

870131
3
1 ej


ARQ. y Ma. GUILLERMO DE LA TORRE
DIRECTOR
ESCUELA DE ARTES PLÁSTICAS


ARQ. GUILLERMO DE LA TORRE
PRESIDENTE DE LA COMISION
REVISORA DE TESIS

DIFERENCIAS DE SIMBOLOS Y ALEGORIAS EN EL CAMPO DEL DISEÑO GRAFICO
Tesis profesional para obtener el título de
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO

Presenta
JOSE EDUARDO CORNEJO MOTTA
Escuela de Artes Plásticas
Universidad Autónoma de Guadalajara.
Incorporada a la
Universidad Nacional Autónoma de México
Guadalajara, Jalisco Junio de 1988



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

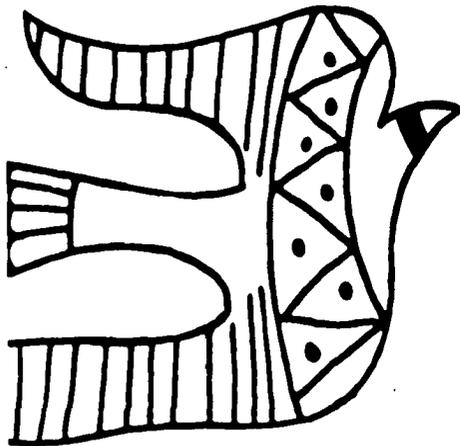
Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

- 1.- CARACTERISTICAS DE SIMBOLOS Y ALEGORIAS. 4
- 2.- EJEMPLOS DE SIMBOLOS Y ALEGORIAS. 13
- 3.- DENOTACION, CONNOTACION Y SIGNIFICADO. 23
 - *Análisis breve de ejemplos. 25
- 4.- FACTORES DETERMINANTES Y FUNDAMENTOS GENERALES DE
DISEÑO PARA CREAR SIMBOLOS DE IDENTIDAD CORPORATIVA. 29
 - *Programa sistematico para creación y diseño de simbolos gráficos. 38
- 5.- COMO UTILIZAR UN SIMBOLO Y CUANDO UNA ALEGORIA. 46
 - *El problema de estilizar alegorias para crear simbolos. 48
- 6.- CONCLUSIONES GENERALES. 50

1.- CARACTERISTICAS DE SIMBOLOS Y ALEGORIAS.

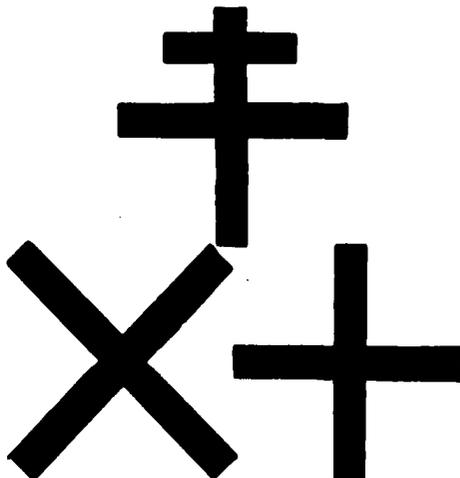


Primeramente hay que analizar y describir lo que es un símbolo y lo que es una alegoría.

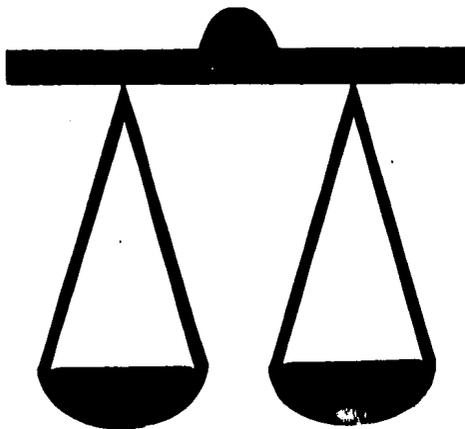
Símbolo es una imagen, figura o divisa con que materialmente o de palabra, se representa gráficamente un concepto moral o intelectual, por alguna semejanza o

correspondencia que el entendimiento percibe entre el concepto y aquella imagen.

Existen infinidad de definiciones de autores con respecto a los símbolos, dentro de las más importantes tenemos la de Ernst Cassirer, para el la forma simbólica puede tomarse de tal modo que se entienda en ella



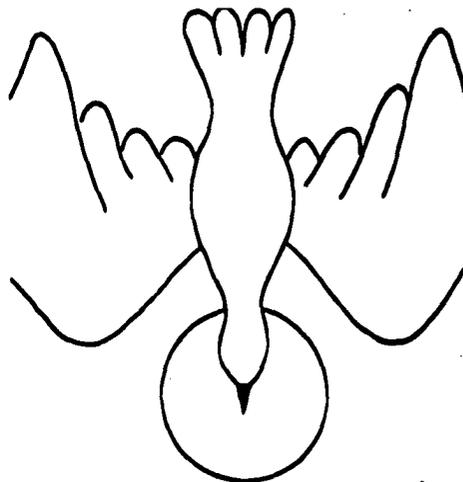
una dirección perfectamente determinada de la concepción y la conformación espiritual de significado y es vinculado a un signo sensible, concreto y le es atribuido interiormente.



Segun Susanne Langer el símbolo genuino es todo acontecimiento, usualmente de condición lingüística que se supone significa alguna otra cosa debido a convenciones de reglas de lenguaje tácitas y explícitas.

Símbolo en diseño gráfico es el elemento gráfico primario para la identificación de una compañía.

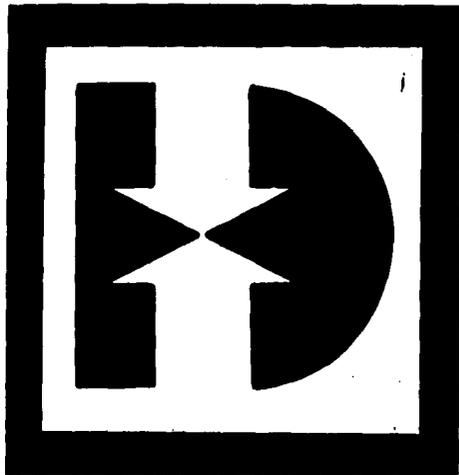
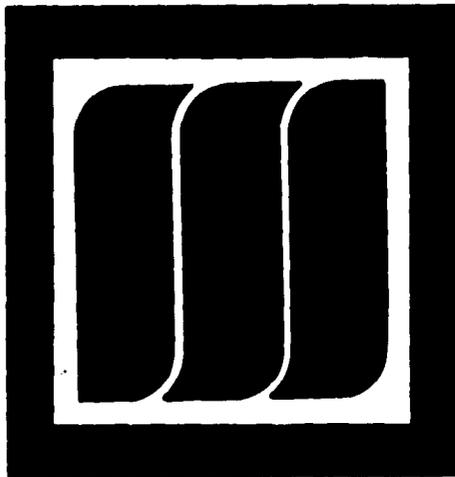
Su propósito es atraer la vista y llamar la atención al nombre corporativo, así como sugerir la naturaleza de la compañía evocando sentimientos apropiados, contiene



y clarifica el objeto de su competencia si ello fuere necesario.

Desde el punto de vista histórico puede sin duda observarse que el concepto de símbolo solo va madurando lentamente. Tiene sus orígenes en la religión y ha estado ligado a ella.

Ahora en la época moderna se ha trasplantado en forma consciente y decidida a otros terrenos del arte y de la estética, pues ellos que articulan conceptos como por ejemplo tenemos los nombres de las cosas, pues ya que todo lo que es nombrado se torna en identidad del pensamiento.



Ahora bien, a diferencia de los signos, la propia configuración formal de los símbolos debe ser estrechamente considerada en relación con lo representado, es decir, con su significado, y esto en cuanto sirvan como indicadores de la existencia de algo, o portadores de un mensaje.



En breve y en concluso la asociación que un signo pueda tener con el símbolo es solo en la representación gráfica como el de una letra que es un signo, pero si a una letra se le hacen ciertas modificaciones se convierte en un símbolo convencional y de identificación, pues hay que recordar que existen símbolos creados por convención de necesidad y símbolos naturales genuinos legados de nuestros antepasados que han ido evolucionando adjunto a la cultura.

Ya hemos establecido las características unitarias más sobresalientes de los símbolos pero que es una alegoría? ¿y que diferencias puede tener con los símbolos en el campo gráfico?



Una alegoría es una ficción consistente en representar una cosa por medio de otra.

La alegoría es una representación puramente figurativa, metafórica y un tanto abstracta cuyo propósito no es sino ilustrar de modo naturalista-realista, hechos extraordinarios.

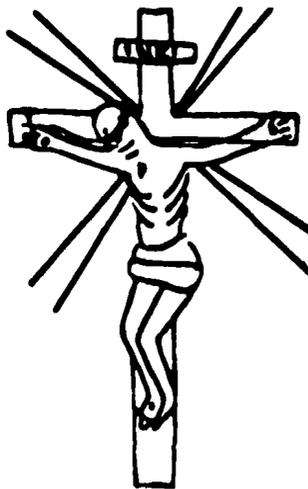


Es muy importante el mencionar que la combinación de la figura histórica con el objeto simbólicamente expresado es lo que constituye una alegoría.



