

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación



**Estudio semiológico de los logotipos
utilizados durante los gobiernos de
Alfonso Portillo (2000 – 2004),
Oscar Berger (2004 – 2008)
y Álvaro Colom (2008 – 2012)**

Isidro Salvador Fuentes Godínez

Guatemala, julio de 2010

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Estudio semiológico de los logotipos utilizados durante los
gobiernos de Alfonso Portillo (2000 – 2004), Oscar Berger
(2004 – 2008) y Álvaro Colom (2008 – 2012)**

Trabajo de tesis presentado por:

Isidro Salvador Fuentes Godínez

Previo a optar el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora de tesis:

Licenciada María Gabriela Ruiz

Guatemala, julio de 2010



Director:
M.A. Gustavo Bracamonte

CONSEJO DIRECTIVO

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Lic. Julio Moreno
M.A. Fredy Morales

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES
Adriana Leticia Morataya Castañeda
Milton Giovanni Lobo

SECRETARIO

Lic. Axel Amílcar Santizo

TRIBUNAL EXAMINADOR

Licda. María Gabriela Ruiz (Presidenta)
M. Sc. Sergio Morataya (Revisor)
M.A. Otto Yela (Revisor)
M.A. Aracelly Mérida (Examinadora)
Lic. Jepzer Díaz (Examinador)
M.A. Gustavo Yela (Suplente)



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 30 de mayo de 2008
Dictamen aprobación 50-08
Comisión de Tesis

Estudiante
Isidro Salvador Fuentes Godínez
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado estudiante Fuentes:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo que acordó la comisión de tesis en el inciso 1.17 del punto 1 del acta 02-2008 de sesión celebrada el 30 de mayo de 2008.

1.17. Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al estudiante Isidro Salvador Fuentes Godínez, carné 9419321, el proyecto de tesis *ESTUDIO SEMIOLÓGICO DE LOS LOGOTIPOS UTILIZADOS POR LOS GOBIERNOS DE ALFONSO PORTILLO, (2000-2004), OSCAR BERGER (2004-2008) Y ALVARO COLÓM (2008-2012)*. B) Nombrar como asesor a: licenciada María Gabriela Ruiz.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AM/Eunice S.



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

266-09

Guatemala, 27 de octubre de 2009
Comité Revisor
Ref. CT-Akmg 59-2009

Estudiante
Isidro Salvador Fuentes Godínez
Carné **9419321**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Fuentes**:

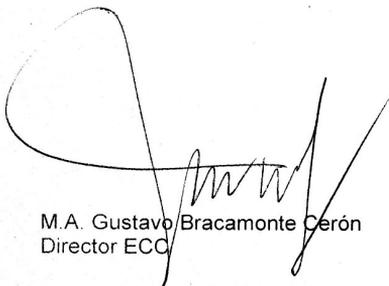
De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: *Estudio semiológico de los logotipos utilizados durante los gobiernos de Alfonso Portillo (2000-2004), Oscar Berger (2004-2008) y Álvaro Colom (2008-2012)*, previo a optar al GRADO DE LICENCIADO(A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Licda. María Gabriela Ruiz, Presidenta
M.Sc. Sergio Morataya, Revisor
M.A. Otto Yela, Revisor

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



M.A. Gustavo Bracamonte Cerón
Director ECC



M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor
archivo.
AM/GB/Eunice S.



Autorización informe final de tesis por terna revisora

Guatemala, 19 de marzo de 2010

M.A.
Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida:

Atentamente informamos a usted que el (la) estudiante Isidro Salvador Fuentes Godínez
_____ , carné 94 - 19321,

ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título final es:
Estudio semiológico de los logotipos utilizados durante los gobiernos de Alfonso Portillo
(2000 - 2004), Oscar Berger (2004 - 2008) y Álvaro Colom (2008 - 2012).

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M. Sc. Sergio Morataya
Nombre y firma

Miembro comité revisor


M. A. Otto Yela
Nombre y firma

Miembro comité revisor


Licda. María Gabriela Ruiz
Nombre y firma

Presidente(a) comité revisor



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

111-10

Guatemala, 22 de abril de 2010
Tribunal examinador de tesis/
orden de impresión
Ref. CT-Akmg- No. 08-2010

Estudiante
Isidro Salvador Fuentes Godínez
Carné **9419321**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Fuentes**:

Por este medio nos dirigimos a usted para informarle que se autorizó la impresión de su trabajo de investigación con el título ESTUDIO SEMIOLÓGICO DE LOS LOGOTIPOS UTILIZADOS DURANTE LOS GOBIERNOS DE ALFONSO PORTILLO (2000-2004), OSCAR BERGER (2004-2008) Y ÁLVARO COLOM (2008-2012), previo a optar al GRADO DE LICENCIADO(A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

El tribunal examinador esta integrado por:

Licda. María Gabriela Ruiz, presidenta.
M.Sc. Sergio Morataya, revisor.
M.A. Otto Yela, revisor.
M.A. Aracelly Mérida, examinadora.
Lic. Jepzer Díaz, examinador.
M.A. Gustavo Yela, suplente.

Diez tesis impresas deberá entregarlas en la Secretaría de la Escuela para que se fije la fecha del examen privado de graduación; seis tesis y dos cd's en formato PDF en la Biblioteca Flavio Herrera; dos tesis y un cd en formato PDF en la biblioteca central de esta casa de estudios.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.A. Gustavo A. Bracamonte C.
Director ECC



M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de tesis



Copia: archivo
AM/Eunice S.

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfonos: (502) 2476-9926
(502) 2443-9500 extensión 1478
Fax: (502) 2476-9938
www.comunicacionusac.com.gt



Gracias a tí:

Dios mío y señor mío, por darme la vida.

Por mi madre Ofelia Godínez, mi inspiración y ejemplo para alcanzar mis metas y para quien va dedicado este triunfo. Sea este una pequeña recompensa a su esfuerzo y ejemplo de perseverancia.

Gracias por mi familia: Salvador Fuentes, mi padre, mis hermanos: Sandro (Q.E.D.) Betty y Julio; por mis sobrinas: Josselinne, Valeska y Marlen.

*Gracias por los profesionales que fortalecieron mi vida y contribuyeron en mi formación académica:
Cuerpo docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y en especial a la Licenciada Gabriela Ruiz*

Por mis amigos y compañeros quienes formaron parte de mi vida estudiantil y seguramente seguirán siendo parte de mi vida profesional.

Por las personas a las que no nombro, pero agradezco de todo corazón su ayuda, cariño y amistad y sobre todo por formar parte de mi vida.

**Para efectos legales, el autor es
el único responsable del
contenido de este documento**

Índice

Resumen.....	i
Introducción.....	ii

Capítulo I

1 Marco Conceptual.....	4
1.1 Título del tema.....	4
1.2 Antecedentes.....	4
1.3 Justificación.....	5
1.4 Planteamiento del problema.....	6
1.5 Alcances y límites.....	7

Capítulo II

2 Marco teórico.....	8
2.1 Semiología.....	9
2.1.1 Mensaje Lingüístico.....	10
2.1.2 Función de Anclaje.....	10
2.1.3 Función de relevo.....	10
2.1.4 Connotación.....	11
2.1.5 Denotación.....	11
2.1.6 El signo.....	12
2.1.5.1 Significante.....	12
2.1.5.2 Significado.....	12
2.2 Manual de Normas Gráficas.....	12
2.2.1 El logotipo.....	13
2.2.1.1 Partes del logotipo.....	14
2.2.2 Imagen corporativa.....	15
2.2.3 Color.....	15
2.2.3.1 Psicología del color.....	15
2.2.3.2 Cualidades del color.....	16

2.2.3.3 El peso.....	16
2.2.3.4 Cualidades tonales.....	16
2.2.3.5 El valor llamativo.....	16
2.2.4 Tipografía.....	17
2.2.4.1 Funcionalidad.....	18
2.2.4.2 Legibilidad.....	18
2.3 Gobierno de Guatemala.....	18
2.3.1 Historia política de Guatemala.....	21
2.3.2 Los tres poderes del Estado.....	22
2.3.2.1 El Organismo Legislativo.....	22
2.3.2.2 El Organismo Ejecutivo.....	22
2.3.2.3 El Organismo Judicial.....	23
2.3.3 Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República.....	23
2.3.3.1 Oficinas de comunicación social y/o relaciones públicas de las instituciones gubernamentales.....	24

Capítulo III

3 Marco Metodológico.....	25
3.1 Método Descriptivo.....	25
3.1.1 Definición de las categorías de análisis.....	26
3.2 Objetivos.....	29
3.2.1 General.....	29
3.2.2 Específicos.....	29
3.3 Técnica.....	30
3.4 Instrumento.....	30
3.4.1 Guía de análisis semiológico.....	30
3.4.2 Guía de análisis de elementos de diseño gráfico.....	32
3.5 Población.....	33
3.6 Procedimiento.....	33

Capítulo IV

4	Análisis de resultados.....	34
4.1	Logotipo uno.....	34
4.2	Logotipo dos.....	41
4.3	Logotipo tres.....	50
4.4	Cuadro resumen que evidencia los elementos semiológicos utilizados en los logotipos.....	60
	Conclusiones	61
	Recomendaciones	63
	Bibliografía	64

Resumen

Título:

Estudio semiológico de los logotipos utilizados durante los gobiernos de Alfonso Portillo, Oscar Berger y Álvaro Colom.

Planteamiento del problema:

¿Qué elementos semiológicos y aspectos básicos de diseño gráfico, se aplicaron en la elaboración de los logotipos de los gobiernos de Alfonso Portillo, Oscar Berger y Álvaro Colom?

Procedimiento:

Se recopiló información conceptual en: bibliotecas, Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República e Internet; se analizaron los elementos semiológicos y aspectos básicos del diseño gráfico, mediante guías de análisis.

Resultados Obtenidos:

Los tres logotipos hicieron uso de los elementos semiológicos a través de las funciones de anclaje, relevo, denotación y connotación. Además también se tomaron en cuenta los aspectos básicos del diseño gráfico como: psicología del color, composición y tipografía lo cual facilitó trasladar el mensaje del emisor.

Conclusiones:

Los logotipos estudiados aplicaron la semiología en su elaboración, además en dos de ellos fueron bien aplicados varios de los aspectos del diseño gráfico, lo cual permitió crear mensajes específicos y sobre todo facilitó posicionar la imagen del gobierno de turno en la mente de los ciudadanos guatemaltecos.



Introducción

Los logotipos gubernamentales se han venido utilizando desde hace varios años, uno de los primeros en utilizarlo fue el general Enrique Peralta Azurdia (1963-1966) y años más tarde también lo utilizó Marco Vinicio Cerezo Arévalo (1986-1990).

En los últimos gobiernos se ha institucionalizado cada vez más el uso de este recurso y cada vez con más regulaciones para su uso, además se han eliminado los logotipos de las demás instituciones del Estado.

Por lo anterior, se hace necesario el presente estudio, el cual tiene como propósito entender cuál es el verdadero mensaje de cada logotipo y cómo la utilización de estos íconos, en determinado caso, persuaden a quienes los observan.

El capítulo uno se enmarca en los antecedentes, justificación, planteamiento del problema y describe los alcances y limitaciones utilizados para construir el presente estudio.

En el capítulo dos, se plantea una serie de temas que sirven de sustento teórico; los cuales están ligados a la temática del modelo utilizado. (Combinación de los modelos de Roland Barthes y Umberto Eco), además describe temas relacionados al diseño gráfico, los cuales permitieron comprender el por qué se utilizaron determinados elementos en la elaboración de cada logotipo.

El capítulo tres contiene: la explicación del método semiológico, la hipótesis, las variables, los objetivos que se persiguieron, los instrumentos que validan dicho trabajo, los cuales encausaron la dirección correcta de la tesis.



La parte medular del estudio lo constituye en el capítulo cuatro; el cual contiene el análisis de cada uno de los logotipos y explica detalladamente su aplicación a la vez que presenta una conclusión parcial del estudio, buscando con ello facilitar la comprensión y el por qué de la forma de cada logotipo.

