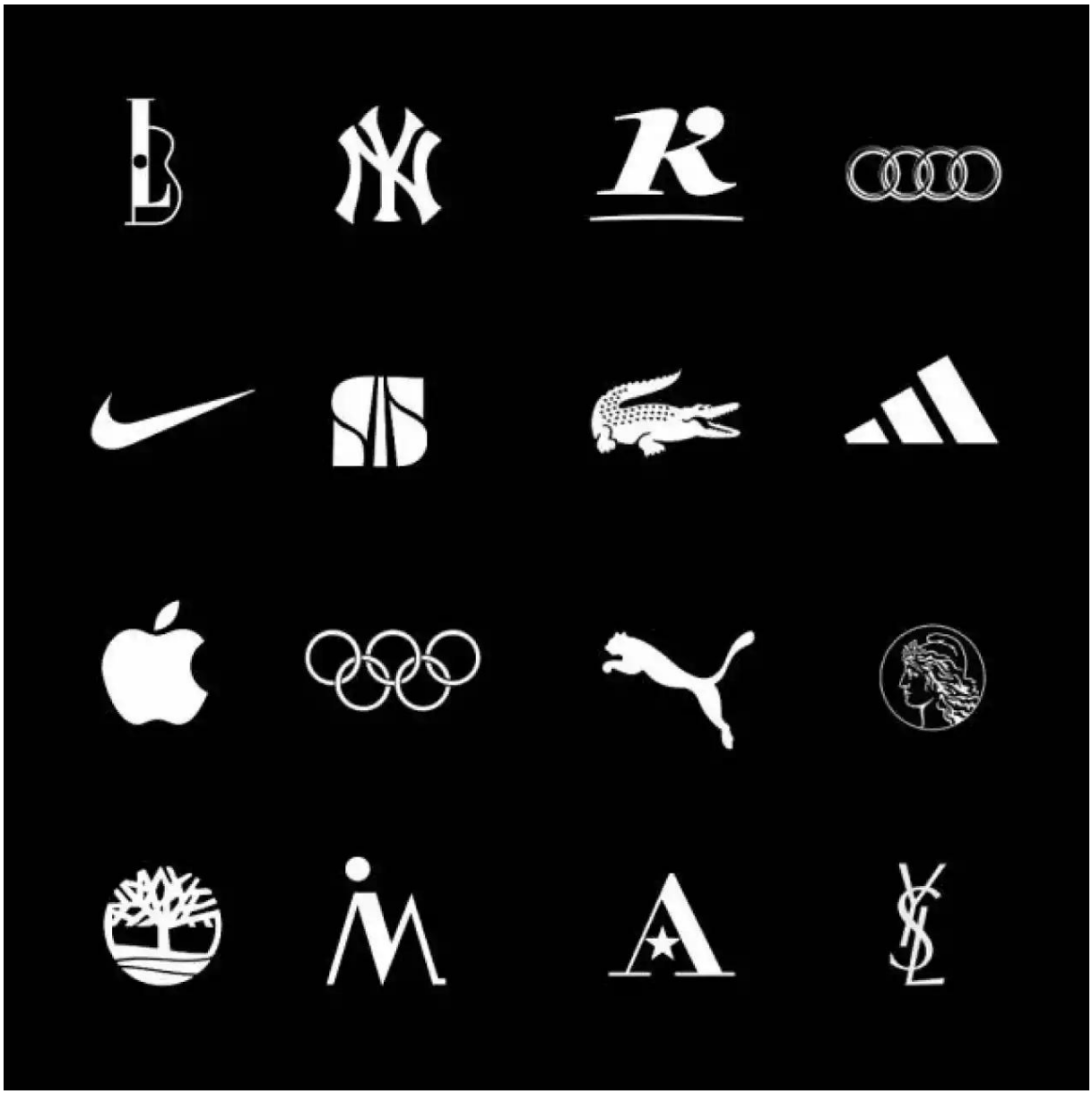
Tipologías de símbolos

Por Arnulfo Espinosa

Tan numerosos como los logotipos son los símbolos, signos con un potencial identificatorio que constituye un profuso universo, aparente infinito.



Las marcas gráficas constituyen un universo visual densamente heterogéneo en cuanto a diversidad de variantes y mixturas tipológicas. En esa pluralidad, son extraños los casos de identificadores que prescinden de logotipo. De hecho, la mayoría de las marcas gráficas son o

incluyen un logotipo.

Los símbolos gráficos también son numerosos, y tienen un potencial identificatorio igualmente fuerte. Cuando el símbolo acompaña al logotipo se convierte en una especie de sinónimo gráfico, con una ventaja que merece ser considerada: el símbolo resulta más versátil para sortear las barreras idiomáticas, ya que no está sujeto a los límites de la comunicación verbal. Esta es una de sus particulares aportaciones al proceso de «marcaje visual».

La enorme variedad de símbolos identificadores que se nos presentan en la vida cotidiana, constituye a su vez un profuso universo, rico en ejemplos de variadas cualidades formales y retóricas. Tan diverso percibimos ese universo, que podríamos llegar a la falsa conclusión de que es un conjunto tipológicamente infinito. Ciertamente la combinación de diferentes cualidades sígnicas como la tipología, el estilo y los recursos retóricos de cada signo, construye, a partir de la percepción del conjunto, la sensación de que se trata de caudal inagotable e inclasificable.

