

La configuración del iPod clásico

MCI Juan Manuel Madrid Solórzano¹ y Dr. Rutilio García Pereyra²

Resumen

El presente texto expone una exploración de la configuración semiótica del *iPod* clásico con el propósito de conocer cómo es percibido por el usuario, así como describir posibles condiciones o factores que influyeron en la percepción mental del diseñador o de sus diseñadores para la configuración del reproductor de música más famoso del mundo. El modelo de análisis propuesto se fundamenta en que el significado de un objeto es originado por tres elementos: la sintaxis, la semántica y la pragmática.

Palabras clave: ipod, semiótica, diseño, significado.

INTRODUCCIÓN

En Julio de 1979 nació el primer reproductor portátil de música del mundo: el Walkman de cassette de la compañía *Sony*. Este aparato transformó la industria musical al crear el concepto de música personal, después surge el formato de almacenamiento denominado disco compacto (CD) que resultó en el reproductor portátil Discman y luego el Walkman MiniDisc.

Sony fue el líder dentro del segmento de los reproductores musicales durante los ochenta y noventa. En la década de los noventa el Moving Picture Experts Group (Grupo de Expertos en Imágenes en Movimiento, por sus siglas en inglés MPEG) desarrolla el formato MP3, que es

un formato de audio comprimido en forma digital que ocupa muy poco espacio en una memoria; este formato permitió que en 1998 apareciera en el mercado el primer reproductor MP3 portátil, llamado Eiger Labs MPMan F10, un reproductor de 32 megabytes. Posterior a este reproductor siguieron otros. Algunos remplazaron la memoria flash por un disco duro compacto con una capacidad de almacenamiento de miles de canciones. La compañía *Sony* no desapareció sus productos, que al final resultaron sin éxito en el mercado, mientras que *Apple* aprovechó este formato de audio para crear un reproductor parecido al tamaño de una caja de cigarrillos pero con mayor capacidad de almacenamiento de canciones (Fernández-Lara, 2009).

El *Ipod* de *Apple* fue un éxito desde su aparición en el 2001. El resultado de una encuesta realizada en Inglaterra menciona

¹ Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte. UACJ. jmadrid@uacj.mx

² Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte. UACJ. rgarcia@uacj.mx

que uno de cada ocho hombres prefieren un iPod (“1 de cada 8”, 2007). Hoy en día existen muchos reproductores de Mp3 en el mercado, pero el iPod de la empresa Apple continúa con éxito en el mercado. Si el concepto de reproductor de música digital portátil ya existía, entonces ¿qué fue lo que hizo que el reproductor iPod tuviera tanto éxito? Algunos opinan que es debido a su intensa campaña publicitaria.

Tecnológicamente el iPod, no era algo nuevo, pero por algunas características que a continuación se mencionan, el iPod es un ícono de los reproductores portátiles, a saber:

- (a) su superficie lisa de la carcasa
- (b) la sincronización, capacidad de sincronizarse automáticamente con un programa (iTunes) para la introducción, descarga y reproducción de canciones
- (c) facilidad de uso, fácil transportación y el uso de una rueda como control o botón

externo táctil para realizar la mayoría de las operaciones, este elemento lo describen como inusual, competitivo y distintivo (“Apple’s ‘Breakthrough’”, 2001; Conley, J. (s.f.); “PC Perspective”, 2006), por lo que hace suponer que esta rueda es un signo que hace referencia a los reproductores de la marca Apple

(d) funcionalidad, capacidad de su disco duro para almacenar centenares de canciones y al ser un equipo portátil tiene a su disposición una gran variedad de dispositivos, como son los altavoces de alta fidelidad, diversos adaptadores y cargadores, transmisor FM para el iPod, entre otros.

De tal forma, el reproductor presenta una constante renovación en apariencia e incremento de sus funciones (“Por qué el éxito”, 2008; “50 Fun Thigs”, s.f; Nicholson, 2009 y “Apple encuentra”, 2009).

MODELO DE ANÁLISIS SEMIÓTICO PROPUESTO

El modelo de análisis propuesto se fundamenta en que el significado de un objeto es originado por tres elementos:

- (1) la sintaxis,
- (2) la semántica y la
- (3) pragmática.