Hay que destacar que en su mayoría las figuras alegóricas provienen de la mitología grecorromana provista de atributos de data medieval o renacentista.

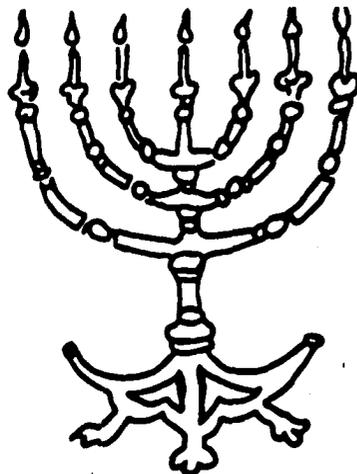
Así como en el lenguaje podemos distinguir en el arte y en la religión, que existe una forma de representación de contenido sensible y otra que sirve de los medios de expresión alegórico-simbólico.





Del ...

Pero son más las diferencias palpables entre ellos pues el símbolo es un elemento de unión entre dos mundos, visible e invisible, en cambio la alegoría es una imagen que data de tiempos históricos con una realidad que representa (visible), o sea que forzosamente una alegoría lleva una



relación visual directa a lo que representa y un símbolo no necesariamente.



El símbolo tiene una significación no un significado. Significación que nos ayuda a la identificación de algo directamente y no como en la alegoría que para comprenderla o identificarla se necesita de una cierta preparación intelectual y de percepción unitaria de cada una de las ideas que constituyen el conjunto como un todo identificativo.

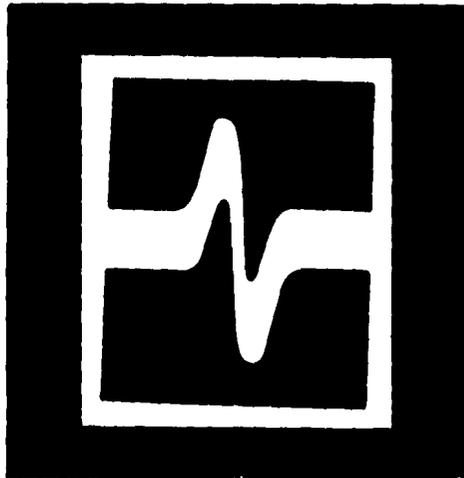
Otras de las diferencias importantes de un símbolo y de una alegoría es el de la relación analógica y homológica que existe entre ambos.

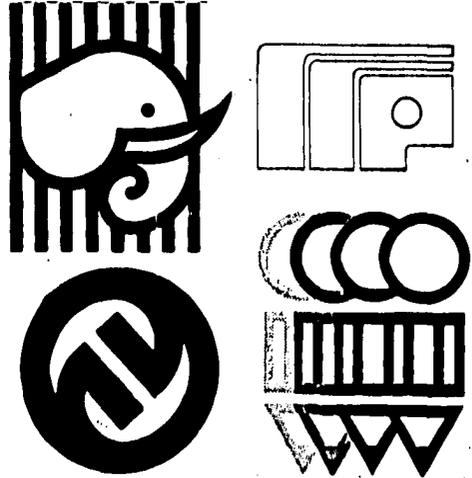
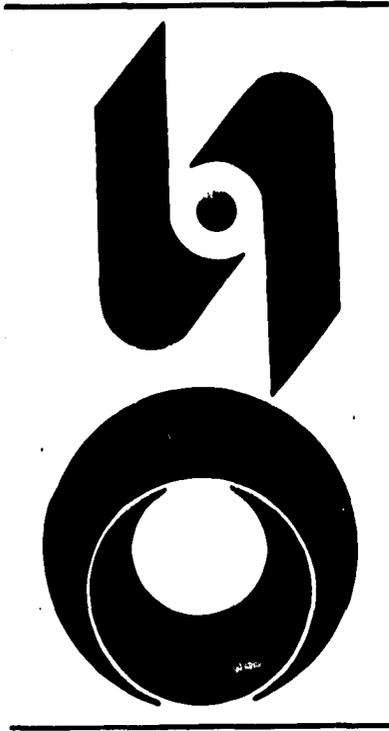
En la alegoría es mas fuerte la motivación analógica que un símbolo gráfico, pero esta se compensa con la inmotivación homológica en la cual el significado con la figura es arbitrario o convencional y no como en la analógica que la figura lleva un significado lógico.

2.- EJEMPLOS DE SIMBOLOS Y ALEGORIAS.

13

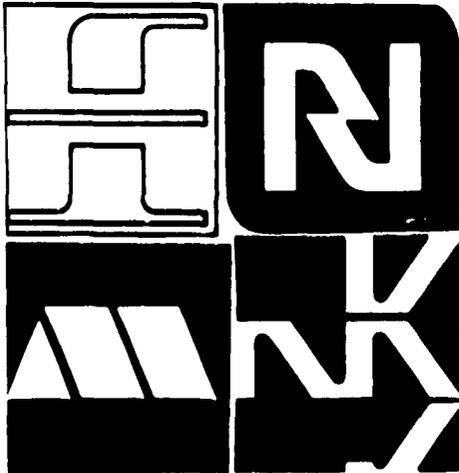
De manera introductoria se puede decir que el hombre esta en coloquio con las formas y consigo mismo, su mundo está lleno de formas linguisticas, imágenes artisticas, simbolos miticos, ritos religiosos en una palabra, "el hombre no es un animal racional, sino un animal simbólico", segun Cassirer, pues se guiá por simbolismos preestablecidos que han ido evolucionando con el paso del tiempo y en la búsqueda incansable de lo estético, de lo práctico, lo funcional y lo perfecto, es por eso que se han ido simplificando y ahora su graduacion simbólica no depende, pues de la perfección del exterior sino de la disposición interna del espectador.



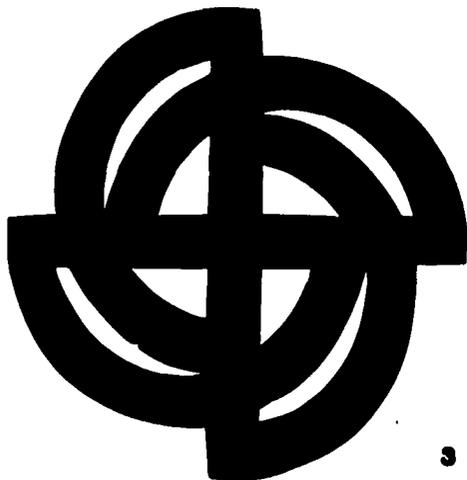


Estos son algunos ejemplos de símbolos actuales de imágenes corporativas que son los que están más ligados a nuestra carrera y que generalmente están basados en figuras geométricas dando una diversificación de resultados y efectos.

Los símbolos de imágenes corporativas también pueden tener como base de partida las letras, las cuales nos indican el nombre con la inicial o iniciales de la empresa o corporación.

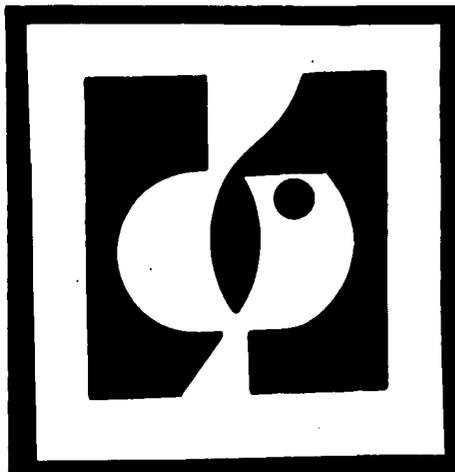


Otros que son muy usados en la actualidad son aquellos que contrastan las superficies y que nos dan una simulación de volúmenes y que en muchas ocasiones van ayudados de la relación figura-fondo para conformar un todo implícito.



3

Otro ejemplo es el de aquéllos que están formados por una serie sucesiva de figuras que nos dan la impresión de giro, movimiento, dobleces, dinamismo y que en muchas ocasiones resultan agradables y muy funcionales por el equilibrio radial que implican.



Por otro lado tenemos aquellos que se basan en una figura animal o vegetal y resultan más obvios y se utilizan por la relación simbólica formal que exista con lo representado o con alguna característica atribuida con las funciones de la empresa.

Por último tenemos los símbolos de identidades corporativas que se basan en abstracciones puras porque les resulta práctico, interesante la atracción visual que puedan lograr, pero en muchas ocasiones no dan el fin deseado con relación a las empresas y generalmente se basan en la interpretación que nos pueda dar la forma o ayudados por la percepción visual y psicológica del color porque quedan en forma enclavada en una relación símbolo-significado de tipo homológico, es decir, que su significado es convencional o arbitrario.





Como ya se ha visto, la mitología grecorromana es quizás a mi juicio aunada a la heráldica las que tienen la gama más extensa de alegorías míticas y fantásticas que encierran un contenido en cada una de sus manifestaciones y una historia que contar generalmente de origen épico.