Por último están las conclusiones y recomendaciones. Las conclusiones son una respuesta a las preguntas que provocaron la investigación, mientras que las recomendaciones se constituyen en sugerencias, tanto para las personas involucradas en la creación de los logotipos, como para los receptores de los mensajes transmitidos a través de este medio.



CAPÍTULO I

1. Marco conceptual

1.1 Título del tema

Estudio semiológico de los logotipos utilizados por los gobiernos de Alfonso Portillo, Oscar Berger y Álvaro Colom.

1.2 Antecedentes

La utilización de logotipos por parte de los gobernantes guatemaltecos existe desde hace varios años. Uno de los primeros en utilizarlo fue el militar Enrique Peralta Azurdía (1963-1966) y pese a ser uno de los gobiernos que más publicidad gráfica realizó, este elemento aparecía solamente en la publicidad del gobierno central más no en la de las demás instituciones del estado.

En los gobiernos sucesivos ya no se usó este recurso, fue hasta el gobierno de Marco Vinicio Cerezo Arévalo (1986-1990) que nuevamente se utilizó. Tampoco lo utilizaron los tres gobernantes posteriores y nuevamente apareció durante la administración de Alfonso Portillo Cabrera (2000 - 2004), quien además instituyó un manual de normas gráficas, el cual regulaba la utilización del mismo.

Durante los gobiernos posteriores se fortaleció el uso de este elemento gráfico y fue durante la administración de Álvaro Colom (2008 - 2012) donde se eliminaron los logos de las demás instituciones del estado y dejaron solamente el del gobierno central.

Hasta la fecha no existe ningún estudio semiológico o análisis de la iconografía de estos logotipos. Sin embargo, se hicieron análisis sobre otros temas que pudieron tener alguna vinculación, como por ejemplo la tesis de Juan Manuel Guay, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San

Carlos de Guatemala, la cual tituló "Análisis Semiológico de la Iconografía de las Portadas de la revista Crónica" en la cual el autor analizó y explicó aspectos como la denotación, connotación y anclaje de la diagramación de las portadas de esta revista.

Por su parte Mónica Carina Lemus, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en su tesis titulada "Análisis del Discurso Político de Alfonso Portillo", hizo un análisis del contenido de los discursos promulgados, durante su campaña presidencial, previo a convertirse en Presidente de la República.

Ana Cristina Saravia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, analizó la iconografía de la propaganda política realizada a través de vallas; argumentando que los políticos buscan persuadir a la población, buscando con ello, captar la atención, simpatía y apoyo de los receptores.

1.3 Justificación

En los últimos períodos gubernamentales de Guatemala, se han venido utilizando iconos para la elaboración de un logotipo que identifique al Gobierno central, lo que hace necesario contar con un estudio semiológico y conocer algunos aspectos básicos de diseño gráfico que se aplican en el mismo, con la finalidad de que quienes los observen, conozcan el significado de cada componente utilizado.

Un logotipo elaborado en base a un fundamento teórico, tiene la capacidad de persuadir o manipular, Ochoa dice: (2006:p.25) que "La persuasión es un mecanismo de control, es hacer que otros hagan lo que nosotros queremos que hagan". Esto quiere decir que si el receptor es persuadido, estará reaccionando de acuerdo a como el emisor quiere que reaccione, en este caso

si la población guatemalteca es persuadida, reaccionará de acuerdo a cómo los gobernantes quieren que reaccionen.

Entender el significado de dos manos estrechándose, utilizado por el gobierno de Alfonso Portillo; el de siluetas de personas unidas en forma circular utilizado por Oscar Berger o el de cuatro manos en diferentes posiciones y colores, utilizado por el gobierno de Álvaro Colóm; permitió comprender desde el análisis, los elementos semiológicos y los aspectos básicos de diseño gráfico, el mensaje del Gobierno.

1.4 Planteamiento del problema

¿Qué elementos semiológicos y qué aspectos básicos de diseño gráfico, se aplicaron en la elaboración de los logotipos de los gobiernos de Alfonso Portillo, Oscar Berger y Álvaro Colom?

El objeto de estudio del presente proyecto, fue analizar cómo los gobernantes hicieron uso de un logotipo para transmitir mensajes persuasivos, aplicando elementos semiológicos y elementos de diseño gráfico.

Ahora ¿Por qué fue necesario realizar un estudio semiológico de la iconografía de estos logotipos? Porque actualmente no existe ningún análisis que muestre a los guatemaltecos y guatemaltecas el mensaje real que encierran los logotipos gubernamentales.

Es importante recordar que en los últimos períodos gubernamentales del país, se ha utilizado un logotipo como elemento principal de la imagen de los gobiernos, constituyéndose éste en elemento indispensable de la "propaganda" gubernamental, el cual a su vez puede facilitar la comunicación entre gobierno y población.

1.5 Alcances y límites

Se realizó un estudio semiológico de la iconografía de los logotipos utilizados como imagen de Gobierno de los tres últimos periodos gubernamentales en Guatemala. El primero, fue utilizado por el gobierno de Alfonso Portillo (2000-2004), el segundo el de Oscar Berger Perdomo (2004-2008) y el último por Álvaro Colom Caballero (2008-2012).

El estudio se hizo sobre material editado por la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, entidad encargada de editar, elaborar, implementar y supervisar la correcta utilización del logotipo de acuerdo a cada período de gobierno.

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

Para realizar el presente estudio fue necesario conocer las teorías de varios semiólogos, con la finalidad de encontrar las más adecuadas. Entre ellos: Barthes, Saussure, Bolio, Pierce y Eco entre otros, las cuales sirvieron de base teórica para sustentar el mismo.

Luego de conocer algunos modelos semióticos, lo conveniente fue utilizar una combinación de las teorías de Umberto Eco; con los modelos teóricos de Roland Barthes.

Para Barthes (1993:p.10) "La semiología es una aventura, es decir lo que me adviene (lo que me viene del significante)" y Eco sostiene que: (1986:p.28) la semiótica estudia todos los procesos culturales como procesos de comunicación.

También fue conveniente analizar los elementos desde el punto de vista de los fundamentos del diseño gráfico. Según (<http://www.cristalab.com/tutoriales/126/fundamentos-del-diseno-grafico>) "El diseño gráfico no sólo cumple con la función de embellecer un lugar, sino que está concebido a partir de un proceso de creación, con el objetivo de cumplir con una función práctica en especial, a diferencia de las artes".

Otros elementos que se analizaron por su importancia e integración al análisis fueron: La composición, el color y la tipografía.

Según (http://teocomsu.net84.net/3_1.html) "La teoría comunicacional que explica mejor el problema que el presente estudio plantea, se basó en la corriente estructuralista, que se centra más en el receptor, en su contexto y en su código;

y los medios ya no son creadores ni anuladores, sino solamente recordadores y transmisores de imágenes que ya todos conocemos y aceptamos por igual en sociedad. Sin embargo, el mensaje carece de importancia; lo que importa son las sensaciones e ideas que éste provoca sobre el individuo”.

A continuación se listan los conceptos considerados importantes para el desarrollo del presente estudio:

2.1 Semiología

Sobre semiología se han escrito varias definiciones, para efectos del presente estudio se mencionan algunos de los conceptos más importantes.

*** Según Barthes: (1993: p.10)**

La semiología es una ciencia, una disciplina, una escuela, un movimiento con el que identifico mi propia persona.

*** Según Greimas: (1990: p.50)**

El objeto de la semiótica es el de mostrar al mundo y cómo lo organiza al humanizarlo. Su dominio abarca todos los universos significantes en cuanto que tienen sentido para el hombre, debido a que están formados por una estructura, la cual es necesario elucidar. El mundo es un lenguaje y no una colección de objetos.

*** Según Eco: (2000: p.35)**

Un ente del cual se infiere la presencia o la existencia pasada y futura de otro ente. Una proposición constituida por una conexión válida y reveladora del consecuente.

*** Según Velásquez: (2006: p. 20)**

La semiótica o semiología se ocupa de todos los sistemas de signos y de todos

los aspectos de la realidad que puedan transmitir mensajes.

2.1.1 Mensaje lingüístico

Es todo mensaje transmitido entre personas por medio de: palabras, frases, diálogos, etc., generalmente con el propósito de transmitir información, en este caso en particular se refiere a los textos utilizados en la estructura de cada logotipo.

2.1.2 Función de Anclaje

Velásquez dice: (2006: p.124) La función de anclaje fija o aclara cuál es el sentido en el que se utiliza la imagen. Esto significa que una imagen genera una cadena flotante de significados de los cuales el receptor puede escoger la que le parezca más adecuada. Esta función permite aclarar de todos los significados posibles cual es más adecuado.

Por su parte Barthes menciona que: (http://www.4shared.com/file/109649477/defb506f/Barthes_Roland_-_Retorica_de_I.html?s=1) "Toda imagen es polisémica; implica, subyacente a sus significantes, una de significados, entre los cuales el lector puede elegir algunos e ignorar los otros". "Es evidente, además, que en publicidad el anclaje puede ser ideológico, y esta es incluso, sin duda, su función principal: el texto guía al lector entre los significados de la imagen, le hace evitar algunos y recibir otros, y a través de un dispatching (envío) a menudo sutil, lo teleguía hacia un sentido elegido con antelación". El anclaje es un control; frente al poder proyectivo de las figuras y tiene una responsabilidad sobre el empleo del mensaje.

2.1.3 Función de Relevo

Sobre la función de relevo Barthes dice: (http://www.4shared.com/file/109649477/defb506f/Barthes_Roland_Retorica_de_I.html?s=1) "Que aquí la palabra (casi siempre un trozo de diálogo) y la imagen están en una relación complementaria".



“Las palabras, al igual que las imágenes, son entonces fragmentos de un sintagma más general y la unidad del mensaje se cumple en un nivel superior. “Poco frecuente en la imagen fija, esta palabra -relevo- se vuelve muy importante en el cine, donde el diálogo no tiene una simple función de elucidación, sino que, al disponer en la secuencia de mensajes, sentidos que no se encuentran en la imagen, hace avanzar la acción en forma efectiva”.

“Las dos funciones del mensaje lingüístico pueden evidentemente coexistir en un mismo conjunto icónico, pero el predominio de una u otra no es por cierto indiferente a la economía general de la obra. Cuando la palabra tiene un valor diegético de relevo, la información es más costosa, puesto que requiere el aprendizaje de un código digital (la lengua); cuando tiene un valor sustitutivo (de anclaje, de control), la imagen es quien posee la carga informativa”.

2.1.3 Connotación

En palabras de Eco (2000:p.93) “Lo que constituye una connotación en cuanto tal es el hecho de que esta se establece parasitariamente a partir de un código precedente y que no puede transmitirse antes de que se allá denotado el contenido primario”. La connotación se refiere entonces al significado personal o individual de una palabra. Es el mensaje lingüístico en si, es decir, que significa una palabra para quien la está interpretando.

2.1.4 Denotación

Barthes dice (1993:p.76) Es un sistema cuyo plano de expresión esta constituido por un sistema de significación... Cuyo primer sistema lo forma el lenguaje articulado. Mientas que Eco la define como: (1986:p.84) Modalidad elemental de una significación alegada por el referente. Y quizás la definición más clara la da Velázquez quien dice (2006:p.64) Es el significado inmediato que el código asigna a un término en una cultura y en un contexto.



Por lo tanto la denotación se puede resumir como. El significado real y objetivo de una palabra, es decir de manera específica para determinada cultura en la que no interfiere la interpretación personal.

2.1.5 El signo

Definir signo puede ser complejo, en nuestro entorno pueden existir gran cantidad de signos de acuerdo a lo que para nosotros signifique cada cosa, vidrios rotos a la orilla de la carretera puede ser signo de que allí ocurrió un accidente, una persona vestida de negro por la mañana puede ser signo de que se dirige a un funeral. Los signos los encontramos en todos lados, Greimas (1990:p.376) dice "El signo es una unidad del plano de la expresión, constituida por la función semiótica, es decir, por la relación de presuposición recíproca (o solidaridad) que se establece entre las magnitudes del plano de la expresión y del plano del contenido (o significado) durante el acto del lenguaje."

El signo a su vez tiene dos componentes: el significante y el significado.