El primer elemento se refiere a la sintaxis del objeto. Es el análisis propio de sus atributos físicos, la forma, color, textura, es decir la arquitectura del producto, y cada una de estas estructuras posee un significado particular que al unirse forman un sintagma visual.

El segundo se refiere a los significados producidos por la unión de los signos. Son significados que emergen al

visualizar el objeto, así como las cosas con las que se puede hacer con él. El segundo elemento puede estar influido o constituido por dos factores: el primero es la narrativa que explora el mismo objeto, o bien, como su figura se relaciona con otras cosas de la vida cotidiana; el segundo, es el sistema constituido por todos los objetos que pueden remplazar al objeto en su propósito (productos similares).

Cuando se explica la forma de un objeto como un todo y se examina con qué es correlacionada la figura, se analiza su configuración plástica. El cuerpo de un objeto está formado por un centro y por un entorno que también podríamos llamarle envoltura o contorno (ej. carne/piel, producto/empaque).

El último elemento, la pragmática, se refiere al análisis de los posibles significados que emergen durante la interacción del usuario con el objeto (Mattozzi, 2007; Cid-Jurado, 2002).

Estos elementos están determinados por:

(I) las relaciones surgidas dentro de la práctica de uso del objeto,

(II) las relaciones objetuales o modelos de acción, patrones o procedimientos que se institucionalizan socialmente, inclusive puede abarcar las preferencias de materiales, colores, entre otros atributos.

La relación objetual predispone al usuario y su relación con el producto. Así también, estos elementos son influidos por otro tipo de

(III) actores que pueden ser añadidos al objeto.

(IV) Un último actor a considerar es el nivel de experto que corresponde al significado que le damos a un objeto estará determinado por el acervo cultural, no es lo mismo que este producto se ha adquirido por un joven universitario o por una ama de casa (Cid-Jurado, 2002).

ANÁLISIS SEMIÓTICO

La semiótica estudia el origen, formación, agrupación, formas de comunicación y posibilidades de transformación de los signos y su relación para formar imágenes o conceptos que significan algo para alguien y que inducen a comportamientos o actividades humanas.

Entendiéndose que un signo, para el caso de estudio, son figuras geométricas agrupadas o distribuidas sobre una superficie, y que el usuario del objeto asigna significados. El significado que se le dé al fenómeno percibido también depende del contexto en que se manifieste (Mattozzi, 2007; Pineda-Cruz, E. y Pineda-Repizzo, A. F., 2009).

Sintaxis

EliPod esta compuesto por cinco elementos,

- (I) cuerpo,
- (II) rectángulo,
- (III) círculo,
- (IV) textura y
- (V) color.

El cuerpo está formado por dos componentes, en los extremos por una

(a) elipse alargada, desde una vista superior, y un

(b) rectángulo, en una vista frontal del objeto.

El segundo elemento es un rectángulo colocado en la parte superior del cuerpo, cuya longitud abarca un poco más de la mitad de la superficie y en sus tres laterales se deja una pequeña superficie que hace referencia a un marco. El círculo es posicionado en la parte inferior.

Tanto el elemento II y III son signos anclaje cuyo objetivo es atraer la atención del usuario, su ausencia de uno de ellos sólo se haría referencia a una simple figura geométrica, un rectángulo. La textura presentada del cuerpo es lisa. Este equipo de reproductor presenta una gran variedad de colores.

Los primeros colores en ofrecerse en el mercado fueron el blanco y el negro (“Apple encuentra”, 2009). Actualmente hay de color plata, gris oscuro, negro, entre

otros. Al analizar al objeto desde su aparición en el 2001 se visualiza que los elementos I, II y III han permanecido constantes, como se observa en la figura 1.

Semántica y pragmática

Los tres elementos que configuran principalmente al iPod, es una forma que se presentó en varios productos antes del 2000, el iPod nace en el 2001. Se puede observar esta configuración en los primeros teléfonos. Como ejemplo, en la figura 2 se muestran imágenes donde se pueden observar esta configuración en un radio de la década de los sesenta. Algunos sugieren que los diseños de Apple han sido inspirados en varios productos de la compañía Braun, por ejemplo, del Radio Braun T1000 y el Mac Pro (“La influencia Dieter Rams”, s.f.; “El futuro de Apple”, s.f.).