Como un ejemplo mítico-histórico, las alegorías implantan su huella en la creación y transcripción de las imágenes religiosas e impresos con un sentido abstracto tanto en indumentaria como en su formación, ayudados en su alegoría por una serie de configuraciones astrales, naturales y de gran colorido.

Las alegorías como ejemplo de fuente decorativa han sido un factor estético muy importante en la historia de los grabados, pues constituyeron lo que son las viñetas, las cuales son una serie de figuras ornamentales que se colocaban generalmente en la parte superior e inferior de los libros para darle mas atractivo visual, y generalmente eran a base de filigranas de figuras naturales y animales.





También la impresión de timbres postales se ha visto invadida por las alegorías para dar a conocer un aspecto general de la época, sus avances, sus tendencias y en cierta forma reflejar la forma de vida de una época o de un gobierno.

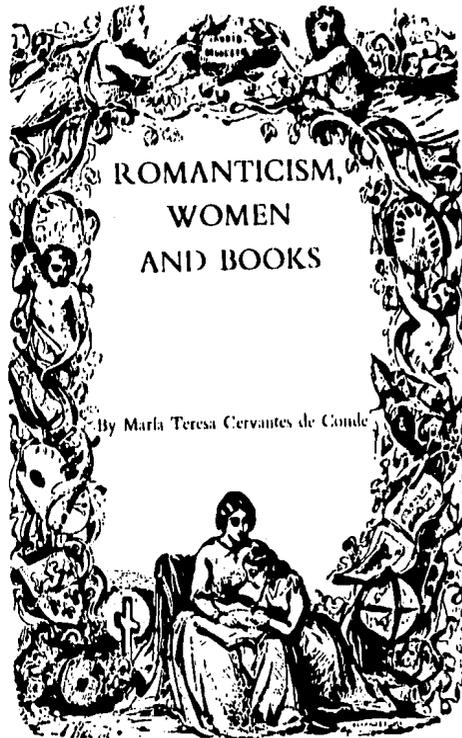


Un ejemplo muy característico en el cual observamos una serie de alegorías es en los naipes españoles los cuales también poseen un sentido mágico-mítico de la abstracción de una realidad histórica.

También dentro del mundo de la heráldica (escudos), han incursionado inclusive en nuestro escudo nacional aun se conserva gran parte de los rasgos característicos que lo iniciaron como tal, solo se han ido eliminando unos y estilizando otros al correr del tiempo hasta conocerlo como en la actualidad.

También quedaron como vivo testimonio las alegóricas portadas de libros de antaño los cuales llevaban horas de trabajo para realizarse.

Este es un ejemplo de una portada para un libro de poemas entitulado * Romanticismo de las mujeres *. Y en el cual podemos ver que están bien utilizadas las alegorías.



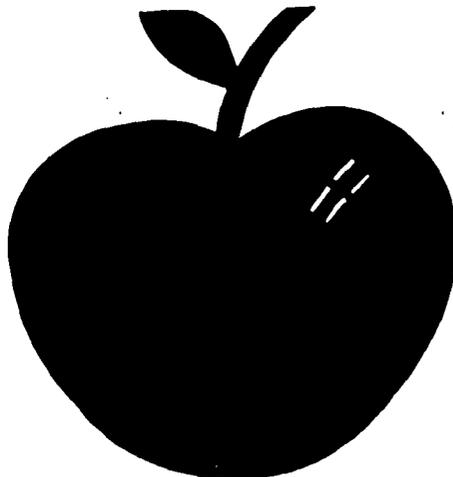
3.- DENOTACION, CONNOTACION Y SIGNIFICADO.

Como principio tenemos que definir qué es denotar y que es connotar y la relación que tienen con el significado.

Denotar es la figura representada ya sea de un objeto conocido representado por un gráfico.

Connotar son los conceptos relacionados con esa figura (funciones y relaciones).

Pero no hay que olvidar sus significados naturales o convencionales o sea lo que dar a entender o decir.



DENOTA : Una manzana

CONNOTA : Comida, fruta, roja, símbolo.

SIGNIFICA : La tentación entre otros.

Es facultad peculiar del hombre coordinar y reaccionar ante los símbolos, así pues los símbolos no pueden ser reducidos a meras señales, pues los símbolos operan y los símbolos designan.

Un pensamiento de relación va sucedido de un sistema simbólico. Pero hay que hacer notar que si un símbolo no está bien estudiado desde su punto de vista de su potencialidad gestáltica (o sea el número de significados atribuidos a ese símbolo pues entre más potencial tenga mayor será el número de significados) pues puede llegar a denotar varias cosas de tal manera que se representa una ambigüedad o sea llegar a una inseguridad perceptiva de una idea en la interpretación.

Existen infinidad de símbolos que poseen una connotación y denotación totalmente diferentes y que en el mayor de los casos su simbolismo viene de caracteres legendarios y míticos como en las alegorías y que han ido evolucionando y forman parte esencial del



contexto de la mente y de la experiencia.



Como por ejemplo una mazorca de maíz que es muy utilizada en todo lo relacionado con la agricultura, pero por que una mazorca y no una pera o una zanahoria, pues porque simplemente la mazorca de maíz es el simbolismo de la fertilidad de gran arraigo sobre todo en América.

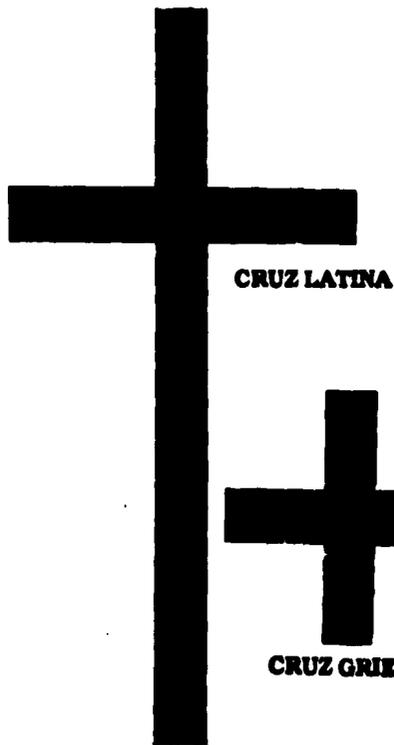
Pero dentro de estas variantes semanticas en lo que respecta a lo representado hay que hacer notar que el problema es sencillo cuando se trata de una configuración de la naturaleza que significa un árbol o un hombre pues resulta fácil comprender este tipo de significado o asociación directa no así cuando existe un significado intrínseco o indirecto como las pinturas abstractas.

Un ejemplo característico y de todos conocido, es el de una cruz roja que denota dos barras cruzadas en perpendicular pintadas en un color que es rojo, connota el símbolo de una institución benéfica en ayuda de la salud, significa solidaridad universal para salud.

Pero si a este símbolo le hacemos crecer un poco la parte vertical inferior de esa cruz, su denotación sería dos barras cruzadas en perpendicular en color rojo, pero ahora como símbolo de la religión cristiana, sus significados cambiarían de

*Análisis breve de ejemplos.

25



manera radical, pues significaría la esperanza, la salvación del alma y la fe entre otras.

Este ejemplo resulta interesante pues nos denota una cabeza de animal vista de frente, como puede ser un león, puede ser una cabeza de puma enmarcada en unas barras, su

connotación sería como un símbolo para un zoológico o para una marca de ropa, etc.

Significa ferocidad, grandeza, y en última instancia precaución a los animales.

Por último tenemos este ejemplo en el cual el símbolo nos denota una clave o llave de sol o simplemente si no sabemos de música una nota musical, pero su connotación viene siendo el símbolo de una identidad corporativa utilizado por una empresa dedicada a la creación de instrumentos musicales o algo relacionado con la música.

Significados atribuibles como armonía, melódico, ritmo, etc.



Esta alegoría nos denota un escudo, una máscara, unas casas, letras, unos libros.

Pero su connotación es el de un cartel para una obra teatral localista, significa mascarada, cultura, historia, etc.



Este ejemplo vemos que su denotación esta contenida en una pluma, un roedor, unas letras y una especie de concha, su connotación es lo erudito, la sabiduría, lo elegante, lo rebuscadamente ornamentado.

Significa: ex-libris de Manuel G. Salceda.



Como hemos visto en estos ejemplos de símbolos y alegorías, las relaciones entre lo denotado, lo connotado con su significado son esenciales para el éxito de la figura en el mundo de la comunicación visual y gráfica de tal manera hay que tomar muy en cuenta a la hora de crear un símbolo o una alegoría dado el caso, esto para unificar criterios en los espectadores y estar concientes y seguros que lo que mostramos es lo que queremos y que sus implicaciones tanto externas como internas son las que buscamos.

Como ultimo ejemplo tenemos esta alegoria que nos denota dos hombres, un recipiente o una tina, utensilios de trabajo; su connotación: va desde el descubrimiento de la impresión tipográfica, el intelecto y la perseverancia, etc. Significa: ex-libris de Hans Lenz.

