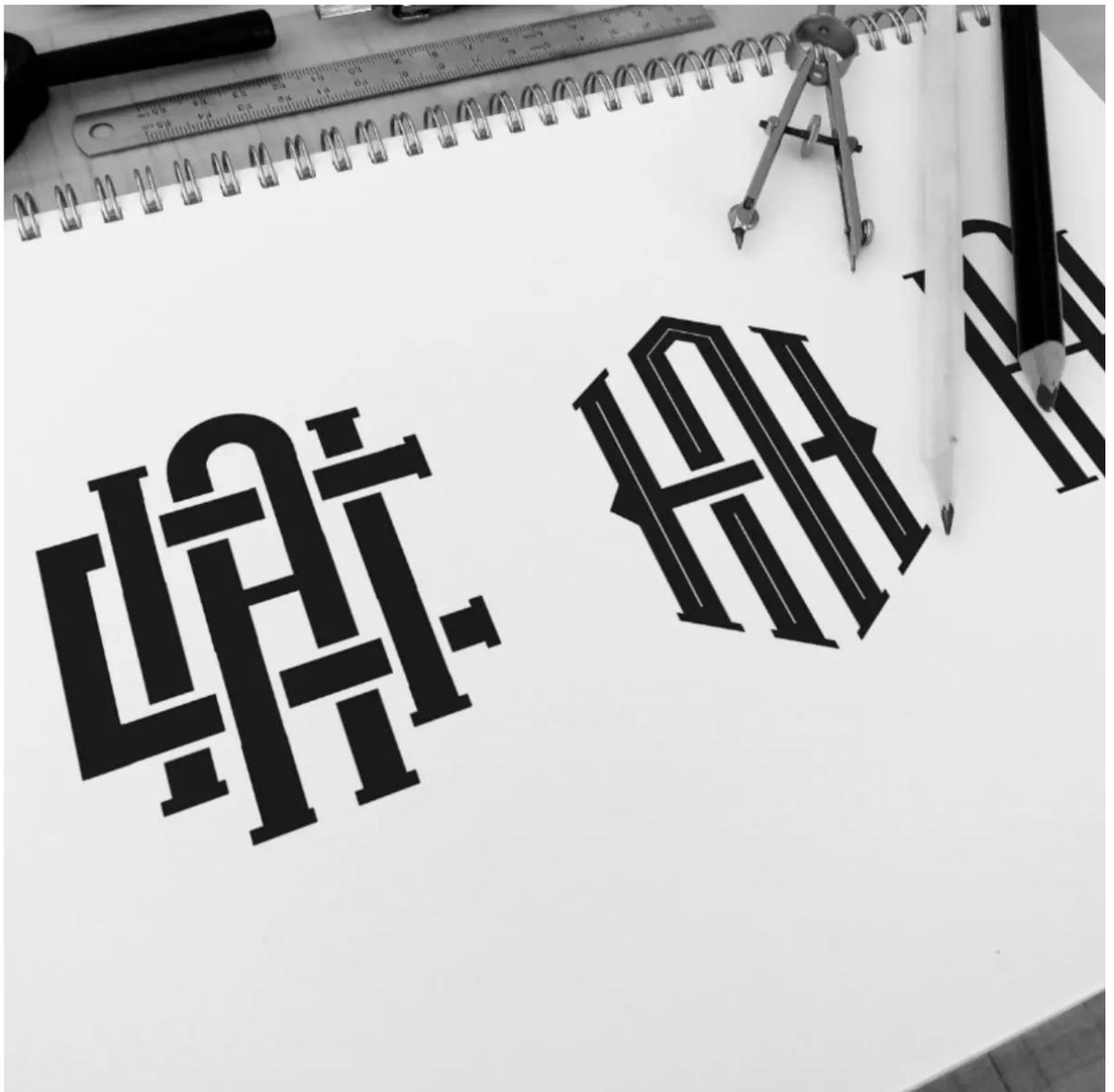


Tipos de monogramas en el diseño de marca

Por María Hurtado Abril

En este artículo desmenuzaremos el verdadero significado de los monogramas, con un enfoque de diseño de símbolo para marca.



Para este estudio se realizó una búsqueda extensa de monogramas en libros e internet. Se encontraron similitudes en algunos signos, se agruparon y se definieron categorías. Compartimos en este artículo las conclusiones de la

investigación.

En la actualidad el recurso gráfico del monograma es ampliamente utilizado como estrategia de marca por muchas organizaciones, lo encontramos desde negocios pequeños hasta grandes empresas. Comencemos analizando este término desde su etimología. La palabra «monograma» está formada con raíces griegas y significa «iniciales que se ponen como marca o sello». Sus componentes léxicos son: *monos* (solo, único, aislado) y *graphein* (grabar, escribir), más el sufijo *-ma* (resultado de la acción). Un monograma sería entonces un símbolo compuesto por uno o varios caracteres. Pero con esa definición no cubrimos el verdadero contexto del monograma utilizado como signo identificador. Proponemos la siguiente definición:

«Un monograma es un signo compuesto por una o varios caracteres alfanuméricos (números o letras), que se comportan como uno solo, y que no se pueden utilizar en forma separadas, pudiendo contener fondos y ornamentos adicionales».

Júlia Bóries Fachin, menciona que, desde sus inicios, la sociedad tiene la necesidad de diferenciarse entre personas o pueblos. Por ese motivo ha creado los monogramas para poder distinguirse. Los encontramos desde el comienzo en anillos y vasijas de barro con los sumerios en el mediterráneo.