Sobre la superficie lisa, especialistas en tecnología lo describen como de porcelana, y el elemento III parece ser inspirado de una película de ciencia ficción producida en 1968, *2001: Odisea del espacio*, dirigida por Stanley Kubrick. Su trama se centra en un equipo de astronautas, que trata de seguir las señales de un extraño

monolito, que parece ser obra extraterrestre. Se caracteriza por un notable realismo científico, efectos especiales revolucionarios, ambiguas y surrealistas imágenes además del uso del sonido en lugar de las tradicionales técnicas narrativas y el mínimo uso del diálogo. En esta película se presenta a una computadora inteligente llamada *HAL 9000*, y se puede observar este elemento circular. Se aprecia en el interior de la nave objetos o espacios con superficies lisas o minimalistas, contrastes entre el blanco y el negro, como los primeros iPod clásicos.

Este conjunto de características hacen suponer que pudieron haber influido en el diseño del producto (iPod) por la similitud de los objetos y de los colores visualmente contenidos en la película. En el diseño del iPod, son símbolos que se almacenaron en una memoria colectiva: un colchón donde descansan las interpretaciones de las generaciones futuras (Madrid-Solórzano, 2009). Steve Jobs y Jon Rubinsten (altos ejecutivos de la compañía *Apple*) nacieron a mediados de la década de los cincuenta, por lo que hace suponer que la película pudo haber tenido una influencia en la manera de imaginar o crear cosas.



Figura 1. Continuidad de los elementos I, II y III. Imágenes obtenidas el 21 de junio de 2009 desde <http://www.technobuffalo.com.lg1x1z.simplecdn.net/blog/apple/the-evolution-of-the-ipod>

Con respecto a su nivel estético, se puede mencionar que el botón externo (rueda táctil) genera una narración de su propósito, acciones de funcionamiento o encendido, ya que es una figura institucionalizada por fabricantes de productos electrónicos y

cintas cinematográficas. Obviamente no hay que olvidar la semántica descrita en el botón, que son símbolos convencionalizados (como las figuras geométricas) en estos equipos desde la aparición de los reproductores de caseteras.

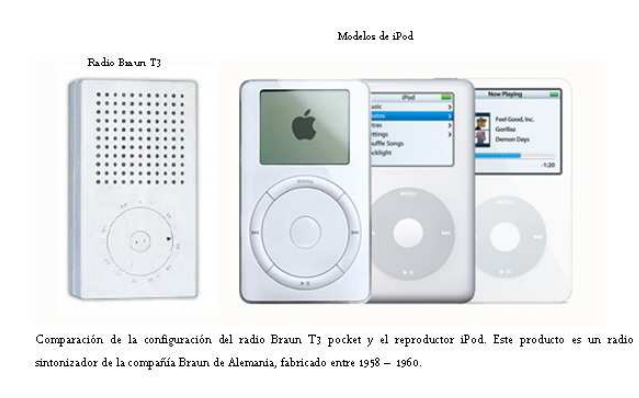


Figura 2. Comparación de la configuración del radio de Braun y el iPod. Imágenes obtenidas el 28 de marzo de 2011 desde <http://www.quintohache.com/blog/la-inspiracion-de-mac/>

LA EXPERIENCIA PRAGMÁTICA

Con el propósito de conocer las emociones, experiencias y preferencias de los usuarios de reproductores digitales de música, un grupo de estudiantes universitarios realizó una investigación que consistió en proyectar cuatro modelos de reproductores de música creados a partir del modelo del iPod clásico, donde cada uno mostraba exclusivamente una modificación en la configuración del teclado, diferente al del iPod clásico; la carcasa, la pantalla, las dimensiones y la textura, no fueron alterados.

Los resultados de la proyección mostraron que los participantes describían aquellos modelos modificados de mp3, que no conservan la forma circular del botón externo, es decir, copias piratas del modelo original y que a la falta de éste significaba un retroceso tecnológico. Por lo que, se puede pensar que el elemento de diseño “Rueda táctil” es un símbolo de alta tecnología; además con la revisión de literatura mencionada en la introducción de este texto se puede concluir que éste coadyuvó a que el iPod se convirtiera en el

ícono de los reproductores mp3. Así también, los datos muestran que existe una percepción agradable por la sobriedad de símbolos en los botones o teclados y en la carcasa del objeto, que los participantes describieron como elegante y moderno.