4.- FACTORES DETERMINANTES Y FUNDAMENTOS GENERALES DE DISEÑO PARA CREAR SIMBOLOS DE IDENTIDAD CORPORATIVA.

29

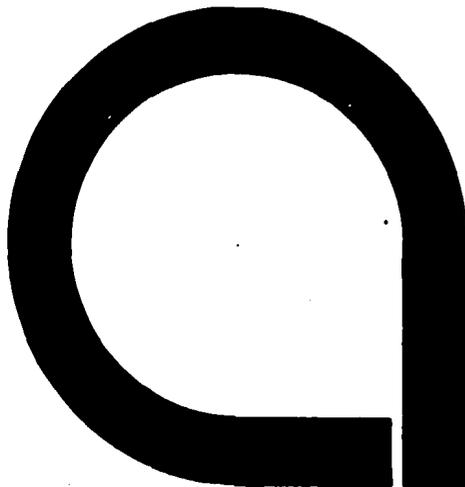
Primero el diseñador gráfico tomara en cuenta una serie de factores que determinaran la validez de un símbolo:

a) En ningún caso el símbolo podrá parecerse o recordar a otro para evitar ser confundido.

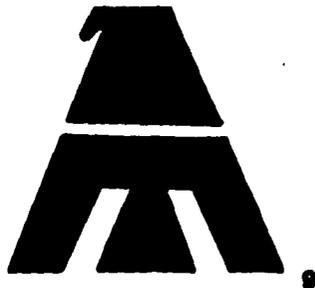
Una solución demasiado fácil puede ser considerada como una advertencia de que alguien mas ha pensado la misma solución.

b) En el límite de lo posible la forma y la composición del símbolo, deben ser la impresión de una idea, de la característica o del tipo de la persona, de una institución de una profesión.

c) Siendo un símbolo un elemento de identidad corporativa debe ser claro, sencillo, fácilmente recordable, a fin de que se pueda entender e identificar inmediatamente y como ya dijimos esto se obtiene por medio de una forma geométrica que expresa su significado en forma compacta o formas identificables, la misma forma deba tener un trazo grueso para darle la

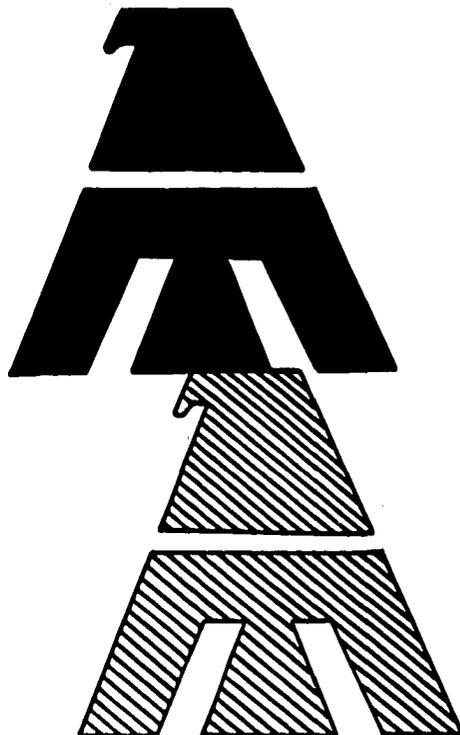
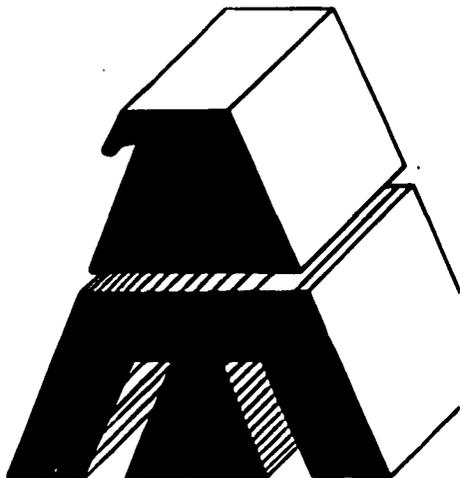


importancia que requiere el símbolo.



d) Cada símbolo debe ser reducible en tamaño al máximo posible (para tarjeta de identificación por ejemplo); el aumentar el tamaño no entraña problemas.

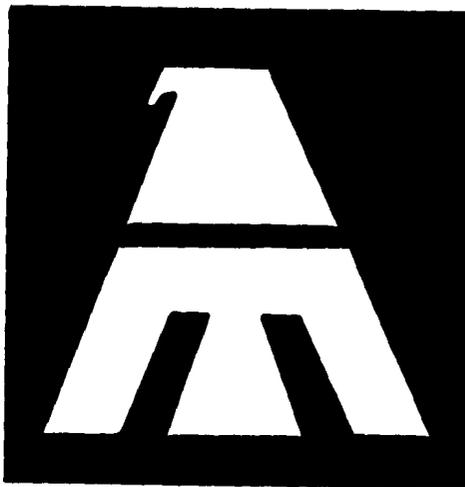
e) La utilización del símbolo debe ser posible en todas las formas y en todos los medios, ya sea en forma bi o tridimensional, impreso en papel o en madera o tal vez en metal, el cual casi nunca es plano, tal vez pensar en un letrero luminoso de plástico, etc.



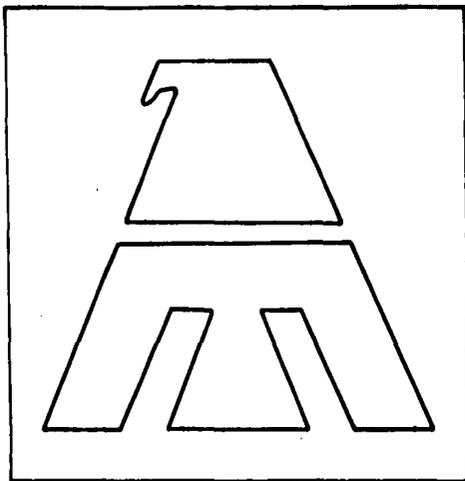
f) El símbolo debe ser diseñado en blanco y negro tomando en cuenta sus valores positivo y negativo. En una segunda etapa se puede hacer un estudio cromático y el color aceptado, sin embargo debe hacerse a la inversa.

g) Ver la posibilidad siempre de cambiarlo de positivo a negativo en el cual el símbolo no debe de cambiar su expresividad. Se debe de considerar o prever el posible cambio total de la forma al transformar un positivo en negativo o viceversa.

h) La realización de las variantes del símbolo, reducciones y ampliaciones fotomecánicas, el positivo y el negativo, delineados sobre diversos fondos, reticulados en color, etc., dan un cuadro muy completo de las numerosas aplicaciones de ello, brindando más fácilmente un



panorama del símbolo en todos sus contextos.
(ver ejemplos anteriores).



1) El símbolo puede, pero no debe ser completado con el nombre de la industria o corporación que representa. Este puede completarse o con una palabra o característica que se integre realmente al símbolo, o si se agrega orgánicamente a lo diseñado, como un carácter tipográfico,



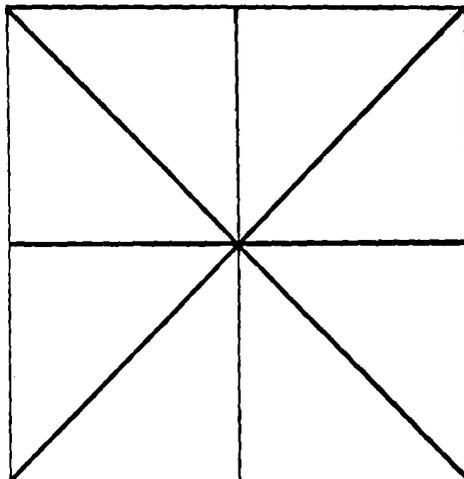
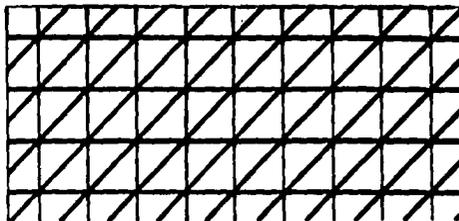
integrado en forma adecuada; arriba, abajo, al lado o alrededor, el segundo término de importancia al símbolo resultante como posible solución.

