esprimere concezioni religiose e mitiche del mondo [...].

In queste icone della comunicazione umana pre-scrittoria (pittogrammi, ideogrammi, ecc.) viene dunque espressa la necessità di coniugare l'idea ad una forma, la mente all'immagine, riducendo concetti complessi ed astratti a forme sintetiche elementari. Assunta Tavernise A. (2006: 1).

gruppi nel sociale

si rapporta più compiutamente con l'oggetto. In molti casi la natura di un segno si piega a divenire simbolo pittografico connotativo, ad esempio la croce rossa che sta ad indicare il *pronto soccorso* in un ospedale, la croce verde per la farmacia, ecc. In alcuni casi importanti, inoltre, segni e simboli convivono pacificamente e vanno a costituire codici di comunicazione complessa.

È il caso dei segnali stradali che appartengono, all'interno di uno stesso sistema, segni (divieto di sosta, oppure divieto di accesso ecc.) e simboli capaci di narrazione (attraversamento pedonale, lavori in corso) fino a sconfinare nell'oggettività dell'alfabeto (Licari, 2000) e della lingua corrente (stop, H per ospedale, P per parcheggio, i per informazione ecc.) naturalmente il sistema complessivo che ne deriva trova giustificazione nella necessità di uniformare le norme che regolano il comportamento degli automobilisti.

Basandosi su una propria esperienza l'American Institut of Graphic Arts (AIGA) ha elaborato, all'inizio degli anni '70, una serie di pittogrammi per il Ministero dei Trasporti degli Stati Uniti, stabilendo un codice di interpretazione e valutazione dell'efficacia di un pittogramma che diventa, in pratica, una guida breve alla progettazione. Secondo l'AIGA alla base della progettazione di un pittogramma deve esserci una valutazione attenta alle sue qualità semantiche, sintattiche e pragmatiche.

Qualità semantiche: facilità di ricordo, riconoscibilità, mancanza di ambiguità.

Qualità sintattiche: accordo con gli altri pittogrammi del sistema, congruità del disegno e dei colori.

Qualità pragmatiche: facilità di riproduzione su superfici diverse, visibilità con condizione di luce sfavorevole.

I segni comunicativi, infatti, sono stati classificati da semioti, logici e linguisti come corrispondenti a tre livelli disciplinari:

- la *semantica*, che si occupa del rapporto fra la comunicazione e i suoi oggetti e studia la produzione di senso e di significato;
- la *sintassi*, che studia l'ordinamento, l'organizzazione interna, le combinazioni degli elementi della comunicazione;
- la *pragmatica*, che studia il rapporto fra la comunicazione e gli interlocutori e l'ambiente. La pragmatica si occupa delle azioni che si svolgono per mezzo del linguaggio e della comunicazione (Fiorani, 2006: 53).

Si inizia quindi con l'essenzialità segnica della freccia che indica direzione o della linea che ordina di fermarsi, fino ad arrivare al pittogramma dell'auto e del camion affiancati con gli autisti che sporgono il braccio fuori dal finestrino a prendere il biglietto del pedaggio autostradale.

Come tutta la comunicazione anche la comprensione di pittogrammi e di altri segnali si basa solo in parte sul suo valore formale, bensì principalmente sulla conformità culturale e sulla sintassi all'interno dei vari sistemi.

I pittogrammi possono raffigurare magnificamente messaggi complessi in modo semplice oppure essere di complemento ad un testo.

Simboli Pittografici



Questo sistema di simboli pittografici è stato prodotto dall'American Institut of Graphic Arts (AIGA) per il Dipartimento dei Trasporti Americano. Essi sono un esempio di comunicazione della vita moderna e il loro utilizzo è previsto negli aeroporti e in altri sistemi di trasporto pubblico.

7. Riflessioni conclusive

La segnaletica di orientamento non è una semplice comunicazione emessa da una organizzazione, essa racchiude in se diversi significati oltre a quello principale di orientare gli utenti di una struttura, uno di questi è quello di svelare la sua stessa struttura organizzativa. In questa direzione si apre dunque uno scenario che riteniamo importante per il significato che la segnaletica potrà assumere all'interno di una struttura socio-sanitaria di cui ci stiamo occupando.

Ogni comunità semiotizza il proprio spazio e istituisce il territorio come testo semiotico in cui si iscrivono e prendono forma in strutture territoriali le relazioni sociali. Lo spazio non è una categoria dell'orientamento, ma fa parte di ogni orientamento. L'uomo si orienta spazialmente sulla base della determinazione di un centro, stabilendo il proprio luogo. L'immagine ambientale che si viene quindi a creare è il risultato di un processo reciproco tra l'osservatore ed il suo

gruppi nel sociale

ambiente, ed in particolare dal ruolo che i percorsi e la segnaletica assumono in una struttura così complessa.