2.1.5.1 Significante

Es la sustancia material de signo, la manera de manifestarse. Velásquez (2006:p.45), constituye lo que vemos, lo que oímos sin ir más allá, sin buscar los componentes de cualquier elemento. Lo percibimos por cualquiera de nuestros sentidos, oído, tacto, gusto, olfato o la vista.

2.1.5.2 Significado

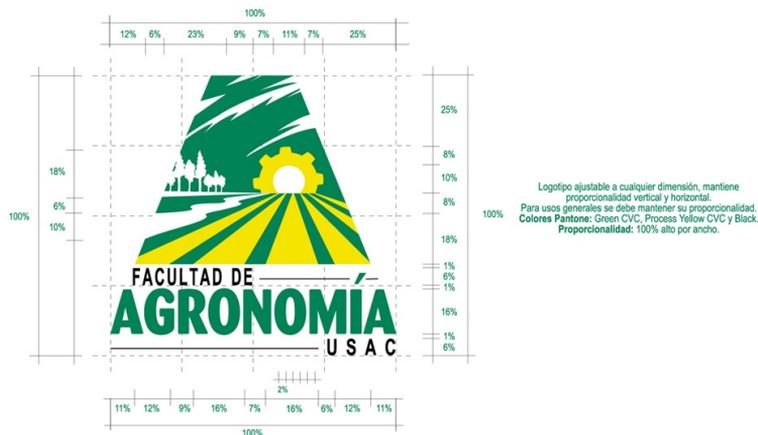
Es la idea o el concepto mental que evoca el significante, es necesariamente, una idea, un concepto mental nunca es algo concreto. Velásquez (2006:p.46).

2.2 Manual de normas gráficas

El manual de normas gráficas es un documento que contiene los lineamientos bajo los cuales se utiliza determinada marca, su base es el logotipo a partir



del cual se definen la correcta elaboración de documentos gráficos o audiovisuales.



Este documento explica como se debe utilizar el logotipo, sus proporciones, versiones, símbolo, marca, etc. También proporciona ejemplos de formas incorrectas de uso. Además contiene la guía de los colores y sus respectivos pantones, la tipología principal y la secundaria.

Como elemento extra puede contener la correcta utilización de la línea gráfica en la papelería oficial, artículos promocionales, señalización, uniformes, pintura interior y exterior de los edificios, etc.

2.2.1 El logotipo

El logotipo no es más que la representación gráfica de una marca, empresa o entidad que busca posicionarse en la mente de su público. Bert (1991:p.136) sostiene que “Se trata de un símbolo que debe identificarse con la casa comercial a la que representa en cualquier sitio en el que aparezca”. Los logotipos de los tres períodos gubernamentales cumplen esa función, cada uno de distinta manera pero sin perder de vista el propósito para el que fue creado.

La creación del logotipo de una marca es parte esencial de su imagen. El conceptualizar mediante la sintetización de algo real por medio de líneas, colores, siluetas y formas para darle personalidad a la marca es trascendental. Según Swann (1993:p.100). "El concepto creado para el logotipo de una empresa es perseguido rigurosa e implacablemente por el diseñador, que tiene que explorar cada faceta de las operaciones de la empresa para crear un cuadro que pueda condensarse en un sencillo medio de comunicación".

El logotipo debe ser utilizado de forma correcta, de lo contrario no tendrá el impacto deseado y tampoco logrará posicionarse en el mercado; restándole imagen a la marca.

2.2.1.1 Partes del logotipo

Se puede decir que el logotipo está constituido por dos partes. La primera es el "nombre o marca" formado por la parte textual del logotipo o sea la parte fónica del mismo.

La segunda es el "Isotipo o icono" formada por grafismos relacionados al tema que pueden ser formas, colores, siluetas, etc. Como lo explica (<http://www.forovecindadgrafica.com/showthread.php?t=11393>) Isotipo se refiere a la parte, generalmente icónica o más reconocible de la disposición espacial en diseño de una marca ya sea corporativa, institucional o personal.



2.2.2 Imagen corporativa

Para la imagen de los gobiernos el concepto de imagen corporativa es de suma importancia. Este tema engloba varios aspectos relacionados con la utilización de unidad grafica de una empresa o institución la cual que debe mantenerse tanto interna como externamente.

En palabras de Swann (1993:p.100) La imagen corporativa de la empresa debe describir las mejores cualidades de su actividad y su director ha de buscar el estilo del logotipo apropiado, del cual pueda estar orgulloso.

De tal manera que la correcta utilización de la imagen corporativa facilitará el posicionamiento de la marca en la mente de las personas, además será la principal herramienta para dar a conocer la empresa.

2.2.3 Color

Según el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua el color es: Sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda (http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=color).

En términos más sencillos se puede decir que el color es la parte llamativa de la imagen, además es un mecanismo conductor de mensajes.

2.2.3.1 Psicología del color

El color tiene la cualidad de hacernos reaccionar. Es el elemento que le da vida al diseño. La explotación de los contrastes, el uso de armonías adecuadas, degradados, mezclas, intensidad, tonalidad y peso, pueden causar reacciones emotivas en el perceptor, por lo tanto la selección del color adecuado es un punto muy importante en la elaboración de logotipos.



2.2.3.2 Cualidades del color

El color tiene varias cualidades que son las que determinan como funcionarán dentro de una composición, Mejía (1991:p.44) sostiene que: “El color tiene un valor simbólico en varias circunstancias, desde la salud natural hasta la medicina, desde la política hasta los deportes, este valor sugiere una serie de asociaciones” entonces, los colores serán fundamentales para darle personalidad a una composición, para ello es necesario tomar en cuenta cualidades como: el peso, las cualidades tonales, y el valor llamativo.

2.2.3.3 El Peso

Este efecto se nota cuando la utilización de un determinado color hace parecer más pesado o más liviano un diseño, esto puede hacerse utilizando colores fríos o calidos, dependiendo del efecto que queremos conseguir en un diseño, Mejía (1991:p.43) dice: “Los tonos fríos y claros parecen más livianos y menos substanciales. Los tonos cálidos y oscuros parecen más pesados y densos.”

2.2.3.4 Cualidades tonales

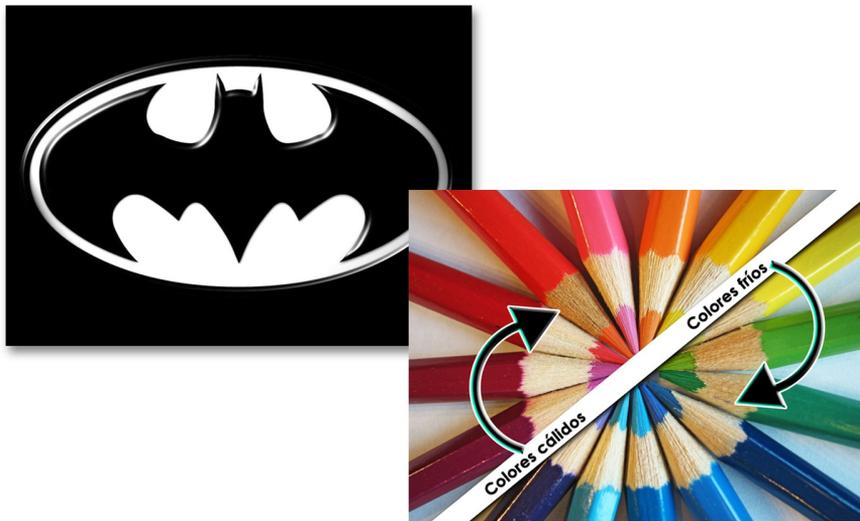
Mejía (1991:p.43) hace una clasificación de tres cualidades tonales en el color: “El Valor: que se refiere a la cantidad de claridad u oscuridad, de blanco o negro que un tono posee. El Matiz: es la primera cualidad del color, precisamente por ser la característica que nos permite diferenciar un color de otro. El matiz se emplea como sinónimo de color. La intensidad: trata de que tanto se aleja o se acerca un color de ser puro.”

2.2.3.5 El valor llamativo

El elemento más llamativo en una pieza de diseño definitivamente es el color, si el material que observamos contiene colores llamativos rápidamente atraerá nuestra atención, por el contrario si el material carece de este elemento o su combinación de colores no es adecuada pasará desapercibido.



Los colores cálidos por lo general son los más llamativos, el rojo es el de mayor valor, mientras que los colores fríos son los menos llamativos. Los contrastes de colores, como el que se da entre: morado y amarillo o blanco y negro, puede darle mayor valor llamativo a una composición.



2.2.4 tipografía

Según Braham (1991: p.100) La tipografía será concebida como un “sistema” que recoge y combina determinados tipos de letras que, por su legibilidad y sus connotaciones formales armonizan con los signos de identidad y sirven al concepto gráfico.

La selección de la tipografía para la elaboración de logotipos o cualquier pieza de diseño es fundamental, se dice que si la selección de la fuente es idónea está resuelto la mitad de la pieza que se está diseñando.

La tipografía debe seleccionarse de acuerdo a la personalidad que pretende

proyectar la empresa o institución, para lo cual se deben tomar en cuenta dos aspectos importantes del tipo de letra como los son: la funcionalidad y la legibilidad.

2.2.4.1 Funcionalidad

La funcionalidad radica en seleccionar un tipo de letra con características físicas como: grosor, remates, ángulos, etc., las cuales deben ser legibles a una distancia razonable.

Según Mejía (1991) La letra por si misma puede expresar ideas o reforzar el significado de las palabras, la familia de letras que se use debe ser adecuada al diseño, por ejemplo si queremos expresar actualidad, mecanismo, estabilidad, lo más conveniente será utilizar un tipo de letra de la familia Palo Seco, si por el contrario lo que queremos es dinamismo y velocidad utilizaremos un tipo de letra cursiva.

2.2.4.2 Legibilidad

La legibilidad va de acuerdo con la funcionalidad del tipo de letra seleccionado, de nada sirve seleccionar un bonito tipo de letra si no es legible, la dificultad para leer un texto hace que la persona abandone su intento por entender lo que se le presenta y se aleje.

También es importante tomar en cuenta factores como: tamaño de la letra, espacio entre letras, interlineado y su posible calidad al momento de la impresión.

2.3 Gobierno de Guatemala

El sistema gubernativo guatemalteco es de tipo democrático, en el cual sus autoridades son electas para períodos de cuatro años. Mediante el voto popular.

Los personajes principales son el presidente y el vicepresidente de la república,

quienes a su vez nombran a un consejo de ministros, secretarios y asesores, ellos son los encargados de ejecutar programas y proyectos en beneficio de la población.

Los ministerios son los siguientes:

Ministerio de Gobernación: Le corresponde asegurar los recursos humanos, garantizar la seguridad, el orden interno, la preservación de los bienes públicos y privados, el pleno respeto a los derechos humanos amparados en la Constitución Política de la República, mancomunado todo ello, con la seguridad del Estado y sus instituciones.

Ministerio de Finanzas Públicas: Es el responsable de fijar y desarrollar las políticas que regulan la Administración Financiera de los recursos del Estado, de administrar en forma eficiente, equitativa y racional el Presupuesto de Ingresos y Egresos del Estado.

Ministerio de Educación: Le corresponde lo relativo a la aplicación del régimen jurídico concerniente a los servicios escolares y extraescolares para la educación de los guatemaltecos y guatemaltecas.

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación: Le corresponde atender los asuntos concernientes al régimen jurídico que rige la producción agrícola, pecuaria e hidrobiológica, así como aquellas que tienen por objeto mejorar las condiciones alimenticias de la población.

Ministerio de Economía: Le corresponde hacer cumplir el régimen jurídico relativo al desarrollo de las actividades productivas no agropecuarias, del comercio interno y externo y de la protección al consumidor.

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social: Le corresponde formular políticas y hacer cumplir el régimen jurídico relativo a la salud preventiva y curativa; las acciones de protección, promoción, recuperación y rehabilitación de la salud física y mental de los habitantes del país, y a la preservación higiénica del medio ambiente.

Ministerio de Trabajo y Previsión Social: Le corresponde hacer cumplir el régimen jurídico relativo al trabajo, la formación técnica, profesional y la previsión social; a través de formular la política laboral, salarial y de salud e higiene ocupacional del país.