FUNDAMENTOS GENERALES

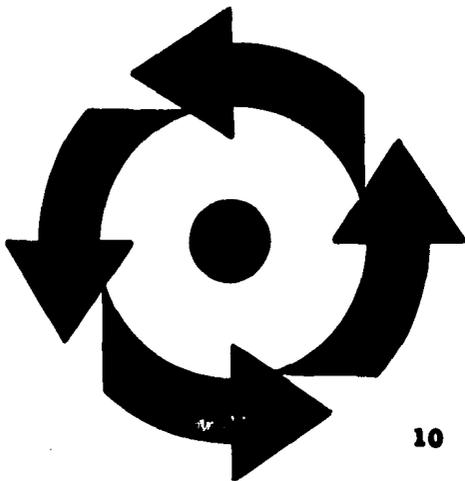
De manera esencial e introductoria veamos a unos de los más importantes:

a)RETICULA: Por lo general, al momento de querer crear una retícula para llegar a ver las soluciones mas practicas y mejor encaminadas para lograr nuestro símbolo lo primero que vamos a hacer es formarla mediante una sucesión de rayas colocadas ya sea perpendiculares y paralelas o con cierta angulación para tener opcion de jugar con las formas y nos den diversidad de opciones.

b)EQUILIBRIO: Para dar la sensación de equilibrio se hara una serie de trazos hacia el centro(ver ilustración), para dividir nuestro campo visual en varias secciones y así saber que parte del campo esta sobrecargado de imagen y cual esta desierto o pobre y hacer los cambios necesarios para lograr equilibrarlos y que se vea agradable a la vista y no se sienta que se cue o se sale por algun lado.



c)MOVIMIENTO: Al estar creando nuestro símbolo es casi inevitable de que tenga movimiento. El problema consiste en organizar ese movimiento perceptivo de modo que sea autosuficiente, pero esto nos lo va a dar la experiencia de acomodo visual de los elementos que conforman nuestro símbolo.



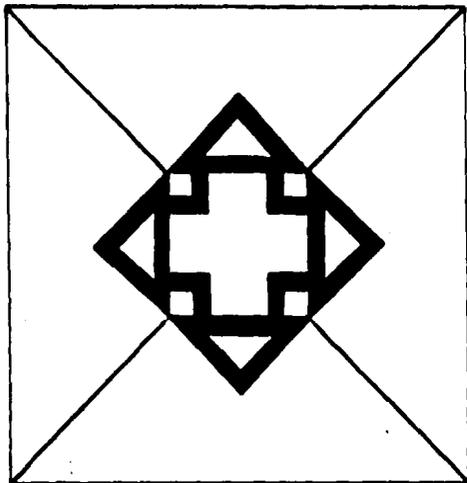
10

d)CONTRASTE: Nuestro símbolo deberá tener una máxima percepción de las formas pues de otra manera se perdería con el fondo.

Generalmente esto se logra en la práctica con el uso del color ya sea por el tono o por el contraste del color.

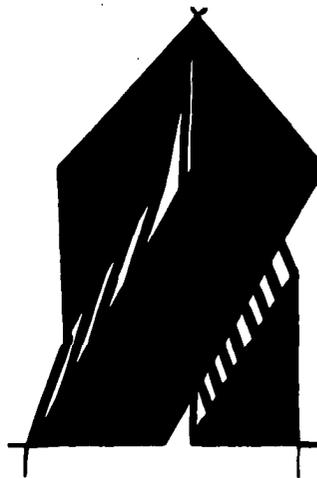
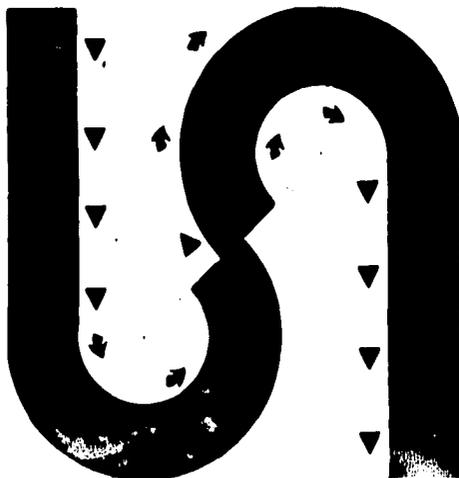
e)COLOR: Como factor perceptivo-psicológico muy importante hay que analizar el color o los colores que el símbolo llevará pues de él dependerá las sensaciones que transmita al espectador.

De acuerdo al objetivo será el color y también de acuerdo a las funciones que desempeña la cooperación dentro del mundo de la competencia.



f)PROPORCION: Para que el símbolo quede bien proporcionado con referencia al campo visual hay que centrarlo en el campo y dejarle un margen lo suficiente para que no se salga o pierda, tambien es importante ver la relación de la proporción entre cada uno de los elementos que forman el símbolo(si no es de una sola pieza)para evitar que unos se vean debiles al lado de otros o al revés y evitar que se desbalancee visualmente el diseño.

g)RITMO: El ritmo es el movimiento marcado por una recurrencia regular ya sea de mayor a menor (regresión) o de menor a mayor (progresión) esto es lo que en muchos símbolos dá una calidad perceptiva lógica interesante tomando el orden como factor decisivo en la estética del mismo.



h)PERSPECTIVA: Con la utilización de la perspectiva podemos dar tridimensionalidad a las figuras evitando se vean planas aumentando en muchos casos la atracción visual dependiendo la angulación de la misma

***Programa sistemático para creación y diseño de símbolos gráficos.**

Ahora tenemos un ejemplo muy práctico para la creación y diseño de símbolos visuales mediante un PROGRAMA SISTEMÁTICO según un artículo de Ed Bedno Visible Lenguaje, el cual sigue los siguientes pasos

- a) EL PROBLEMA
- b) DESCRIPCIÓN DEL USUARIO
- c) ANÁLISIS DE LA DESCRIPCIÓN Y DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.
- d) FUENTES DE INFORMACIÓN.
- e) IMPLICACIONES DEL CONTENIDO.
- f) PALABRAS DESCRIPTIVAS RELACIONADAS CON EL CONTENIDO.
- g) IMÁGENES DESCRIPTIVAS RELACIONADAS CON EL CONTENIDO.
- h) TABLA (ELEGIR LAS DOCE MEJORES).
- i) LISTA MATRICIAL (36 COMBINACIONES).
- j) SELECCIÓN (ELEGIR DOCE DE LAS 36 COMBINACIONES).
- k) SÍNTESIS DE IMAGEN VISUAL.
- l) REDUCCIÓN SKETCHES (ELECCIÓN DE 6).
- m) REDUCCIÓN SKETCHES (ELEGIR UNO Y REFINARLO).

a)EL PROBLEMA: Diseño de un símbolo para la florería ELITE S.A.

b)DESCRIPCION DEL USUARIO: El núcleo colectivo que adquiere sus productos es gente con clase que exige calidad y presentación en los arreglos florales, así como originalidad en los diseños de la misma

Se podría decir que son personas detallistas a la hora de adquirir algo suntuario y por consiguiente pertenecen a la clase económica alta o media alta.

c)ANALISIS DE LA DESCRIPCION Y DEFINICION DE TERMINOS:

FLOTERIA: Lugar donde se adquieren varios tipos de flores para ornato.

CLASE: Status social prestablecido, algo fino.

CALIDAD: Acabado muy bueno, clase en el producto, fino.

PRESENTACION: La manera de mostrar algo.

ARREGLO: Que posee armonia, que tiene compostura.

DISENO: Algo que cumple requisitos estéticos

funcionales a la época y prácticos.

ORIGINALIDAD: Algo novedoso.

d)FUENTES DE INFORMACION: Dichas fuentes nos la brinda completamente la empresa.

e)IMPLICACIONES DEL CONTENIDO:(FUNCIONES DE LA EMPRESA): Esta empresa se dedica a la compra en gran escala de flores y a la venta a todo el público(simbólicamente). Es una empresa que vende arreglos florales naturales para la decoración (ya sea en los mismos arreglos o en macetas y tiene una mediana red de distribuidores o casas en toda la república.

Su función general es exaltar y vender un artículo de lucro adquirido por una pequeña masa de personas.

Esta conectada a su vez con una compañía expendedora de cerámicas finas, que les surte todo tipo de bases y macetas para sus arreglos.

f) PALABRAS DESCRIPTIVAS RELACIONADAS CON
EL CONTENIDO:

- 1) Lucro.
- 2) Decoración.
- 3) Flores.
- 4) Naturaleza.
- 5) Cerámica.

g) IMAGENES DESCRIPTIVAS RELACIONADAS CON
EL CONTENIDO:

- 1) Flores- Margaritas, tulipanes (pueden ser
otras).
- 2) Naturaleza- Varias hojas (o cualquier
cosa relacionada a ella).
- 3) Tierra- Macetas.
- 4) Cerámica- Floreros.
- 5) Regaderas- Gotas de agua.
- 6) Aroma- Formas onduladas.

Estas implicaciones están sujetas al
gusto parsonal del diseñador.

h) TABLA (ELEGIR LAS DOCE MEJORES
RELACIONES);

Margaritas Tulipanes	Hojas	Macetas	Floreros	Gotas de agua	Formas onduladas	
●	●	●	●	●	●	Flores
						Naturaleza
●	●					Tierra
						Ceramica
●	●					Regadera
			●			Aroma

1)LISTA MATRICIAL (36 COMBINACIONES);

FLORES | MARGARITAS, TULIPANES
| HOJAS
| MACETAS
| FLOREROS
| GOTAS DE AGUA
| FORMAS ONDULADAS.

TIERRA | MARGARITAS, TULIPANES.
| HOJAS
| MACETAS
| FLOREROS
| GOTAS DE AGUA
| FORMAS ONDULADAS.