Se obtuvo como hilo conductor de la percepción estética que los participantes relacionaron la modernidad con la facilidad de uso; aunque, mencionaron que al prestar este equipo a personas adultas necesitaban de ayuda para utilizarlo, por lo que, esta situación arroja interrogantes sobre la facilidad de uso de estos equipos con personas que interactúan por primera vez con el *Ipod*.

Se puede decir que los consumidores universitarios prefieren la simplicidad o el minimalismo en botones externos, sin importar que al principio dificulte su uso. Probablemente esta dificultad, es un factor que satisface la necesidad del usuario de experimentar emociones de exploración o descubrimientos de cosas nuevas (Mata-Franco, y Chavira-Sotelo, F., 2009).

CONCLUSIONES

El iPod nano puede ubicarse como un reproductor para jóvenes pues para los universitarios representa un símbolo objeto semiótico porque ya existe en la mente del usuario un discurso o conocimiento del significado del producto.

Un signo es algo que existe pero no se sabe con exactitud que es, o para que se use; probablemente un iPod nano exento de los símbolos convencionalizados que lo acompañan, por ejemplo: ►►■, ►||, tan

sólo se percibiría como un signo no contextualizado, sin embargo, la semántica de su rueda táctil ayuda a contextualizarlo y para asignarle un valor de signo al reproductor de música portátil.

Sin el valor de signo el iPod no tendría diseño cognitivo o aquel que con tan sólo visualizar la forma y la textura de la superficie de un objeto logra comunicar la funcionalidad. A manera de ejemplo se puede hacer referencial asiento de una

bicicleta. La falta de diseño cognitivo resultó el atractivo en la preferencia de los jóvenes porque experimentan emociones al momento de experimentar el proceso denominado “a prueba y error”, que el equipo origina al inicio de usarlo, sin embargo, esta emoción parece ser inconsciente por ser un proceso de aprendizaje dejado por nuestros ancestros, “a prueba y error”. Por supuesto que el éxito del producto incluye otras variables como: el uso de tecnología innovadora que ocasionó su facilidad de transportación y gran capacidad de almacenamiento.

Sin duda, la apariencia del iPod no es una innovación, es una mezcla de formas o imágenes, sueños o pronósticos del futuro que se han transmitido de generación en generación (tradicción) y que impactaron posiblemente en el modelo mental de los diseñadores participantes de *Apple*, para dar origen a un producto con tecnología de avanzada. La percepción agradable de su apariencia fue ocasionada por el contraste de su configuración semiótica (estilo minimalista) con la de sus iconos predecesores: Walkman y Discman.

La innovación de este producto fue el desarrollo de una convivencia del usuario con imágenes futuristas que datan de la década de los setenta y ochenta, por ejemplo, el diseño de un reproductor con el uso de avances tecnológicos en fase de experimentación sin definir su aplicación, como lo son la memoria fija con gran

capacidad y la rueda táctil. El disco duro del *iPod* fue desarrollado por Toshiba en Japón, que presentó un disco duro de 1.8 pulgadas que aún no tenía fines prácticos – “si pudieran encontrarle un uso, nos encantaría”, le dijeron en aquella ocasión los ejecutivos de Toshiba a los ingenieros de Steve Jobs (¿Quién creó el iPod, s.f.).

Por lo anterior, se invita a diseñar la pre configuración de un nuevo producto a partir del análisis de imágenes, objetos y películas que hayan impactado socialmente y su relación con el futuro. Del análisis deben surgir colores y formas geométricas así como su capacidad de combinarse para generar una apariencia para vaciar los atributos físicos en una carcasa que familiarice a los usuarios con el producto. Posteriormente, es importante analizar el desarrollo de tecnologías actuales no usadas que permitan concebir un diseño futurista y funciones que sólo pueden ser concebidas en películas de ciencia ficción o de inteligencia artificial.