Ministerio de la Defensa Nacional: Formular las políticas y hacer cumplir el régimen jurídico relativo a la defensa de la soberanía y de la integridad del territorio nacional, ser el conducto de comunicación entre el Presidente de la Republica y el Ejército, constituir el centro general directivo, orgánico y administrativo en cuanto concierne al Ejército, atender lo referente a la jerarquía, disciplina, instrucción y salubridad de las tropas y lugares de acuartelamiento.

Ministerio de Energía y Minas: Le corresponde atender lo relativo al régimen jurídico aplicable a la producción, distribución y comercialización de la energía e hidrocarburos, así mismo la explotación de los recursos mineros.

Ministerio de Cultura y Deportes: Le corresponde lo relativo al régimen jurídico aplicable a la conservación y desarrollo de la cultura guatemalteca.

Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales: Le corresponde hacer que se cumpla el régimen concerniente a la conservación, protección, sostenibilidad y mejoramiento del ambiente y los recursos naturales en el país.

Ministerio de Relaciones Exteriores: Le corresponde la formulación de

las políticas y la aplicación del régimen jurídico relativo a las relaciones del Estado de Guatemala con otros Estados y personas o instituciones jurídicas de derecho internacional y la representación diplomática del Estado.

2.3.1 Historia política de Guatemala como antecedente

Guatemala siempre estuvo en manos de militares, prácticamente desde sus comienzos como República, quienes accedían al poder a través de frecuentes revoluciones o golpes de Estado. Durante la vida política de nuestro país existieron mandatarios con muchos años en el poder, por ejemplo el caso de Justo Rufino Barrios (1873-1885) o el de Manuel Estrada Cabrera (1898-1920) y el de Jorge Ubico (1931-1944) entre otros. Todos ellos militares con métodos de gobierno dictatorial.

Fue con la entrada al poder de Juan José Arévalo, quien con el apoyo de los partidos Renovación Nacional y Frente de Liberación Popular; promulgó una nueva Constitución Política de la República poniendo en marcha reformas sociales internas. Arévalo logró terminar su período gubernamental y en noviembre de 1950 se celebraron elecciones populares las cuales fueron ganadas por Jacobo Arbenz Guzmán (1951 - 1954), quien asumió el poder y por poner en práctica políticas en contra de la United Fruit Company, compañía bananera de capital estadounidense, fue derrocado y asumió el poder el coronel Carlos Castillo Armas, quien fue nombrado presidente provisional el 8 de julio 1954, paralizando de inmediato las acciones emprendidas por el gobierno de Arbenz.

Luego de ese período de gobierno, Guatemala volvió a sufrir períodos gubernamentales militares y quedó sumida en un conflicto armado interno de 36 años; afectando de gran manera el desarrollo del país.

Fue hasta diciembre de 1985 cuando se celebraron elecciones populares, en esa ocasión fue el demócrata-cristiano Vinicio Cerezo, quien llegó al poder y



con ello se inició el proceso de cambiar de gobiernos militares a gobiernos democráticos.

Sucesivamente se han venido celebrando elecciones cada cuatro años. Todos los períodos gubernamentales se han cumplido, con excepción del de Jorge Serrano Elías (1990 – 1993), quien abandonó el poder luego de un autogolpe de Estado. Tomó su lugar Ramiro De León Carpio (1993 -1996), quien fue nombrado por el Congreso de la República, para cumplir el período restante.

Luego de De León, por la presidencia han pasado cuatro presidentes más, Álvaro Arzú, Alfonso Portillo, Oscar Berger y el actual mandatario Álvaro Colom.

2.3.2 Los tres poderes del Estado

El Estado guatemalteco se encuentra articulado en función de tres poderes independientes: el Organismo Legislativo, el Organismo Ejecutivo y el Organismo Judicial. La subordinación entre los mismos está prohibida.

2.3.2.1 El Organismo Legislativo

Corresponde al Congreso de la República, compuesto por 158 diputados electos por el sistema de distritos electorales y un 25% a través del listado nacional, para un período de cuatro años. Las principales atribuciones del Congreso de la República son decretar, derogar y reformar las leyes; aprobar, modificar o rechazar el Presupuesto General de Ingresos y Gastos del Estado; decretar impuestos; decretar amnistía por delitos políticos y comunes conexos; efectuar las operaciones relativas a la deuda externa y aprobar antes de su ratificación tratados internacionales que afecten a las leyes o a la soberanía nacional.

2.3.2.2 El Organismo Ejecutivo

El Organismo Ejecutivo se encuentra integrado actualmente por el Presidente, que es el jefe de Estado, el Vicepresidente, los ministros y los viceministros.



Entre las principales atribuciones del Presidente se encuentran coordinar, en Consejo de Ministros, la política de desarrollo del país y presentar al Congreso de la República el presupuesto general de ingresos y gastos del Estado; dirigir la política exterior y las relaciones internacionales, celebrar, ratificar y denunciar tratados y convenios internacionales; proveer la defensa y seguridad de la nación, para lo cual ejerce el mando de las fuerzas armadas y de toda la fuerza pública. Nombrar y cesar a los ministros, viceministros, entre otros.

2.3.2.3 El Organismo Judicial

Se encuentra integrado por la Corte Suprema de Justicia, las Cortes de Apelaciones, los Juzgados de Primera Instancia y los Juzgados de Paz. A estos tribunales les corresponde en exclusiva la potestad de juzgar y promover la ejecución de lo juzgado. En el ejercicio de la función jurisdiccional el poder judicial es independiente, como lo son los magistrados y jueces entre sí y frente a otras autoridades.

Los magistrados de la Corte Suprema de Justicia y de las cortes de apelaciones son electos por el Congreso de la República para cumplir periodos de cinco años. El Congreso realiza la elección de un listado presentado por las comisiones de postulación, integradas por representantes de las universidades del país, el Colegio de Abogados y el Organismo Judicial. Los jueces son nombrados por la Corte Suprema de Justicia. (<http://www.estuderecho.com/documentos/intalderecho/000000997908dcc08.html>).

2.3.3 Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República

Es la dependencia del Estado a la que le corresponde servir como vínculo de información con los medios de comunicación social, formular, coordinar y ejecutar la política de comunicación del Gobierno de la República.

Dentro de sus objetivos y fines institucionales está; divulgar, difundir e informar las actividades, planes, programas, proyectos y realizaciones del Presidente de la República y del plan de gobierno. (<http://www.estuderecho.com/documentalderecho/000000997908dcc08.html>).

2.3.3.1 Oficinas de comunicación social y/o relaciones públicas de las instituciones gubernamentales

Cada institución gubernamental cuenta con una oficina de Comunicación Social y/o Relaciones Públicas, que tiene como función principal, servir de enlace entre su dependencia y el mundo exterior, velando siempre por la adecuada utilización de la imagen institucional, proyectada en sus respectivos logotipos.



CAPÍTULO III

3. Marco Metodológico

3.1 Método Descriptivo

La presente tesis se sustenta a través de un método descriptivo, mediante el análisis cualitativo de la combinación que hace Velásquez (2006) de un modelo fusionado de los semiólogos Barthes y Eco.

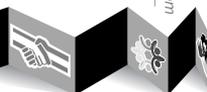
Dentro de los elementos que nos propone Eco para aplicar en dicho análisis sobresalen:

- Registro visual
 - Denotaciones
 - Connotaciones
- Registro verbal
- Relaciones entre los dos registros

Mientras que Barthes se fundamenta en la coexistencia de textos lingüísticos e icónicos y propone tres niveles de análisis:

- Mensaje lingüístico
 - Función de anclaje
 - Función de relevo
- Mensaje denotado
- Mensaje connotado

Utilizar la combinación de estos modelos permitió conocer los componentes básicos del logotipo; es decir, analizar cada elemento desde su estructura mínima hasta la composición en su conjunto.



3.1.1 Definición de las categorías de análisis

a) Mensaje Lingüístico:

Es un conjunto de palabras, frases, diálogos, etc. Utilizados para transmitir un mensaje, construido por un emisor con una intención predeterminada, elaborado a base de un código de fácil interpretación por un receptor.

b) Función de Anclaje:

Su función es fijar o aclarar el sentido en el que se utiliza un mensaje lingüístico con relación a la imagen y evitar así una interpretación errónea por parte del receptor. También es utilizado para despertar el interés de un grupo determinado a través de tipos de letra, colores, formas, tamaños, etc.

El mensaje lingüístico ayuda al lector a interpretar correctamente el significado de una imagen, le evita interpretaciones incorrectas y lo conduce hacia el significado elegido previamente. El anclaje es una forma de control frente a la diversidad de mensajes que puede transmitir una figura.

c) Función de Relevo

Esta función busca completar lo que la imagen no puede transmitir a cabalidad. Proporciona información que relaciona la parte lingüística con la parte icónica, es decir que traslada otros significados que la imagen no cubre, para lo cual el contexto de la imagen juega un papel muy importante, facilita la ubicación del receptor, además permite aclarar y trasladar el significado real del logotipo.

d) Mensaje Denotado

Es la exposición de las palabras o frases que componen el mensaje lingüístico sin que interfiera la interpretación arbitraria del receptor. O sea la parte textual del logotipo.



e) Mensaje Connotado

La connotación se refiere a las diversas interpretaciones que se pueden hacer de un mensaje, pero que a pesar de ser personales o individuales, están sujetos a códigos sociales.

f) Relación entre mensaje denotado y connotado

La relación radica en que el receptor relaciona lo escrito de forma literal con la interpretación que el pueda hacer del texto, lo que le permite unificar ambas interpretaciones que al cotejarlas le facilitan realizar una lectura correcta de los textos de cada logotipo.

g) Mensaje Icónico

Los logotipos son uno de los medios más utilizados para transmitir mensajes a través de iconos. El mensaje icónico está constituido por imágenes o signos que hacen referencia a algo real.

h) Mensaje Denotado

Es la presentación de los elementos del logotipo tal cual son, sin que el receptor interfiera con una interpretación subjetiva. La denotación muestra los componentes para que el receptor los pueda apreciar sin emitir juicio alguno.

i) Mensaje Connotado

Por el contrario el mensaje icónico connotado se refiere a la interpretación de cada uno de los elementos del icono para luego analizarlos en conjunto, desde luego esta interpretación puede ser individual o colectiva, pero debe estar basada en un código social que facilite al emisor su elaboración y al receptor la interpretación del mensaje.

j) Relación entre los mensajes denotado y connotado

La relación es fundamental, esto le permite al receptor realizar una lectura

completa de los iconos que componen el mensaje y al emisor le facilita manipular los elementos de tal manera que le permite trasladar ideas fáciles de entender a un público determinado.

k) Relación de Mensaje Verbal e Icónico

Esta relación le da la posibilidad al emisor de unificar el mensaje verbal (los textos) con el icónico (las imágenes) relacionándolos entre sí, a la vez con su contexto lo cual le permite comprender la idea general transmitida por medio de una pieza gráfica.

l) Psicología del color

Los colores pueden afectar psicológicamente y producir ciertas sensaciones sobre la persona que los observa. Sin embargo, estas percepciones dependen de la cultura de cada individuo o sociedad. La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana.

m) Composición

La composición se define como la distribución armónica de los elementos que componen un diseño, aprovechando el espacio y evitando la saturación a la vez tratando de desarrollar el material con las características deseadas.

En la composición intervienen varios elementos: peso, equilibrio, simetría, ritmo, aire y movimiento y su correcta utilización permite realizar un material estéticamente atractivo y sobre todo eficaz.

n) Tipografía

La tipografía la componen los tipos de letra utilizados en la realización de un diseño. Sus diferentes características como: legibilidad, diseño de la letra, familia, grosor, tamaño, etc. Fortalecen o refuerzan el contenido del texto, por el contrario



si la selección no es la más adecuada el contenido podría salir afectado.

o) Conclusión preliminar

La idea principal de realizar este estudio es proponer una forma sencilla de conocer detalladamente cuál es el mensaje real de cada uno de los logotipos. Gracias a la combinación de los modelos de Umberto Eco y Roland Barthes y ayudados por el análisis de algunos aspectos del diseño gráfico, es posible conocer el significado y la razón de la utilización de ciertos elementos en la composición de cada logotipo. Esto permite comprender el mensaje implícito y cuál es la intención del emisor al construirlos de determinada manera.