NATURALEZA | MARGARITAS, TULIPANES.
| HOJAS
| MACETAS
| FLOREROS
| GOTAS DE AGUA
| FORMAS ONDULADAS.

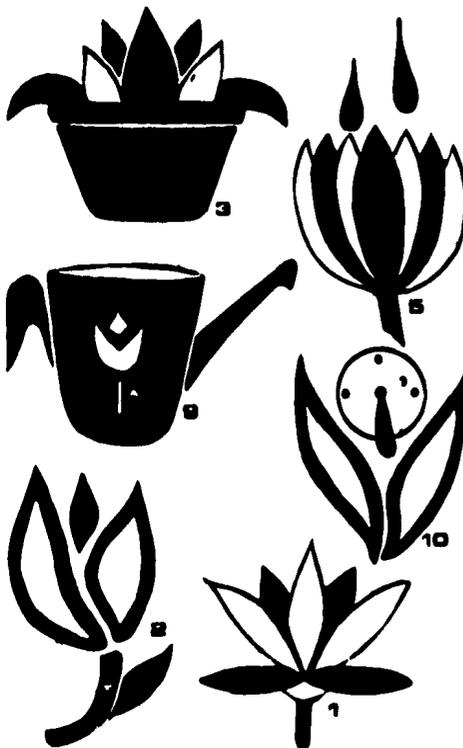
CERAMICA | MARGARITAS, TULIPANES
| HOJAS
| MACETAS
| FLOREROS
| GOTAS DE AGUA
| FORMAS ONDULADAS.

REGADERAS | MARGARITAS, TULIPANES.
| HOJAS
| MACETAS
| FLOREROS
| GOTAS DE AGUA
| FORMAS ONDULADAS.

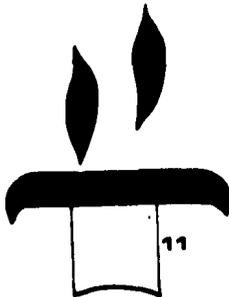
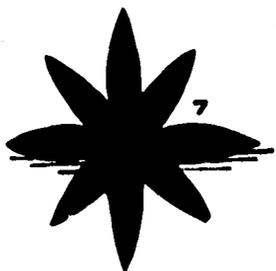
AROMA | MARGARITAS, TULIPANES.
| HOJAS
| MACETAS
| FLOREROS
| GOTAS DE AGUA
| FORMAS ONDULADAS.

j)SELECCION (ELEGIR DOCE DE LAS 36
COMBINACIONES);

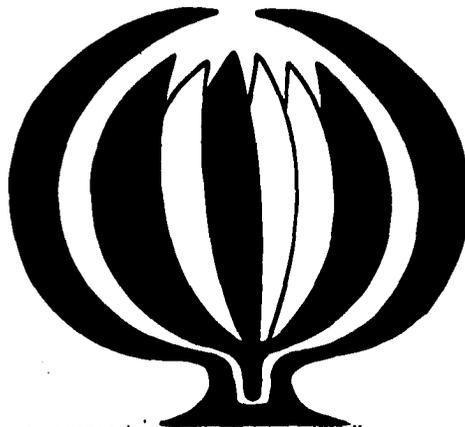
- 1.-FLORES - MARGARITAS, TULIPANES.
- 2.-FLORES - HOJAS.
- 3.-FLORES - MACETA.
- 4.-FLORES - FLORESCO.
- 5.-FLORES - GOTAS DE AGUA.
- 6.-FLORES - FORMAS ONDULADAS.
- 7.-TIERRA - MARGARITAS, TULIPANES.
- 8.-TIERRA - HOJAS.
- 9.-REGADERA - MARGARITAS, TULIPANES.
- 10.-REGADERA - HOJAS.
- 11.-AROMA - FLORESCO.
- 12.-AROMA - MARGARITAS, TULIPANES.



k)SINTESIS DE IMAGEN VISUAL.



1) REDUCCION SKETCHES (REDUCCION DE 6).



m) REDUCCION SKETCHES (ELEJIR UNO Y
REFINARLO):

Como comentarios a esta figura dire' que es bastante buena pues ademas de cumplir con requisitos estéticos , cumple con relaciones de proporción, equilibrio y sobre todo de la sensaci6n buscada de algo fino y sofisticado lo cual va muy acorde a la floreria y a su funcinamiento.

5.- CUANDO UTILIZAR UN SIMBOLO Y CUANDO UNA ALEGORIA.

Este paso es importante y es un preámbulo para llegar a las conclusiones finales es por eso que lo tocare de la manera más sencilla y llana para que puedan captar en su esencia cuándo, a qué horas y por qué utilizarlos.

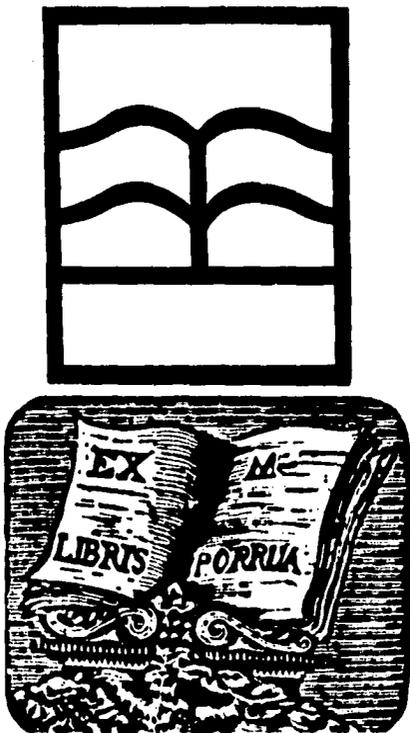
Un símbolo gráfico lo vamos a utilizar para que forme parte de la identidad corporativa de una empresa o institución. La identidad corporativa esta constituida por su nombre, o sea el logotipo, el símbolo es la imagen visual que lo distingue y lo representa y por todas sus aplicaciones gráficas y visuales para ya convertirse en imagen corporativa. Aplicaciones como impresos de sobres, cartas, hojas, recuerdos y todo tipo de propaganda que recuerde a esa corporación.

Pero se trata de saber cuándo y por qué. El por qué esta dado desde el momento en que debemos considerar un símbolo como sencillo para que pueda ser recordado con facilidad y quedarse grabado en la mente en cuestión de

segundos, razón a la cual una alegoría tardaría minutos o más.

Otra razón sería la que esta dada por los tamanos, un símbolo es ideal para una corporación porque puede ser disminuido de tamaño y ser legible a cierta distancia, en cambio una alegoría se aglutina dando una idea ambigua de captación sensorial.



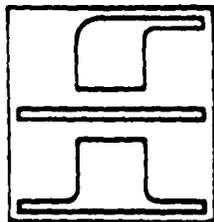


Un símbolo como producto de una convención puede ser también utilizado como indicativo de una proposición subjetiva o/y objetiva que indica y nos da idea y existencia de algo.

Por otro las alegorías se adentran más bien como un paso ornamental y de una realidad mítica histórica relacionada con escudos, blasones, timbres, naipes, configuración de la mitología universal, en portadas de libros para fines especiales, para usar una alegoría se tiene que saber porque se usa y que fines lleva, una alegoría tiene sus precauciones en diseño pues se corre el riesgo de caer en un folklor diseñado o como ya dije antes en una estrombosis de elementos que llegan a cansar la vista.

*El problema de estilizar alegorías para crear símbolos.

Primeramente tenemos que saber que la estilización es reducir a sus partes más esenciales una imagen para utilizarla como figura representativa de algo.



Con bastante frecuencia el llegar a estilizar una alegoría no nos llega a solucionar el problema de crear un símbolo por más moderno o estilizado que este se encuentre. Pues los elementos identificativos siguen ahí como ayuda de reconocimiento, como una realidad que es llevada a la metáfora visual.

Pero no hay que olvidar que esto siempre sera una solución intermedia ya que el elemento denotado tendra siempre connotaciones y significados arbitrarios.

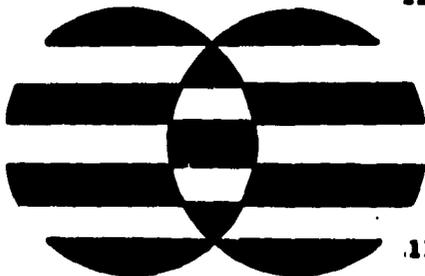
Debemos entender que un símbolo jamas estara provisto de esa serie de elementos que conforman una alegoría, un simbolo no tiene que hablar visualmente contandonos una historia de como nació, tampoco nos dirá cuales son las características principales de esa institución, lugar, servicio, empresa corporacion o lo que fuere, ni cuales son sus principios que lo rigen.



CONCLUSIONES GENERALES



12



11

Esta tesis presenta de manera elemental una diferenciación de lo que es un símbolo, una alegoría y la introducción de los emblemas. Pues bien:

+ Un símbolo gráfico, es el elemento gráfico para la identificación de una compañía.



+ Una alegoría es una ficción consistente en representar una cosa por medio de la otra, y dicha representación es meramente figurativa, metafórica y un tanto abstracta y cuyo propósito es la representación de un concepto.