Para concluir, se propone el concepto de *Producto convencionalizado* definido a partir de los atributos físicos que conforman un producto de consumo (Forma, superficie y dimensiones) y su relación estrecha con símbolos altamente convencionalizados por experiencias o eventos cargados de emociones positivas, que son transportados a generaciones posteriores con cambios en su uso al aplicar tecnología de avanzada.

REFERENCIAS

- ¿Quién creo el iPod?, s.f. Obtenido el 23 de junio de 2010 desde <http://www.nierox.com/2007/07/%C2%BFquien-creo-el-ipod/>
- 1 de cada 8 prefieren un iPod 2007. Documento obtenido el 19 de noviembre de 2009 desde <http://es.appleweblog.com/2007/01/1-de-cada-8-prefiere-un-ipod>
- 50 Fun Things To Do With Your iPod (s.f.). Documento obtenido el 15 de noviembre de 2009 desde <http://kottke.org/plus/50-ways-ipod/>
- Apple encuentra en iPod nano la receta del éxito comercial (2009). Documento obtenido el 12 de noviembre de 2009 desde <http://www.mx.terra.com/tecnologia/interna/0,,OI3981575-EI12475,00.html>
- Apple's 'Breakthrough' iPod, 2001. Documento obtenido 11 de noviembre de 2009 desde <http://www.wired.com/gadgets/miscellaneous/news/2001/10/47805>
- Cid-Jurado, A. 2002. El estudio de los objetos y la semiótica. Cuicuilco, 9(25). Obtenido el 13 de noviembre de 2009 desde la base de datos In4mex.
- Conley, J. (s.f.). The real competitive advantage of the Apple iPod. Documento obtenido el 19 de noviembre de 2009 desde http://www.core77.com/reactor/12.05_ipod_trade-mark.asp
- Dela, J. 2006. iPod continues to dominate. Obtenido el 15 de noviembre de 2009 desde <http://www.afterdawn.com/news/archive/7211.cfm>
- El futuro de Apple en el pasado de Braun (s.f.). Obtenido el 23 de junio de 2010 desde <http://foro.clanco.com.ar/showthread.php?16975-El-futuro-de-Apple-en-el-pasado-de-Braun>
- Fernández-Lara, C. 2009, 01 de Julio. Walkman, 30 años. Excélsior. Obtenido el 11 de noviembre de 2009 desde la base de datos In4mex diariamente.com.mx
- La influencia de Dieter Rams y Apple (s.f.). Obtenido el 23 de junio de 2010 desde <http://www.tumentecrea.es/articulos/la-influencia-de-dieter-rams-y-apple/>
- Madrid-Solórzano, J. M – García Pereyra, Rutilio 2009. La percepción visual de los productos. Actas de diseño, 7, pp. 125-131. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina.
- Mata-Franco, Y. y Chavira-Sotelo, F. (2009). Explorando las emociones, experiencias y preferencias de los usuarios de reproductores digitales de música: Trabajo de Investigación para la materia de Taller de Materiales. Departamento de diseño, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (Inédito).
- Mattozzi, A. 2007. A model for the Semiotic Analysis of Objects. Design Semiotics in Use. Universidad IUAV de Venecia. Documento recuperado el 14 de junio de 2010 desde http://www.uiah.fi/sefun/DSIU_papers/DSIU%20_%20Mattozzi%20_%20Model%20for%20semiotic%20analysis.pdf
- Nicholson, C. 2009. Digital audio placer. Scientific American, 300 (3), p. 72. Obtenido el 11 de noviembre de 2009 desde la base de datos EBSCOhost Research Database
- PC Perspective Forums - why are ipods so popular? 2006. Documento obtenido el 15 de noviembre de 2009 desde <http://forums.pcper.com/printthread.php?t=411962&pp=40>
- Pineda-Cruz, E. y Pineda-Repizzo, A. F. 2009. El objeto de uso como signo. Un recurso para la comprensión de la experiencia cotidiana. AdVersuS, Revista de Semiótica VI (14-15), pp. 70-79. Buenos Aires. Obtenida el 28 de marzo de 2010 desde <http://www.adversus.org/>
- Por qué el éxito del Ipod 2008. Obtenido el 12 de noviembre de 2009 desde <http://nestavista.com/2008/01/por-qu-el-xito-de-ipod.html>