Sin embargo, es posible ordenar tipológicamente de modo simplificado ese universo aparentemente complejo. El ordenamiento es viable si empleamos un par de criterios clasificatorios resultantes de las cualidades intrínsecas de los símbolos. Cada criterio divide el campo en dos polaridades paradigmáticas opuestas, por lo que podríamos representarlos con un segmento de línea o eje. Analicemos los ejes detenidamente.

Eje figuración/abstracción

En los extremos de este eje podemos colocar dos grupos de símbolos: los que representan elementos de la realidad, símbolos figurativos (el árbol de Timberland) y los que no representan elementos de la realidad, símbolos abstractos (las tres líneas de Adidas).

Símbolos de Timberland y Adidas.

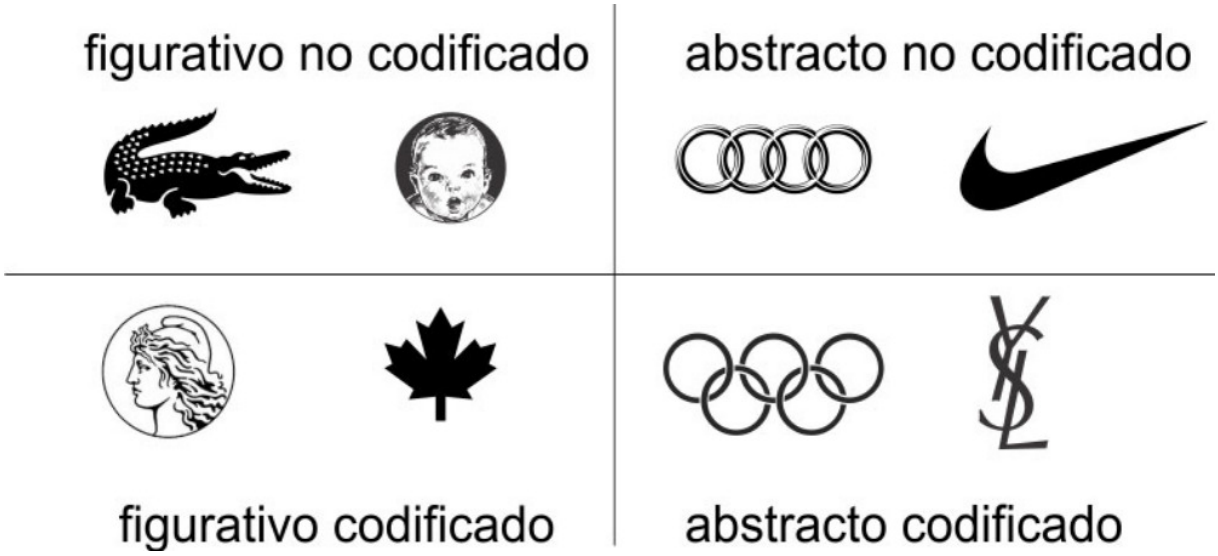
Eje codificado/no codificado

Antes de ser elegidos para identificar una entidad algunos signos ya operaban en el imaginario colectivo con un significado convencionalizado. La manzana mordida de Apple es

un ejemplo de signo codificado, en cambio el puma de PUMA, no lo es.

Símbolos de Apple y Puma.

Si cruzamos estos ejes, se generan cuatro espacios donde pueden agruparse los símbolos de semejante tipología, en cuatro conjuntos bien diferenciados: símbolos figurativos-codificados, símbolos figurativos-no codificados, símbolos abstractos-codificados y símbolos abstractos-no codificados.



Dentro del grupo de los símbolos abstractos codificados encontramos un subgrupo: aquellos que han sido diseñados a partir de caracteres de la escritura. Como es sabido, las letras son signos abstractos fuertemente codificados como sonidos; es decir, no representan ningún elemento de la realidad, sino que se han asociado a sonidos vocálicos o consonánticos en virtud de una convención. Por lo tanto son codificados y estos símbolos podríamos clasificarlos como abstractos codificados de tipo alfabético. En los ejemplos que a continuación aparecen podemos señalar como dato interesante la doble codificación del símbolo de los Yanquis de Nueva York: además de la codificación de los caracteres, la

composición entre ellos se corresponde también con un código ampliamente conocido: el monograma.

Símbolos de Yanquis de NY y KONFORT.

Casos mixtos

Otro elemento que complejiza la clasificación de los símbolos es la presencia de diversos casos mixtos o con algún grado de «mestizaje tipológico», que mezclan elementos gráficos de diferente naturaleza en un mismo símbolo identificador. Por ejemplo, el personaje de IBERMEDIA construido a partir de la las letras M e I, la guitarra de la Oficina Leo Brouwer, diseñada a partir de las iniciales L y B, la letra A con la estrella como travesaño de la Academia Cubana de la Lengua y la letra S de Autopistas del Sur de Francia.

Símbolos de Ibermedia, Oficina Leo Brouwer, Academia Cubana de la Lengua y Autopistas del Sur de Francia.

Publicado el 26/03/2015

ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/tipologias-de-simbolos