Lo sviluppo dell'immagine ambientale è dunque un processo reciproco tra osservatore e cosa osservata ed è possibile rafforzare tale immagine attraverso l'utilizzo di elementi simbolici, come segnali, oppure attraverso l'educazione di colui che percepisce l'ambiente. In un ospedale i sistemi segnaletici devono soddisfare le esigenze fondamentali degli utenti che sono soprattutto quelle di rispondere alle loro aspettative e offrire dei messaggi chiari e facilmente leggibili. La funzione della segnaletica, intesa come un apparato di segnali coordinati, è quello di comunicare con un linguaggio universale, fatto di segni e brevi parole, e di guidare il suo lettore nei percorsi aiutandolo a individuare zone, accessi e uscite. Sempre più spesso utilizziamo un linguaggio pregno di segni, simboli, immagini e segnali, come pittogrammi e immagini scritte per velocizzare il nostro orientamento nello spazio. *L'uomo ha costruito il suo mondo disegnando, oltre la scrittura e la parola, un universo di relazioni, divenuto il fondamento stesso della comunicazione e della vita.*

Il significato di un segno nasce dal contesto nel quale esso è stato pensato e, per essere compreso dalle persone, deve corrispondere il più possibile al gesto iniziale a cui fa riferimento.

I Pittogrammi sono simboli arcaici che traslati nella vita moderna in spazi pubblici come aeroporti, stazioni ferroviarie, edifici pubblici come gli ospedali etc., hanno la capacità di facilitare le persone nel ritrovare la loro destinazione all'interno di questi spazi. Inoltre, l'utilizzo dei pittogrammi nella comunicazione internazionale permette di evitare di ripetere gli stessi contenuti in varie lingue, infatti il loro linguaggio è compreso direttamente dalle diverse culture come quella occidentale, quella africana o da quella asiatica. Essi possono essere considerati da un lato abbreviazioni visive, mentre dall'altro costituiscono un nuovo linguaggio che lo si può vedere come una semplificazione di contenuti complessi. La comunicazione in questo caso può essere considerata una azione inserita in un sistema complesso in cui le discriminanti sono l'orientamento verso l'ambiente o verso le altre persone.

A questa prima parte teorica si vuol far seguire, in futuro, una seconda parte teorico-pratica, in cui si prenderà come riferimento un progetto di segnaletica realizzato secondo le indicazioni descritte in questo lavoro. La ricerca vuole mettere a confronto la segnaletica di una struttura con la percezione degli utenti, raccolte attraverso interviste e questionari appositi, per valutarne l'efficacia e la validità ed evidenziarne le criticità in modo da accrescere la conoscenza in merito all'orientamento negli spazi organizzati. Sarà valorizzata la collaborazione interdisciplinare perché la segnaletica, come abbiamo potuto osservare, per il significato e il ruolo che svolge all'interno di una struttura socio-sanitaria coinvolge più discipline, quindi un progetto di segnaletica deve essere affrontato sia da un punto di vista clinico, che serve a stabilire quali sono i percorsi della cura del paziente, sia da un punto di vista architettonico-grafico per stabilire quali siano i percorsi fisici, dove devono essere posizionati i cartelli e come essi devono essere composti da un punto di vista grafico, sia e non da ultimo, dal punto di vista dei processi comunicativi, per semplificare sempre più la semiotica dei testi da inserire al suo interno e renderli anche leggibili sul piano interculturale.