La conclusión preliminar en sí, es el resultado final del análisis que se hace de cada logotipo, además constituye una forma de dictaminar la eficacia de este elemento gráfico.

3.2 Objetivos

3.2.1 General

Realizar un estudio semiológico de los logotipos utilizados durante los gobiernos de Alfonso Portillo, Oscar Berger, y Álvaro Colom.

3.2.2 Específicos

- Analizar los logotipos utilizados por los gobiernos de Alfonso Portillo, Oscar Berger y Álvaro Colom como elemento principal de su imagen visual.
- Especificar cual de los logotipos estudiados respetaron los aspectos básicos del diseño gráfico.



- Reconocer qué tipo de mensajes transmiten los logotipos gubernamentales.
- Identificar la utilización de elementos gráficos propios del país y si estos, facilitan la creación de logotipos.
- Realizar un cuadro resumen que evidencie los elementos semiológicos utilizados en los logotipos.

3.3 Técnica

La técnica seleccionada para realizar esta tesis consistió en: La recopilación bibliográfica y documental y debido a que el análisis se hizo sobre materiales ya editados, se realizó un análisis de contenido, para ello se aplicaron dos instrumentos los cuales fueron: la guía de análisis estructurada y la guía de análisis de elementos de diseño gráfico.

3.4 Instrumento

Fichas bibliográficas, Modelo de Análisis Semiológico y Guía de análisis de elementos de diseño gráfico.

3.4.1 Guía de análisis semiológico

Forma de uso:

En la primera parte se colocaron datos de información básica de cada logotipo, lo cual no necesitó análisis y sirvió únicamente como referencia.

Logotipo utilizado	Imagen "jpeg" del logotipo que se utilizó.
Periodo de gobierno	De que fecha a que fecha.
Presidente de turno	Nombre del presidente de turno.
Variantes del logotipo	Modificaciones gráficas que sufrió cada logotipo.

En la segunda parte se analizó cada elemento del logotipo, siguiendo los pasos establecidos en la combinación de los modelos de Eco y Barthes.

Mensaje lingüístico
Función de Anclaje
Función de Relevo
Mensaje Denotado
Mensaje Connotado
Relación de ambos

Mensaje Icónico:
Función de Anclaje
Función de relevo
Denotación
Connotación
Relación de ambos

Relación de Mensaje Verbal e Icónico

3.4.2 Guía de análisis de elementos de diseño gráfico

Los elementos de diseño gráfico que se analizaron en cada logotipo fueron los siguientes:

Psicología del color	
✓	Analizar cada color utilizado
Composición	
✓	Peso
✓	Equilibrio
✓	Simetría
✓	Ritmo
✓	Aire
✓	Movimiento
Tipografía	
✓	Familia
✓	Legibilidad
✓	Diseño de la letra
✓	Grosor
✓	Tamaño
✓	Altas y bajas

Para finalizar se realizó una conclusión preliminar, la que resume el resultado del estudio de cada logotipo.



3.5 Población

La población la constituyó la iconografía utilizada durante los tres períodos gubernativos que han existido en el país desde el año 2000 a la fecha, no se extrajo muestra debido a que se analizaron todos los logotipos existentes.

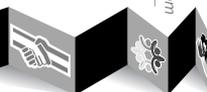
3.6 Procedimiento

Se obtuvo información bibliográfica y electrónica, se visitó la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República, quien proporcionó una muestra de los logotipos de los últimos tres períodos gubernamentales del país.

Se seleccionó la sistematización metodológica, a través de la cual se cumplieron los elementos del presente estudio, concluyendo con la guía utilizada.

El modelo semiológico, permitió analizar cada uno de los elementos del logotipo, lo que al final generó la conclusión parcial que permitió conocer el significado de cada uno de ellos, como un complemento a conocer y entender qué es lo que cada gobernante está tratando de comunicar con la utilización del mismo.

Para finalizar el estudio se presentaron las conclusiones y recomendaciones básicas para: creativos y estudiantes de Ciencias de la Comunicación, actores políticos y para la población en general.



CAPÍTULO IV

4. Análisis de resultados

4.1 Logotipo uno

**un gobierno
que trabaja
con usted**



Logotipo utilizado:	 <p>un gobierno que trabaja con usted</p>
Período de gobierno:	Del 14 de enero del 2000 al 14 de enero del 2004.
Presidente de turno:	Licenciado Alfonso Antonio Portillo Cabrera.
Variantes del logotipo:	Este logotipo se mantuvo sin modificación alguna, tampoco existieron otros logotipos que representaran al gobierno central.

Mensaje lingüístico: “Un gobierno que trabaja con usted”.

Función de relevo: Esta función fue vital para la correcta interpretación del mensaje del logotipo, el texto completó justamente lo que con la imagen no se alcanzó a transmitir, cuando se menciona la palabra “trabajo” verbo que representa la acción de la frase, nuestra mente se concentra en una actividad física, la cual no está representada gráficamente por lo tanto fue indispensable explicarlo por medios lingüísticos.

También aparecen dos palabras más: “Gobierno” y “usted” que sí están representadas gráficamente por el grafismo de las manos estrechándose, las cuales también hicieron uso de la función de relevo al utilizar el texto como complemento de la imagen.

Mensaje denotado: Es el texto que compone la parte lingüística del logotipo “un gobierno que trabaja con usted”.

Mensaje connotado: La connotación de la frase utilizada en este logotipo

transmitió el mensaje de que las autoridades de este periodo de gobierno trabajaron en beneficio de la población, a la par de la gente que los eligió; buscando el beneficio de todos.

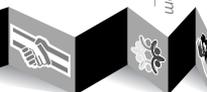
Independientemente de la jerarquía de las palabras, la connotación hace referencia a que este gobierno trabajó con usted, la frase “con usted” refiere igualdad entre gobernantes y gobernados e hizo que el pueblo se sintiera respaldado por un gobierno popular y no por un gobierno de clase superior.

Relación entre mensaje denotado y connotado: La relación de ambos mensajes lo explica el texto del logotipo el cual se refiere a un trabajo de unidad, donde el emisor transmite un mensaje de trabajo en conjunto entre pueblo y gobernantes.

Mensaje icónico: El mensaje icónico lo constituyó la representación gráfica de dos manos estrechándose, matizadas por los colores de la bandera nacional, azul y blanco.

Función de anclaje: Esta función se da cuando el mensaje lingüístico “un gobierno que trabaja con usted” ayuda a interpretar el mensaje icónico conformado por dos manos estrechándose, mensaje que hace referencia a una actividad de trabajo en conjunto. Aunque estrecharse las manos en nuestra sociedad puede tener varios significados, el texto del logotipo no permite que nuestra mente tome otra dirección que no sea la de trabajo en conjunto.

El contexto también jugó un papel muy importante en el anclaje del logotipo, la utilización de los colores de la bandera apelaron al nacionalismo del guatemalteco lo que le facilitó al emisor fijar en la mente del receptor la imagen que utilizó para transmitir su mensaje.



Mensaje denotado: El icono de este logotipo lo formaron las figuras de dos manos estrechándose, cada una dividida en tres franjas: dos de color azul y una central en blanco.

Mensaje connotado: En nuestra sociedad es común estrecharse las manos por diversos motivos, quizás el más importante es cuando se utiliza para demostrar amistad. Sin embargo, en este logotipo fue utilizado para simbolizar un pacto de trabajo entre dos socios; por un lado los gobernantes y por el otro el pueblo, acto que también sirvió para representar unión e igualdad entre ambos grupos.

Otro elemento que favoreció la connotación del icono es el color, ya que para su construcción utilizaron los colores de la bandera azul y blanco lo que representa identidad nacional para el guatemalteco.

En contraste está la utilización del color negro en la tipografía que le da fuerza a la imagen y favorece la personalidad del logotipo.

Relación entre los mensajes denotado y connotado: La relación entre ambos mensajes se observó en el manejo de la imagen y el color, es evidente que utilizar la figura de dos manos estrechándose como signo de unidad y los colores nacionalistas hicieron que el guatemalteco se identificara con más facilidad con el logotipo.

Relación entre los mensajes verbal e icónico: Al estudiar por separado los elementos utilizados en ambos mensajes del logotipo, al unir sus significados y al realizar una lectura general, se comprende que el mensaje implícito es de trabajo en conjunto entre el gobierno de Alfonso Portillo y el pueblo de Guatemala.

Psicología del color: Para la realización de este logotipo se utilizaron tres

colores: blanco, azul y negro. Según la cromatología el negro no es considerado como un color, pero debido a su aplicación en esta pieza y para los usos del presente estudio se analizaron algunos aspectos importantes de este matiz.



- **El azul:** Aproximadamente el 75% del color del icono de este logotipo es azul, en este caso un azul con gran cantidad de blanco lo que lo hace aproximarse al color celeste. Es considerado un color frío, gracias a los valores de sus componentes se le puede asociar con el agua clara y el cielo azul, la confianza, la serenidad y la pulcritud, entre otros. En este caso su utilización se asocia con el color principal de la bandera nacional.
- **El Blanco:** Es el color que menos se utiliza en la composición del logotipo, es el que más sensibilidad posee frente a la luz y crea una impresión luminosa de vacío positivo, es utilizado para representar: pureza, inocencia, fe, paz e higiene y al igual que el celeste en este caso es utilizado por ser uno de los dos colores de nuestra bandera.

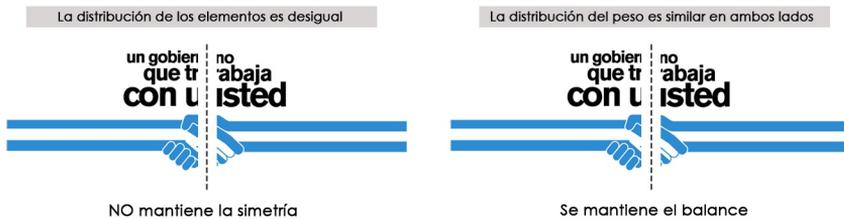
Para la elección de estos colores se le dio poca importancia a la psicología del color, el azul-celeste y el blanco fueron seleccionados

por el nacionalismo que representa para los guatemaltecos y la utilización de estos matices favoreció un resultado más efectivo.

- **El negro:** Fue utilizado únicamente en la tipografía y su utilización le da fortaleza a la misma, a la vez que se le asocia con el poder, la seguridad y seriedad, lo cual refuerza el contenido lingüístico del logotipo.

Según la cromatología el negro no es considerado color, por el contrario representa la ausencia del mismo. Sin embargo, fortalece y favorece la personalidad de este logotipo.

Composición: En general no fue un logotipo simétrico, pero su balance se mantuvo gracias a la buena distribución de sus textos y la posición del icono. Fue un logotipo estático, con poco movimiento pero con aire suficiente para realizar una lectura agradable y comprensible.



Tipografía: La fuente utilizada es de la familia “Palo seco” la cual no tiene remates y sus astas al igual que sus curvas son simétricas, fuertes y anchas, es un tipo de fuente utilizado para transmitir sensación de poder, fortaleza, seguridad, rectitud, integridad, etc.

A pesar de ser un tipo de fuente formal mantiene movimiento, lo que le quita rigidez y la hace armoniosa.

El tamaño de los textos se manejó de tal manera que la palabra de mayor importancia se colocó en primer plano y se refería a la persona que recibía el material (usted) transmitiendo la idea de que está persona era la más importante para el gobierno.

La fuente es legible, el interlineado fue el adecuado y el color ayudó a fortalecer la connotación del tipo.

Conclusión preliminar: Es un logotipo gráficamente bien construido. La idea principal fue fácil de entender y la selección de los elementos utilizados fue adecuada, esto facilitó su memorización y su posicionamiento fue relativamente sencillo.

Los signos utilizados son elementos con los que el ciudadano guatemalteco se identifica con facilidad, el lenguaje es comprensible y los colores ayudaron a reforzar la idea principal del mensaje de gobierno.

Es un logotipo sencillo pero eficaz, con el cual el gobierno central transmitió un mensaje de fortaleza, honradez, seguridad, rectitud e integridad y gracias a una elaboración adecuada y a la buena utilización de los signos se logró integrar la idea principal que se grava con facilidad en la mente del observador.