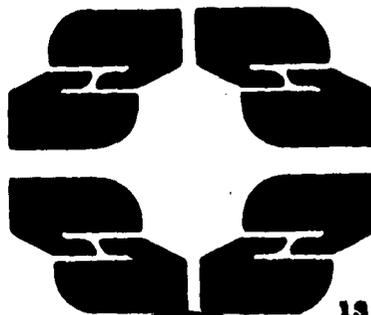
+ Un emblema se define como un jeroglífico o insignia que representa alguna figura y generalmente es representación simbólica de otra.

Ahora bien, haciendo una evaluación general del contenido de la tesis, hay que percatarse que lo más importante son las diferencias que existen entre ambos y el funcionamiento que según en el estudio realizado ha llegado.

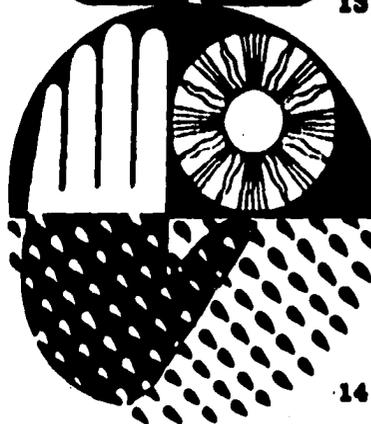
Las diferencias son:

- Que el símbolo es el elemento de unión entre dos mundos: el visible y el invisible, en cambio las alegorías y emblemas son unas imágenes de data histórica de una realidad que representan.

emblemas son unas imágenes de data histórica de una realidad que representan.

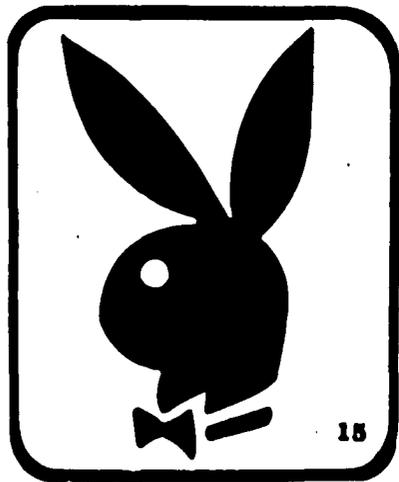


13



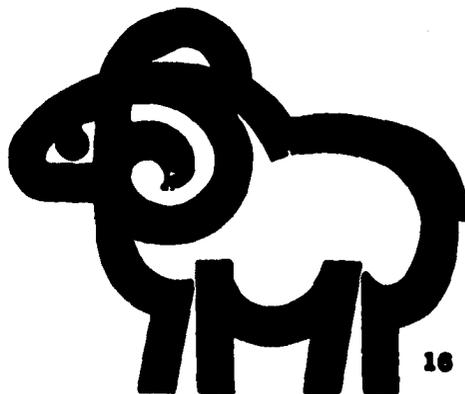
14

• El símbolo, como identidad, tiene significación, no un significado, significación que nos ayuda a la identificación de algo directamente y no como en las alegorías y emblemas, que para comprenderlos o identificarlos se necesita de cierta preparación intelectual y de percepción unitaria de cadauna de las ideas que constituyen el conjunto como un todo identificativo.





* Otra sería, la que está dada por la relación analógica y homológica que existe entre ambos. En las alegorías y emblemas, es la analógica la que los remarca, pues llevan un significado lógico, pero en los símbolos gráficos, el significado puede ser arbitrario o convencional, o sea, homológico.



* Un Símbolo gráfico primero da un significado objetivo y directo y en segundo lugar deberá ser agradable de acuerdo a su diseño. En cambio una alegoría, primero debe ser agradable y, en segundo lugar, no siempre tiene un significado generalmente subjetivo, o sea, con bases artísticas.

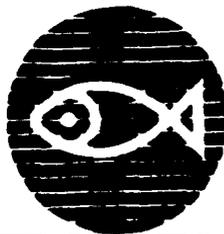
• Los símbolos gráficos bien diseñados tienen solo un significado preciso, pues es claro, sencillo y fácil de interpretar, pues poseen un mínimo de elementos de composición (solo los más significativos para saber la existencia de dicha empresa). A razón que las alegorías y algunos emblemas son confusos, rebuscados y difíciles de interpretar.



17



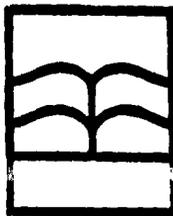
• Otra será dada por los colores un símbolo generalmente tiene 1 ó 2 colores, en cambio las alegorías y emblemas (ejemplo los escudos) poseen el doble o el triple de colores y esto es importante, pues el poder de retención para recordar un símbolo, resulta más eficaz a menor.



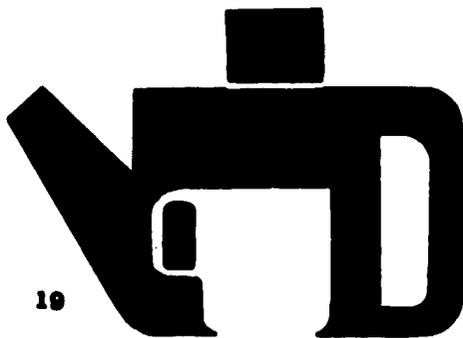
10

• Otra diferencia es lo que en semiótica se entiende como potencialidad de expresión. Un símbolo gráfico bien diseñado posee una baja potencialidad, o sea, que realmente expresa lo que quiere expresar. En cambio una alegoría en especial, tiene un grado de potencialidad de expresión alta, o sea, que no se sabe en realidad cual es el elemento que quieren resaltar, es una confusión gestáltica.





* Otra está dada por los tamaños, pues un buen símbolo gráfico puede ser amplificado o reducido de tamaño, así como de utilidad repetitiva, perspectivado, delineado o con otra serie de efectos y sigue siendo fundamental, en cambio las alegorías y emblemas se aglutinan, se pierden en la unidad de la vista, no halla uno que observar y por consiguiente no se retienen con facilidad.



19

* Los símbolos gráficos tienen una actividad publicitaria comercial básica, los emblemas y alegorías son de carácter ornamental, decorativo y en contadas ocasiones de publicitario.

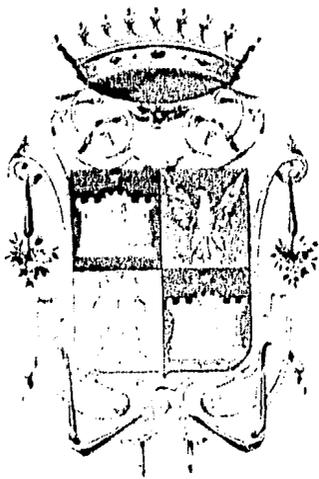
* Los símbolos gráficos son convencionales y las alegorías son representativas de un concepto.



Como hemos visto, mientras los emblemas y las alegorías son de origen abstracto, los símbolos retienen un cierto parentesco visual con los objetos o servicios que representan y...

Así como los emblemas y alegorías fueron utilizados con mucha anterioridad, como ejemplo clásico tenemos el origen de la heráldica que fue el uso del totem, o sea, una serie de figuras que representaban algo y generalmente eran de origen animal o vegetal.

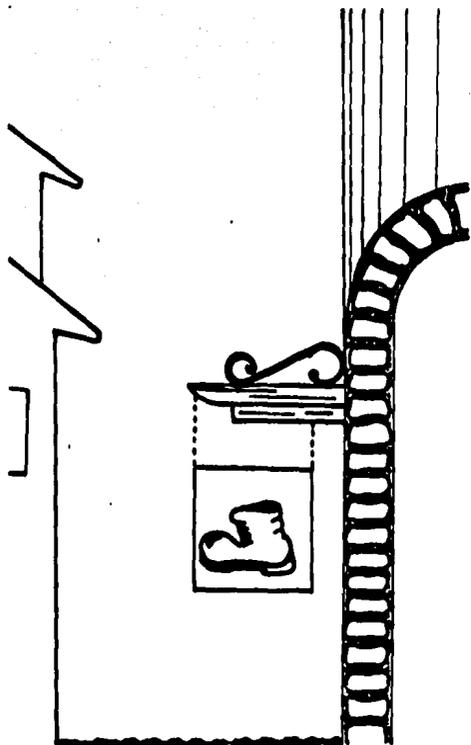




los emblemas tuvieron un enorme auge en la época de antaño porque el concepto de diseño solo estaba ligado a lo artístico, a lo estético y a lo rebuscado, como en el caso del escudo o blazón de la familia que, entre mayor elementos, eran de mayor alcurmia e interés y se le daba vuelo a la imaginación para crear dichas formas agradables a la vista y en el que cada elemento nos narraba una pequeña historia a manera de significado.



Dichas formas resultaban aún más onduladas y rebuscadas por el intercambio cultural debido a expediciones bélicas entre oriente y occidente.



Por otro lado las técnicas modernas de representación gráfica de hechos y figuras fueron descubiertos por Otto Newrath en los tempranos años veinte en Viena.