Bibliografia

- Arnheim R. (1994). *La dinamica della forma architettonica*. Milano: Feltrinelli.
- Arnheim R. (2002). *Arte e percezione visiva*. Milano: Feltrinelli.
- Barthes R. (2005). *Miti d'oggi*. Torino: Einaudi.
- Barthes R. (1984). *L'impero dei segni*. Torino: Einaudi.
- Bateson G., Ruesh J. (1951). *Communication. The Social Matrix of Psychiatry*. New York: Norton.
- Bateson G. (1953). *L'umorismo nella comunicazione umana*. Milano: Raffaello Cortina, 2006.
- Bateson G. (1956). *Questo è un gioco*. Milano: Raffaello Cortina, 1996.
- Berger P. e Luckmann T. (1966). *La realtà come costruzione sociale*. Bologna: il Mulino 1997.
- Calabrese O. (2001). *Breve storia della semiotica*. Milano: Campi del sapere/Feltrinelli.
- Fiorani E. (2006). *Grammatica della Comunicazione*. Milano: Lupetti.
- Floch J-M. (1990). *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*. Paris: Universitaires de France, [tr. It. *Semiotica Marketing e Comunicazione, Dietro i segni le strategie*. Milano: FrancoAngeli, 2002].
- Gabassi P-G. Tessarolo M. (1995). *Disegno e comunicazione*. Milano: Franco Angeli.
- Gensini S. (1999). *Manuale della comunicazione*. Roma: Carocci Editore.
- Goffman E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. London: Harper and Row, [ed. it. *Frame analysis, l'organizzazione dell'esperienza*. Roma: Armando Editore 2001].
- Goffman E. (1959). *La vita quotidiana come rappresentazione*. Bologna: il Mulino, 2005.
- Greimas A-J. (1984). *Del senso 2, Narrativa, Modalità, Passione*. Milano: Bompiani.
- Harrison G. (2002). *I fondamenti antropologici dei diritti umani*. Roma: Meltemi, 2003.
- Jakobson R. (1963). *Saggi di linguistica generale*. Milano: Feltrinelli, 2005.
- Jean G. (1989). *Langage de signes l'écriture et son double*. Parigi: Gallimard, [tr. it. *Il linguaggio dei segni, la scrittura e il suo doppio*. Milano: Universale Electa/Gallimard, 1994].
- Korzbinskhi A. (1933). *Science and sanità*. Englewood (NJ): International non- Aristotelian library.
- La Cecla F. (2000). *Perdersi, L'uomo senza ambiente*. Bari: Laterza, 2005.
- La Cecla F. (1993). *Mente locale, per un'antropologia dell'abitare*. Milano: Eleuthera, 2004.
- Lauria A. (2002). La comunicatività ambientale. *Paesaggio Urbano*, 1, 1-10.
- Licari G. (2000). *Esperienze di gruppo e conoscenze*. Padova, Sapere.
- Licari G. (2006). *Antropologia urbana. Il caso dei contratti di quartiere*. Padova: CLEUP.
- Licari P-F. (1999). *Alle pendici di Erice: un luogo per iniziare un viaggio*, tesi di laurea, Università degli Studi di Firenze.
- Lynch K. (1960). *The Image of the City*. [tr. it. *L'immagine della città*. A cura di Paolo Ceccarelli, Venezia: Biblioteca Marsilio, 2004].
- Marrone G. Dusi N. Lo Feudo G. (2007). *Narrazione ed esperienza. Intorno a una semiotica della vita quotidiana*. Roma: Meltemi.
- Passini R. Arthur P. (1992). *Wayfinding, People, Signs and Architecture*. New York: McGraw-Hill, Peirce C.S. (1980). *Semiotica*. Torino: Einaudi.
- Reimann H. (1982). *Introduzione alla sociologia*. Bologna: il Mulino.

gruppi nel sociale

- Saussure F. (2003), *Corso di linguistica generale*, Laterza, Bari.
- Shannon R. (1949). *Mathematical Theory of Communication*. Urbana: Univ. Illinois Press.
- Tessarolo M. (1999). *La comunicazione tra dimensione umana e tecnologia*. Padova: Cleup.
- Thompson J-B. (1998). *Mezzi di comunicazione e modernità*. Bologna: il Mulino.
- Watzlawick P. Beavin J-H. Jackson D-D. (1971). *Pragmatica della comunicazione umana*, Roma: Astrolabio.
- Wertheimer M. (1945). *Il pensiero produttivo*. Firenze: Giuntini-Barbera.

Sitografia

- AAVV. (2006). Omini, segni e simboli, in
<http://socialdesignzine.aiap.it/notizie/7272>
- Gianguialano M. (2004). *Compendio di teoria della comunicazione*, in
<http://www.tecnolab.tm/saggi/comunicazione/index.htm>.
- Rigon L. (2004). *Il ruolo della segnaletica e del colore*, in “Il pensiero scientifico editore”,
Spazi e colori della salute n. 7, in
http://www.pensiero.it/strumenti/pdf/spazi_salute_8.pdf.
- Tavernise A. (2006). *I nuovi confini dell'immagine, dai Pittogrammi preistorici al multimediale nella didattica*, in
http://www.fondazionebizzarri.org/rivista/rivista_04/A_Tavernise-i_nuovi_confini.pdf.
- AIGA <http://www.aiga.org/content.cfm/symbol-signs>