Estéticamente es atractivo, llama la atención y transmite el mensaje con relativa facilidad, es la imagen gráfica de un gobierno. En resumen logró el objetivo para el que fue creado.

4.2 Logotipo dos

**¡Vamos
Guatemala!**



**Unidos por
un mejor país**



Logotipo utilizado:	
Período de gobierno:	Del 14 de enero del 2004 al 14 de enero del 2008.
Presidente de turno:	Licenciado Oscar Berger Perdomo.
Variantes del logotipo:	Este logotipo sufrió varias modificaciones aunque el signo principal se mantuvo, fue en los últimos meses de este gobierno que fue sustituido por el escudo nacional. Estos son algunas de las modificaciones:
	

Mensaje lingüístico: ¡Vamos Guatemala! Unidos por un mejor país.

Función de anclaje: El anclaje en este logotipo se dio mediante la utilización de la palabra “Unidos” con el icono que representó justamente esa acción. Fue esta la imagen que utilizó el presidente Berger para representar gráficamente la unidad a la que se refiere el mensaje lingüístico utilizado en su logotipo.

Esta función también fue notoria en el uso de algunos elementos como: los colores, la cantidad de figuras utilizadas para la construcción del símbolo y las características de los tipos de fuente, aspectos que fortalecieron el significado grupal del logotipo.

Mensaje denotado: El mensaje denotado del logotipo está compuesto por dos frases. ¡Vamos Guatemala! y Unidos por un mejor país.

Mensaje connotado: La connotación lingüística del logotipo estaba dividida en dos partes. La primera frase fue motivacional, ¡Vamos Guatemala! tenía como función despertar el ánimo de los guatemaltecos. A pesar de ello, estas palabras pareciera que estaban dirigidas a un país y no a sus ciudadanos, pero en realidad buscaba manipular el subconsciente del receptor provocando una reacción positiva que le hiciera actuar positivamente en beneficio del país.

La connotación de la segunda frase: “Unidos por un mejor país” apelaba al sentido de unión de los seres humanos, e invitaba a los guatemaltecos a trabajar en conjunto; lo que les permitiría tener un mejor país.

Es importante mencionar que la connotación de ambas frases no sugería unificar el “trabajo” del gobierno con el de la gente, tampoco sugiere lo contrario, pero si buscaba la unidad entre guatemaltecos.

Relación entre mensaje denotado y connotado: El contenido del mensaje denotado fue claro y gracias a la connotación de ambas frases al igual que la del icono, su sentido fue más amplio del que se lee a simple vista, para ello fue necesario relacionar ambos mensajes lo que facilitó comprender el mensaje real del emisor.

En este caso en particular se puede decir que la relación de las dos frases buscó despertar el ánimo del ciudadano guatemalteco, a la vez que lo invitó a unirse y trabajar en beneficio del país.

Mensaje icónico: El mensaje icónico lo formaron seis imágenes que personificaban figuras humanas, cada una formada por un arco, el cual



representaba los brazos y una esfera para simbolizar la cabeza, para cada una de ellas se utilizó un color diferente, naranja, azul, rojo, verde, amarillo y celeste lo que le dio colorido al logotipo y lo hizo más llamativo.

Estas figuras estaban acopladas simulando un abrazo, unidas de tal manera que formaban un círculo.

Función de relevo: La colocación de figuras en forma de abrazo construyendo un círculo transmite la idea de unidad. Sin embargo, para que el logotipo transmita esa idea fue necesario que el mensaje lingüístico complete esa idea, para ello se utilizó la frase motivacional "Vamos Guatemala" y se completó con "Unidos por un mejor país"

Otro elemento en el que se apoyó esta función fue el color, utilizando una gama variada de colores, se hizo referencia a la diversidad de culturas, tradiciones, costumbres y valores de la gente guatemalteca.

Mensaje denotado: El mensaje denotado lo constituyeron figuras estilizadas representando personas, unidos en un abrazo el cual formó una especie de círculo con el que se representó unidad.

Mensaje connotado: Para analizar el mensaje connotado fue necesario tomar en cuenta cuatro aspectos: las figuras que representaban personas, el abrazo para unirse, la figura que formaron al unirse y el color.

La primera parte y quizás la parte medular del logotipo, estaba constituida por una representación de figuras humanas, en otras palabras constituida por imágenes de guatemaltecos. Fue una manera de humanizar el logotipo, pero a la vez fue una forma de decir que el ser humano, el guatemalteco, en este



caso fue lo más importante para el gobierno, fue la razón del trabajo gubernamental.

El segundo aspecto fue la forma en que se unieron estas figuras. Un abrazo, actividad exclusiva del ser humano por medio del cual demuestra: afecto, alegría y unión, este último aspecto fue el propósito por el cual fue utilizado en la elaboración de este logotipo.

El tercer aspecto fue la figura circular formada por la unión de las imágenes, dando a entender que existía unidad entre guatemaltecos.

Y por último es el uso del color el cual fue utilizado para representar la multiculturalidad guatemalteca

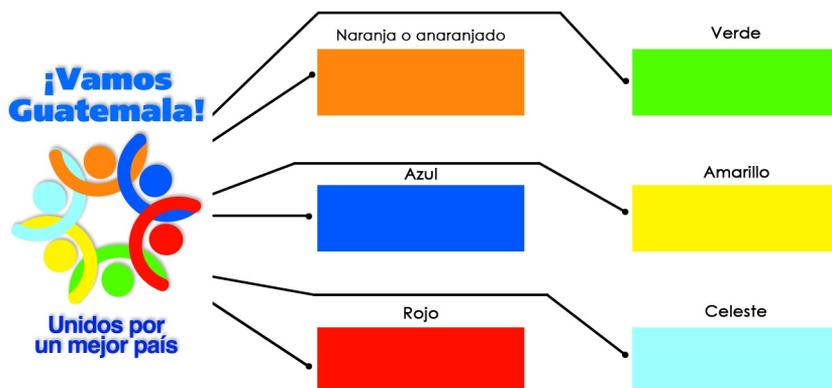
Relación entre los mensajes denotado y connotado: El análisis de la relación de ambos mensajes muestra que existió congruencia entre las imágenes presentadas gráficamente con el contenido real de las mismas, esto le permitió al receptor comprender claramente el mensaje que transmitía el logotipo.

Relación entre mensaje verbal e icónico: La existencia de una buena relación entre estos dos mensajes es la parte más importante del logotipo. Primero nos presentó una parte textual, la que despertó el interés del receptor, luego mostró una parte icónica sugiriendo unidad entre guatemaltecos para luego terminar con una segunda frase que reforzó lo expresado por la parte icónica.

Es evidente que el mensaje principal fue de unión y es de esa manera como se captó el mensaje, a pesar de algunas debilidades se puede decir que gráficamente es un logotipo que cumple la función para la que fue creado.



Psicología del color: Para la elaboración de este logotipo fueron utilizados varios colores, cada una de las seis figuras del icono con un color diferente: Naranja, azul, rojo, verde, amarillo y celeste. El color más utilizado es el azul ya que también es usado en los textos.



Un detalle a resaltar de la cromatología de esta pieza es la utilización de tres colores primarios y tres secundarios. A continuación el análisis de cada uno de ellos.

- **Naranja o anaranjado:** Fue utilizado en una de las figuras del icono, es un color secundario compuesto por amarillo y rojo, es cálido y alegre; encaja perfectamente con la gente joven, estimula la creatividad, suscita sentimientos de fuerza, energía y ambición, se le asocia con el trópico y la alimentación sana aunque también se le pueden atribuir sentimientos negativos como provocar choque y disturbio.
- **El azul:** Fue el color más usado ya que sirvió para colorear una de las

figuras del icono y la tipografía. Es un color primario y según su colocación dentro del círculo cromático es considerado un color frío, en este caso contiene una pequeña cantidad de rojo lo que le da cierta calidez. Además es asociado con el cielo y el color del mar, simboliza: estabilidad, profundidad, confianza, sabiduría, tranquilidad y calma.

- **El rojo:** Al igual que los otros colores fue utilizado para matizar una de las figuras del icono. Es un color primario y es considerado cálido, simboliza: fuego, pasión, deseo, energía, fortaleza, determinación, valor y coraje, se le asocia al erotismo, aunque por otro lado se le asocia con cuestiones negativas como: la guerra, peligro y sangre.
- **Verde:** Es un color secundario, esta formado por azul y amarillo, aunque normalmente los colores secundarios están compuestos por partes iguales de cada color, en este caso se utilizó una mayor cantidad de amarillo, haciéndolo un color cálido y llamativo.

El verde es el color de la naturaleza por excelencia, representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad, frescura y esperanza. Estimula seguridad y poder de curación, también es asociado con actividades al aire libre productos médicos, ecológicos y agrícolas.

- **Amarillo:** Color primario, con mayor cantidad de luz dentro de la gama de colores, Representa: energía, fertilidad, atención, humor, lealtad, espontaneidad. Estimula la actividad cerebral, energía muscular, la atención y felicidad, también se le asocia con la comida, el ocio y especialmente con la luz del sol.
- **Celeste:** Sus componentes son blanco y azul este último en menor cantidad. Es un color considerado frío ya que el matiz que sobresale es el azul. Es



refrescante y sereno, se le relaciona con el agua clara, el cielo, la meditación y la inocencia.

A pesar de que el color predominante fue el azul, mantuvo variedad de colores esto lo convirtió en un logotipo llamativo, fácil de captar por multitudes y sencillo de asociar con la variedad de culturas existentes en nuestro país.

Composición: Fue un logotipo con mucho movimiento, a pesar de eso mantuvo simetría y balance, la repetición de las imágenes que formaban el icono le dieron ritmo. Mantuvo buena secuencia de lectura y a pesar de que el mensaje lingüístico fue interrumpido por el icono se leyó con facilidad, lo cual favoreció su integración.



Tipografía: El tipo de fuente utilizado para la elaboración de este logotipo es de la familia "Palo seco" es una fuente de astas simétricas, sin remates, pero con movimiento. Su estructura es ancha y pesada lo que favoreció su connotación de seguridad y estabilidad a la vez que le dio legibilidad y lo hizo un logotipo versátil y moderno.

Otros aspectos que favorecieron la legibilidad de los textos del logotipo fueron la utilización de fuentes altas y bajas (mayúsculas y minúsculas) y el manejo de tamaños adecuados para cada palabra, además de prestar atención al espacio entre líneas o interlineado.

Este conjunto de aspectos permitieron al receptor realizar una lectura, amena y sobre todo correcta del texto del logotipo.

Conclusión preliminar: Se puede decir que fue un logotipo estéticamente bien elaborado, que utilizó elementos como el color para llamar la atención y que a pesar de no ser conveniente manejar demasiados colores, en este caso le favoreció, debido a que es un detalle con el que se identifica fácilmente la población guatemalteca.

Su construcción fue vertical y aunque la secuencia de lectura se ve interrumpido por el icono no modificó su contenido.

Debido a su colorido, cantidad de imágenes y textos, se saturó levemente, a pesar de ello su apreciación no fue afectada. Su tipografía fue legible y el contenido lingüístico fue llamativo.

Con este logotipo, el licenciado Oscar Berger buscó posicionar su gobierno como pluricultural, multiétnico y multilingüe a pesar de ser una pieza atrayente y de contar con características dirigidas a la población mayoritaria, no consiguió en un 100% la respuesta esperada ya que en general, el pueblo guatemalteco consideró a este gobierno de ricos y poderosos; excluyente con la clase necesitada.



4.3 Logotipo tres



Logotipo utilizado:	
Período de gobierno:	Del 14 de enero del 2008 al 14 de enero del 2012.
Presidente de turno:	Ingeniero Álvaro Colom Caballeros.
Variantes del logotipo:	Hasta la fecha este logotipo solo ha sufrido una modificación que en realidad es mínima ya que solamente se eliminó el fondo y se unieron ambos iconos que forman el logotipo.
	
	Su uso queda a criterio del diseñador de cada institución gubernamental de acuerdo al espacio y función estética que se pretende.

Mensaje lingüístico: Tiempos de Solidaridad. Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala.