Según Cynthia Brumback, los inicios del monograma van desde el siglo VI A.C. Fue en esa época cuando aparecen las primeras monedas marcadas con las iniciales de sus gobernantes. En aquel tiempo los líderes militares y ricos creaban monogramas para representar su poder y riqueza. Recién en la edad media los negocios y artistas comenzaron a identificar sus obras con monogramas.

Este recurso simbólico sigue utilizándose en la actualidad ampliamente, por lo que es pertinente indagar en el establecimiento de principios y conceptos relacionados con el monograma. A continuación, analizaremos las diferentes categorías encontradas, clasificadas en función del tratamiento gráfico de los signos. Cabe aclarar que estas categorías no son excluyentes, es decir que un mismo monograma puede ubicarse en más de una.

1. Monograma de caracteres entrelazados

Este tipo de monograma es el más común de los utilizados por empresas y agrupaciones. Se caracteriza por contener entre dos y tres caracteres entrelazados en forma de red. Las iniciales utilizadas pueden entretorse de manera sencilla o muy compleja, pero siempre creando este efecto de entrelazamiento.



Monogramas entrelazados de marcas famosas.

2. Monograma de caracteres fusionados

Son una propuesta más actual, poco o nulamente empleada en la antigüedad. Se genera compartiendo alguna parte de los caracteres. Por el tipo de operación puede dar lugar a problemas de legibilidad, pero si consideramos que en la mayoría de los usos estos signos van acompañados de logotipos que los explican, ese problema podría desaparecer.



Monogramas de caracteres fusionados (elaboración Propia).

3. Monograma simplificado

En este caso la fusión entre los caracteres permite omitir partes innecesarias de los mismos, dejando elementos clave de modo tal que se sigan percibiendo. Se puede confundir con el monograma fusionado, pero en este caso las partes no se encuentran dibujadas.



Monogramas simplificados (elaboración propia).

4. Monograma de caracteres separados

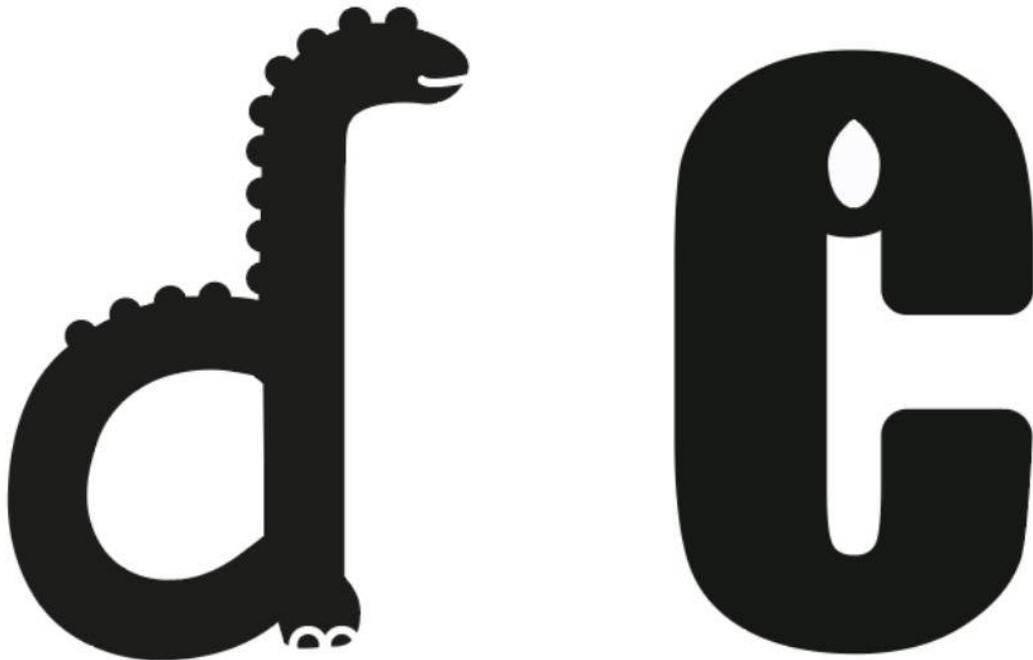
Aquí las iniciales no se tocan entre sí, sino que se encuentran separadas unas de otras. Son muy comunes en la antigüedad y actualmente. La integración se genera por la proximidad de los caracteres. Usualmente a este tipo de monograma se le agrega algún accesorio para unificar la composición o se distorsionan las letras para crear alguna forma reconocible, a modo de bloque.



Monogramas de caracteres separados (elaboración propia)

5. Monograma pictórico

Este tipo de monograma se generan de la fusión, unión o entrelazado de los caracteres, de modo tal que se genere un pictograma alusivo a un objeto o forma. En ocasiones el pictograma puede aparecer en la contraforma del carácter.



Monograma pictórico (elaboración propia).

Además de las categorías analizadas, cada monograma puede tener estilos diferentes como

caligráfico o lineal, orgánico o muy geométrico, todo dependerá de las características del trazo y de lo que se quiere proyectar.

Publicado el 17/10/2022

Bibliografía:

- Bóries Fachin, J. (2014). [*Identificación y uso de monogramas: Enfocado al monograma EH. Moda Palavra e-periódico*](#) (14), 111-125. ISSN.
- Brumbach, C. (2013). *The art of monogram*. Editorial Story Farm, Estados Unidos.
- Dondis, D. (1997). *La sintaxis de la imagen*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/tipos-de-monogramas-en-el-diseno-de-marca>