Y así pues, en el largamente analfabeto mundo premoderno, los símbolos pictóricos fueron los principales guías visuales para los extranjeros que llegaban a la ciudad y necesitaban encontrar tiendas, barberías, boticas, fondas, etc; y las imágenes visuales les eran de gran ayuda, como en la Edad Media lo fueron los carteles que colgaban a la entrada de los locales por medio de unos soportes llamados cartelias.

HIPOTESIS

Pero los tiempos han ido cambiando y existe la necesidad imperiosa de hacer una separación de utilidad tanto de los símbolos como de las alegorías y emblemas, así como analizar su funcionamiento en torno a unas bases teóricas que se quieren comprobar o ya han sido comparadas.

Así pues, un símbolo gráfico lo vamos a utilizar para identificar a una compañía o corporación, pues queda dentro de la rama de las ciencias de la comunicación, su funcionamiento estriba en que es símbolo de calidad del producto que representa o los servicios que presta y por último se transforma en un símbolo de promoción comercial o de servicio. Tiene sus bases en cuanto a que está originado a base de una figura geométrica básica, ya sea un círculo, cuadrado, triángulo y rectángulo generalmente.

Deben ser lo más sencillos y claros con significado objetivo y directo, porque solo debe expresar "una idea" y nada más, pues su función es eminentemente comercial.

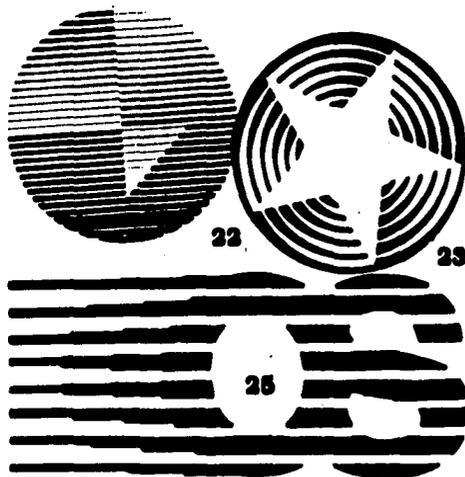
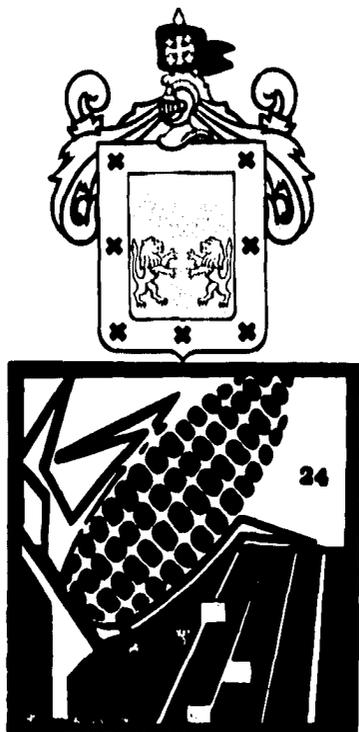


Por otro lado las alegorías tienen bases míticas, históricas, artísticas y ornamentales y funcionan hoy en la actualidad quitándoles un poco de la conformación técnica, esto es, que ya no solo sean ornamentales, se les puede dar un auge para cubrir algún fin específico, sin perder su esencia alegórica y de ser posible simplificarlas con los elementos característicos y poder estilizarlas pero con la conciencia de "no" quererla convertir en símbolo gráfico o ponerla en su lugar, pues se incurriría en un gran error pero si nos servirían para crear nuevos timbres acordes a la época y que reflejen una época más avanzada. Como escudo de alguna corporación religiosa, seguir remodelando blazones o crearlos y se vean actuales, en los ratpes españoles, en configuraciones de algo mitológico, anuncios y carteles de obras de teatro, carteles de carnaval, portadas de libros y revistas con una finalidad bien determinada. hay que tomar en cuenta que las alegorías y emblemas van ligadas al arte y no puede separarse de él, para eso fueron creadas para satisfacer necesidades artísticas y decorativas y porque no introducir alguna característica funcional.





Por último hay un factor muy importante, pues no es iluso pensar que al igual que el tiempo va recorriendo, las ciudades han crecido y los espacios libres disminuyendo, Y la publicidad ha aumentado y se multiplica día a día y todo con el afán de llamar la atención. Pero algunas empresas han incurrido en el error de utilizar alegorías o emblemas en el lugar de símbolos gráficos, creando una especie de publicidad barroca, por lo antes mencionado el estudio de análisis y crítica a las compañías les vislumbrará porque resulta mal el utilizar alegorías donde se deben utilizar símbolos y el porque del poco auge comercial y de popularidad entre el público consumidor (aportación visual y corporativa). Y a manera de complemento, un emblema funcionará, siempre y cuando no nos trate de definir un concepto como en las alegorías.



Solo queda esperar el futuro y que los símbolos, como las alegorías y los emblemas sigan su marcha al igual que las tendencias. Hoy la informática está dando el paso definitivo o mejor dicho decisivo a una evolución electrónica y computarizada en el Diseño Gráfico. Dentro de los símbolos los esfuerzos son grandes por llegar a estandarizar los más importantes símbolos gráficos para un nuevo idioma universal mediante una selección cuidadosa de diseño y educación.

APENDICE DE SIMBOLOS GRAFICOS

1.-	<i>Michel Tucker (Great Britain)</i>	Fig. 6
2.-	<i>Identificación de productos hechos de pura lana</i>	16
3.-	<i>Ventilación Equipamentos</i>	16
4.-		
	Prints Symbol	
	17	
5.-	<i>John Massey</i>	17
6.-	<i>a) Machinery Manufacturer b) M. Cotthausand Yungff</i>	25
7.-	<i>Folk song festival</i>	27
8.-	<i>Chemical Fertilizer</i>	30
9.-	<i>Mexicans de Aviación</i>	30,
		31,
		32,
		33
10.-	<i>Hans Neuberg (Switzerland)</i>	35
11.-	<i>Petroleum Refiner</i>	50
12.-	<i>a) Plassure Cruiselines b) Ken Parkhurst USA c) Princess Cruises</i>	50
13.-	<i>a) Local Governing Body b) Main Wolff and Partners</i>	51
14.-	<i>Trading Company</i>	51
15.-	<i>Play Boy Internacional</i>	52
16.-	<i>a) Wool Company b) Robert Raser</i>	53
17.-	<i>Pantene</i>	54
18.-	<i>a) Aquarium b) New England Aquarium</i>	53
19.-	<i>Nacional Cristaleria, S.A.</i>	57
20.-	<i>AU Petit Jean</i>	61

21.-	Galletera Mexicana, S.A.	62
22.-	Chemical Industry	65
23.-	Círculo del éxico	65
24.-	Facultad de Agricultura de la UAO	65
25.-	Operadores de Servicios	65

BIBLIOGRAFIA

SIGNOS, SIMBOLOS, MARCAS, SENALES.

FRUTIGES, ADRIAN

EDITORIAL: G C DISENO, MEXICO, D.F.

DICCIONARIO ENCICLOPEDICO

TOMO A - Z

EDITORIAL: QUILLET.

ENCICLOPEDIA UNIVERSAL

TOMO II

EDITORIAL: GROLIER.

ELEMENTOS DEL DISENO.

GILLAM, SCOTT.

EDITORIAL: VICTOR LERU S. R. L.

LOS PROBLEMAS DEL ARTE.

LANGER, SUSANNE.

EDITORIAL: INFINITO, BUENOS AIRES, ARG.

ESENCIA Y EFECTO DE CONCEPTO SIMBOLO.

ERNST, CASSIRER.

EDITORIAL: FONDO A LA CULTURA ECONOMICA.

DISENO ARTE Y FUNCION.

SOLANO DANCOSO, JESUS.

EDITORIAL: SALVAT.

EL DEVENIR DE LAS ARTES.

DORFLES, GILLO.

EDITORIAL: FONDO A LA CULTURA ECONOMICA.

DICCIONARIO PORRUA DE LA LENGUA ESPAÑOLA.

TOMO A - Z.

EDITORIAL: PORRUA HNAS, S. A.

GRAPHIC DESIGN, TECNICA Y PROGETTAZIONE.

HOHENNIGGER, ALFRED.

5a. EDICION.

EDITORIAL: ROMANA LIBRI ALFABETO.

ARTICULO DE ED BODNE VISIBLE LANGUAGE.

AUTUM, 1972.

ejemplos

EJEMPLOS GRAFICOS TOMADOS DE LOS SIGUIENTES
LIBROS:

MITOLOGIAS DE LAS ESTEPAS, BOSQUES Y DE LAS
ISLAS.

EDITORIAL: PLANETA.

BLASONES Y ALEGORIAS DE MEXICO.

EDITORIAL: ARTES DE MEXICO.

LIBROS MEXICANOS.

EDITORIAL: ARTES DE MEXICO.

SIGNOS, SIMBOLOS, MARCAS, SEÑALES.

FRUTIGER, ADRIAN

EDITORIAL: G G DISEÑO, MEXICO, D. F.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**