Función de relevo: Las imágenes utilizadas en este logotipo no ayudan a realizar una correcta interpretación del mensaje gubernamental, es por ello que la función de relevo es muy importante, la cual la podemos observar mediante la utilización de los textos. La primera frase "Tiempos de Solidaridad" se convierte en parte de la imagen la cual busca fijar en la mente del receptor el concepto de que éste es un gobierno solidario, que velará por las necesidades de los más

pobres y sobre todo que brindará ayuda para mejorar su calidad de vida.

A pesar de que esta frase está compuesta por tres palabras, "solidaridad" es la que tiene mayor valor semiótico, pues su significado busca posicionarse en la mente del ciudadano.

La segunda frase "Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala" está compuesta por dos nombres propios. Para el primer nombre se utilizó un tamaño más grande ya que es el que se pretende fijar en la mente del receptor y el nombre del país en pequeño solamente como complemento o referencia.

La forma de manejar los textos, utilizando tamaños mayores para textos importantes y tamaños más pequeños para textos que solo actúan como relleno, ayuda a fijar el mensaje principal del logotipo ya que es el texto más grande el que se lee con facilidad, restándole importancia a los textos pequeños.

Mensaje denotado: El mensaje denotado es: "Tiempos de Solidaridad" "Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala" Sin llegar a profundizar en su contenido sabemos que la primera transmite un mensaje distinto al que se lee de inmediato, mientras que la segunda no contiene más información que la que se lee a simple vista.

Mensaje connotado: la connotación del mensaje está compuesto por dos frases, la primera "Tiempos de Solidaridad" menciona la palabra "tiempos" y pareciera que se refiere a varios períodos. Sin embargo, la delimitación se encuentra cuando se relaciona con la segunda frase, "Gobierno de Álvaro Colom" la cual indica que los tiempos de solidaridad son los actuales, los del presidente Colom y de nadie más.

La segunda palabra "solidaridad". Según la definición del diccionario en línea de la Real Academia Española de la Lengua, solidaridad significa: adhesión



circunstancial a la causa o a la empresa de otros. De tal manera que el presidente Colom transmite el mensaje de alianza entre gobernantes y gobernados, donde el brindará ayuda a la gente más necesitada con el único fin de propiciarles un mejor nivel de vida.

Relación entre mensaje denotado y connotado: La relación es básica, lo denotado, menciona conceptos que al analizarlos a profundidad se entiende su connotación, lo que permite comprender, el mensaje real del emisor. Sabemos ahora que la palabra solidaridad se refiere a la relación entre gobernantes y gobernados, en el que el primero trabajará para beneficiar al segundo.

Otra parte donde se puede notar esta relación es al unir el significado del contenido lingüístico de ambas partes del logotipo, esto nos permite comprender que la palabra "tiempos" esta delimitada por el nombre del mandatario, a pesar de ser una palabra escrita en plural.

Mensaje icónico: El mensaje icónico también está dividido en dos partes. La primera esta formada por la representación gráfica de cuatro manos, cada una matizada con un color distinto: blanco, negro, rojo y amarillo, mientras que la segunda esta formada únicamente por el escudo nacional en tonos dorados.

Como fondo se observan cuatro franjas horizontales que se degradan de celeste a transparente y más atrás, en otra pantalla, en un celeste más fuerte, con las mismas características, solo que en sentido vertical.

Función de anclaje: En este logotipo el mensaje lingüístico tiene una función muy importante, debido a que los iconos utilizados en la construcción del mismo se encuentran dispersos son los textos los encargados de aclarar y fijar en la mente del receptor el mensaje de solidaridad propuesto por el gobierno central.



El primer icono está formado por cuatro manos posicionadas una sobre otra, en diferentes colores las cuales representa las cuatro etnias existentes en el país. Además, se utilizó el escudo nacional, símbolo plenamente conocido por los guatemaltecos, cada icono con un texto distinto y ambos representando la misma institución.

A pesar de que ambos símbolos utilizados son independientes y que el logotipo carece de integración, ambos tienen la finalidad de fortalecer el contenido del logotipo en general.

Mensaje denotado: El mensaje denotado está compuesto por cuatro manos extendidas colocadas sin ningún orden aparente y sin que una tenga mayor peso que otra, diferenciadas únicamente por el color. Además de la utilización del escudo nacional como complemento o como una segunda parte del logotipo.

Mensaje connotado: Para analizar el mensaje connotado es conveniente dividir el logotipo en dos partes. Primero analizaremos el icono formado por los grafismos de cuatro manos extendidas. Cada una con un color diferente y utilizada para representar una de las cuatro etnias existentes en el país (xincas, indígenas, ladinos y garifunas) por su posición y colocación nos indican igualdad entre pueblos ya que son exactamente iguales en cuanto a tamaño y forma.

La segunda parte es la que está formada por el escudo nacional, desde luego es uno de los iconos más representativos de la nacionalidad guatemalteca, recurso que este gobierno utiliza, para conseguir la simpatía de los ciudadanos hacia su forma de gobernar.

Por último, es importante analizar una parte que utiliza mucho del espacio del logotipo. El fondo, el cual está formado por franjas que se degradan de celeste a transparente, color de gran connotación nacionalista y que al igual que el



escudo nacional, es utilizado por el gobierno para atraer simpatizantes.

Relación entre mensaje denotado y connotado. A pesar de ser un logotipo con varios elementos en su composición, la relación que existe entre ambos mensajes es mínima y con cierta dificultad para interpretarlos. Mediante la utilización del color y el escudo nacional el mensaje denotado nos dice que es un logotipo con gran sentido nacionalista; sin embargo, la connotación del símbolo principal es totalmente distinta; va dirigida a las etnias existentes en el país y utiliza elementos que no guardan unidad gráfica con el logotipo en general.

Relación entre mensaje verbal e icónico: Como en el caso anterior también aquí es difícil apreciar una buena relación entre ambos mensajes. La utilización del grafismo de cuatro manos extendidas diferenciadas con colores, quizás no sea la mejor solución, para representar el concepto de solidaridad. Es decir que el ícono utilizado, no representa lo expresado por medio del texto.

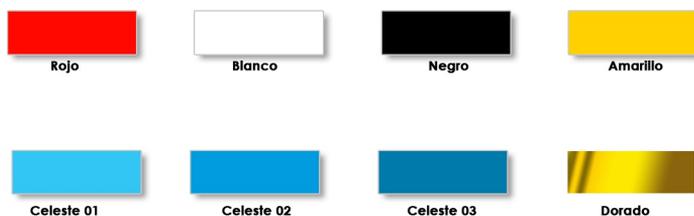
Por otro lado la utilización del escudo nacional al lado del nombre del mandatario, es solamente una forma de trasladar información básica. Como guatemaltecos sabemos del cargo que él ocupa pero no existe connotación alguna entre ambos elementos.

Luego de analizar ambas partes del logotipo, se encuentra relación entre el texto del primer ícono con el texto del segundo "Tiempos de Solidaridad" "Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala". Así el Presidente Colom está transmitiendo el mensaje, que su período gubernamental será solidario. Sin embargo, no se aprecia una buena relación entre los íconos y los textos lo que hace que el logotipo pierda interés y dificulte su posicionamiento.

Psicología del color. Este logotipo contiene una gama de colores: celeste,



blanco, negro, rojo, amarillo y dorado, algunos utilizados en mayor cantidad comparado con otros, pero todos afectan positiva o negativamente la percepción del receptor.



- **Celeste:** Está compuesto por dos matices: blanco y azul este último en mayor cantidad. Es considerado un color frío debido a que su componente principal es el azul. Se le relaciona con el agua clara y el cielo, la meditación y la inocencia, es refrescante, sereno y en algunos casos se le puede asociar con la confianza y la pulcritud.

Es evidente que la selección de este color como el predominante en la composición del logotipo, no es por el efecto psicológico, es por la connotación nacionalista, por ser el color principal de la bandera nacional es con el que más se identifican los guatemaltecos.

- **Blanco:** Se le puede considerar la acumulación de todos los colores, es el

que presenta mayor sensibilidad frente a la luz y se le asocia con pureza, inocencia, fe, paz y en algunos casos se le relaciona con la higiene. Su utilización en este caso es mínimo.

- **Negro:** Al igual que el blanco se utiliza una pequeña cantidad. Se le considera la ausencia de todos los colores. Se le asocia con: la elegancia, el poder, la fuerza y la seguridad, pero también tiene connotaciones negativas tales como: símbolo del mal y del misterio y en ocasiones representa algo impuro, maligno y en nuestra cultura representa luto.
- **Rojo:** Color de poco uso dentro del logotipo, es considerado un color vivo y cálido por excelencia, simboliza: fuego, pasión, deseo, energía, fortaleza, determinación, valor y coraje, se le asocia al erotismo, aunque por otro lado se le asocia con cuestiones negativas como: la guerra, peligro y sangre.
- **Amarillo:** Es el color con mayor cantidad de luz dentro del espectro de los colores, es un color vibrante y se le utiliza para representar la luz del sol, energía, vitalidad, atención, lealtad; entre otras. Estimula la actividad cerebral, la atención y la felicidad. Puede ser utilizado para representar comida, ocio y productos para bebés.
- **Dorado:** Si bien no es considerado color como tal, es por excelencia vigoroso, deslumbrante y sofisticado, es asociado con la nobleza y su importancia radica en que simboliza oro, metales preciosos y sugiere ideas de riqueza, suntuosidad, excentricismo y abundancia. Lleva consigo un aire de superioridad, despojo y puede también ser utilizado para representar elegancia.

Independientemente de la connotación de los colores, en este caso su elección se hizo bajo el criterio de representar de mejor manera cada una de las cuatro



etnias guatemaltecas, para ello se utilizó el blanco para representar a los ladinos, el negro a los garifunas el rojo a los indígenas y el amarillo a los xincas.

Composición: Es un logotipo con estructura horizontal, sus elementos principales están colocados en los extremos; lo que le da estabilidad, pero a la vez le resta integración. Las franjas utilizadas como fondo le dan movimiento. Sin embargo, le quitan legibilidad a los textos.



Su línea de balance está ligeramente inclinada hacia la derecha ya que el escudo mantiene más peso que el icono de las manos. Su secuencia no es la más adecuada, sin embargo permite realizar una lectura comprensible.

Tipografía: Para la elaboración de este logotipo se utilizó un tipo de fuente de la familia "Romana Antigua", por sus características (tiene serif, astas delgadas, remates finos en los extremos, entre otros) es considerada una letra clásica. Sin embargo, esto dificulta en cierta manera realizar una buena lectura. Por lo que se considera no ser la más adecuada.

También es importante considerar otros factores que dificultan la legibilidad del texto el contraste entre el color de la fuente y el fondo, la utilización solamente de altas (mayúsculas), el color de la tipografía y la sombra lo cual dificulta realizar una lectura adecuada y hace que el logotipo pierda funcionalidad.

En resumen, la fuente escogida no es la más adecuada, afecta la estructura del logotipo, no permite una lectura agradable haciendo que se pierda el interés en observarlo, dificultando su posicionamiento como la imagen del gobierno.

Conclusión preliminar: Este logotipo tiene como función principal transmitir el mensaje de solidaridad, concepto que este gobierno está utilizando como mensaje principal de publicidad; para ello, en su creación, se utilizaron varios elementos que apelan al sentimiento nacionalista del guatemalteco, a pesar de esto contiene deficiencias en su construcción que lo hace una pieza no funcional.

Existen varios factores que no hacen que sea un logotipo funcional. La legibilidad de los textos por ejemplo, es una característica que se debe cuidar celosamente ya que esto facilitará la lectura y permitirá asociar el mensaje lingüístico con el icónico. El icono no mantiene relación gráfica con el texto, para entenderlo necesitamos acudir al mensaje connotado del símbolo para luego asociar ambos significados y formar el mensaje completo. Carece de integración ya que sus elementos están distantes uno del otro lo que dificulta asimilar la forma completa del logotipo.

También tiene elementos a su favor, quizás el más importante es el uso del color celeste en gran cantidad, además de ser el color más representativo de la nacionalidad guatemalteca su armonía lo hace estéticamente atractivo. Es un logotipo que está diseñado para ser usado en tamaños grandes y de forma individual. A pesar de tener deficiencias en su construcción el gobierno posee los recursos necesarios para posicionarlo, aunque al final es el ciudadano quien decide si acepta o no el mensaje de solidaridad que pretende transmitir Álvaro Colom con este logotipo.



4.4 Cuadro resumen que evidencia los elementos semiológicos utilizados en los logotipos

	Mensaje Lingüístico					Mensaje Iconico						
	Función de anclaje	Función de relevo	Mensaje denotado	Mensaje connotado	Función de anclaje	Función de relevo	Mensaje denotado	Mensaje connotado	Función de anclaje	Función de relevo	Mensaje denotado	Mensaje connotado
	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	X	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓



Conclusiones

- ✓ Los logotipos estudiados contienen los pasos semiológicos siguientes: función de relevo, anclaje, denotación y connotación, producto de la combinación de los modelos propuestos por Eco y Barthes. Esto facilitó la creación de logotipos con mensajes específicos dirigidos a la población guatemalteca.
- ✓ La presencia de una de las funciones semiológicas principales; relevo o anclaje, en los logotipos estudiados: (logotipo de Alfonso Portillo, función de relevo, mediante la cual el texto completó lo que con la imagen no se alcanza a transmitir. Logotipo de Oscar Berger, función de anclaje ya que el texto refuerza el concepto de unidad al que se refiere la imagen. Logotipo de Álvaro Colom, función de relevo donde el mensaje lingüístico se convierte en parte de la imagen para facilitar el traslado del concepto de solidaridad de este gobierno). Permitió convertir, a estos elementos gráficos en la parte principal de la imagen visual de cada gobernante.
- ✓ Los tres logotipos cumplieron con la función de ser: el elemento principal, de la imagen visual, del gobierno para el que fueron creados. Estos logotipos contienen información que buscan transmitir a través de colores, tipografía, imágenes y formas.
- ✓ Los logotipos utilizados por Alfonso Portillo y Oscar Berger, utilizaron adecuadamente los aspectos básicos del diseño gráfico (psicología del color, composición y tipografía). En el caso del logotipo usado por el mandatario Alfonso Portillo se utilizaron los colores de la bandera nacional para apelar al sentimiento nacionalista del guatemalteco, se mantuvo una composición simétrica y balanceada y se utilizó una tipografía que refuerza el concepto del logotipo. Por su parte Oscar Berger trabajó con una amplia



gama de colores en la elaboración de su logotipo, esto para representar la variedad cultural del país, una composición dinámica, sencilla pero con mucho movimiento. Su tipografía es legible y combina con las imágenes utilizadas en el elemento icónico.

Álvaro Colom utilizó un logotipo al que le falta integración ya que sus elementos se encuentran dispersos. Su composición no es simétrica aunque si balanceada. Las características de su tipografía y la falta de contraste con el fondo le restan legibilidad, lo cual le quitó funcionalidad y eficacia al logotipo.

- ✓ El mensaje principal de los logotipos gubernamentales busca posicionar en la mente del ciudadano guatemalteco al grupo gobernante de turno. Para ello, cada gobernante utilizó frases persuasivas de fácil interpretación y con las que el ciudadano guatemalteco se sienta plenamente identificado o beneficiado. Alfonso Portillo utilizó la frase "Un gobierno que trabaja con usted" Oscar Berger las frases "Vamos Guatemala" "Unidos por un mejor país" y Álvaro Colom la frase "Tiempo de solidaridad", cada una de ellas apoyada con uno o varios iconos que fortalecen el mensaje lingüístico del logotipo.
- ✓ Los símbolos patrios o sus elementos gráficos, como los colores de la bandera y el escudo nacional, son los más explotados para la creación de los logotipos gubernamentales, debido a que son ampliamente conocidos por los ciudadanos guatemaltecos.

Recomendaciones

a) **Creativos y Estudiantes de Ciencias de la Comunicación:**

- ✓ Considerar los aspectos semiológicos (función de relevo, anclaje, denotación y connotación) en la creación de logotipos, ya que esto les permitirá transmitir mensajes basados en fundamentos teóricos haciéndolos más eficaces.
- ✓ Elaborar logotipos respetando los aspectos básicos del diseño gráfico (psicología del color, composición y tipografía) con el propósito de crear piezas más sobrias que faciliten su posicionamiento.
- ✓ En la elaboración de cualquier material gráfico gubernativo buscar siempre la creación de mensajes: claros, directos y comprensibles.

b) **Actores Políticos:**

- ✓ Si se considera la utilización de los colores de la bandera o de algún símbolo patrio en: campañas propagandísticas, creación de logotipos o la imagen de gobierno, velar porque los mismos sean utilizados correctamente.

c) **Guatemaltecos y Guatemaltecas:**

- ✓ Informarse del uso de la propaganda oficial, que les permitan diferenciar mensajes oficiales o gubernamentales que contribuyan al desarrollo social de aquellos otros cuyos objetivos son meramente electorales (propaganda sin fundamento real).
- ✓ Utilizar la presente Guía de Análisis, para conocer los elementos semiológicos y de diseño gráfico utilizados en la elaboración de un logotipo, y del por qué de su uso.



Bibliografía consultada

ALDERSEY-WILLIAMS, Hugo

1996 Identidad Corporativa, Barcelona, España. Parragón Ediciones.

BARTHES, Roland

1971 Elementos de la Semiología. Madrid España. Editorial Alberto, Corazón.

BARTHES, Roland

Retórica de la Imagen

http://www.4shared.com/file/109649477/defb506f/Barthes_Roland_Retorica

2010, 27 de febrero (Consulta realizada)

BRAHAM, Bert

1991 Manual del Diseñador Gráfico, Madrid, España. Celeste Ediciones.

Concepto de Diseño Gráfico

<http://www.cristalab.com/tutoriales/126/fundamentos-del-iseno-grafico>

2008, 15 de abril (consulta realizada)

Concepto de Poder Judicial e información sobre la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia de la república de Guatemala.

<http://www.estuderecho.com/documentos/intalderecho.html>

2008, 27 de abril (consulta realizada)

ECO, Umberto

1989 Estructura Ausente. Barcelona, España. Editorial Lumen.

ECO, Umberto

1978 Tratado de Semiótica General, México. Nueva Imagen



GREIMAS, A.J. y Courtes

1990 Semiótica Diccionario razonado de la teoría del lenguaje. Madrid, Editorial Gredos.

GUAY, Juan Manuel

2000 Análisis Semiológico de la Iconografía de las portadas de la revista Crónica, Guatemala. USAC.

JENNINGS, Simón

1995 Guía del diseñador gráfico para profesionales, México. Editorial Trillas.

La teoría comunicacional

http://teocomsu.net84.net/3_1.html

2009, 9 de octubre (fecha consultada)

LEMUS, Mónica Carina

2005 Análisis del discurso político de Alfonso Portillo, campaña electoral 1999. Guatemala. USAC.

MEJÍA, Rodrigo

1991 Titulares aplicados al afiche. Guatemala, Editorial Luz

OCHOA, Marco Julio

2006 Persuasión, un arte que alimenta el ego, Guatemala. Ediciones Didáctica.

Partes del Logotipo

<http://www.forovecindadgrafica.com/showthread.php?t=11393>

2008, 26 de abril (consulta realizada)



Partes del logotipo / El Color

http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=color

2009, 9 de agosto (fecha consultada)

Principios básicos del diseño.

Ricardo Vizcaíno- Laorga (www.urjc.es/cccom1/web/profesores).

2009, 20 de octubre (fecha de consulta)

Saravia, Ana

2006 Análisis iconográfico de las vallas de los partidos políticos FRG, UNE y la Coalición GANA. Guatemala, USAC.

Secretaría de Comunicación Social de la presidencia, Gobierno de Álvaro Colom

2008 Manual de Normas Gráficas, Guatemala. Gobierno de Guatemala.

Soto, Eveline,

2004 Análisis Semiológico de seis murales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala, USAC.

SWANN, Alan

1992 Bases del Diseño Gráfico, Barcelona, España. Edit. Gustavo Pili

TALENS, Genaro / ROMANERA / TORDERA / HERNANDEZ.

1999 Elementos para una Semiótica del Texto Artístico, Madrid, España. Ediciones Cátedra.

VELÁSQUEZ, Carlos

2006 Teoría de la mentira, una introducción a la semiótica, Guatemala. ECO ediciones.



VELÁSQUEZ, Carlos

2007 Semiología del mensaje estético, Guatemala. ECO ediciones.

VÁSQUEZ, Reynerio

2003 Métodos de investigación social, Guatemala. Ediciones Mayte.



ANEXOS

6.1 Instrumento aplicado "A"



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Proyecto de Tesis

Estudio semiológico de los logotipos utilizados durante los gobiernos de Alfonso Portillo (2000 – 2004), Oscar Berger (2004 – 2008) y Álvaro Colom (2008 – 2012)



Guía de Análisis

Logotipo utilizado: Imagen "jpeg" del logotipo que se utilizó.

Período de gobierno: De que fecha a que fecha.

Presidente de turno: Nombre del presidente de turno.

Variantes del logotipo: Modificaciones gráficas que sufrió cada logotipo.

Pasos establecidos en los modelos de Eco y Barthes

Mensaje lingüístico:

Función de Anclaje
Función de Relevo
Mensaje Denotado
Mensaje Connotado
Relación de ambas

Mensaje Iconico:

Función de Anclaje
Función de relevo
Denotación
Connotación
Relación de ambos

Relación de Mensaje Verbal e Icónico

6.2 Instrumento aplicado “B”



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Proyecto de Tesis

Estudio semiológico de los logotipos utilizados durante los gobiernos de Alfonso Portillo (2000 – 2004), Oscar Berger (2004 – 2008) y Álvaro Colom (2008 – 2012)



Guía de análisis de aspectos de diseño gráfico

Los aspectos de diseño gráfico por analizar en cada logotipo serán los siguientes:

Psicología del color

- ✓ Analizar cada color utilizado

Composición

- ✓ Peso
- ✓ Equilibrio
- ✓ Simetría
- ✓ Ritmo
- ✓ Aire
- ✓ Movimiento

Tipografía

- ✓ Familia
- ✓ Legibilidad
- ✓ Diseño de la letra
- ✓ Grosor
- ✓ Tamaño
- ✓ Altas y bajas

6.3 Instrumento aplicado "C" Fichas bibliográficas

401.1
B 285:2

Barthes, Roland
"Elementos de la Semiología"
España (Talleres gráficos
Montaña)
Editorial Alberto
1971
Segunda edición
102 p.
Traducido por Alberto Méndez

401.41
E19e:4

Eco, Umberto
"Estructura Ausente"
Barcelona, España
Editorial Lumen
1989
Cuarta edición
446 p.

410
E19:3

Eco, Umberto
"Tratado de Semiótica General"
Barcelona
Lumen
Nueva Imagen
1985
Tercera edición
513 p.

16.
T(220)

Guay, Juan Manuel
**"Análisis Semiológico de la
Iconografía de las portadas de
la revista Crónica"**
Guatemala
USAC
2000
Primera edición
105 p.

741.6
J54

Jennings, Simón / tr. Juan Félix
Aróstegui
**"Guía de Diseño Gráfico para
Profesionales"**
México
Editorial Trillas
1995
Sin edición
183 p.

R 410.3
G824

Greimas, A.J. y Cortes J. (Coaut)
**"Semiótica diccionario
razonado de la teoría del
lenguaje"**
Madrid, España
Editorial Gredos
Sin edición
1991
Volumen II

16
T(449)

Lemus, Mónica Carina
"Análisis del discurso político de Alfonso" Portillo, campaña electoral 1999.
Guatemala
USAC
1999
Primera edición
90 p.

16
T(571)

Saravia, Ana
"Análisis iconográfico de las vallas de los partidos políticos FRG, UNE y la Coalición"
Guatemala
USAC
2006
Primera edición
64 p.

16
T(414)

Soto, Eveline
"Análisis Semiológico de seis murales de la Universidad de San Carlos de Guatemala"
Guatemala
USAC
2006
Primera edición
64 p.

741:6
S 972

Swann, Alan / tr. Emilio Olana
"Bases del Diseño Gráfico"
Barcelona, España
Editorial Gustavo Pili
1990
Sin edición
144 p.
Serie Manuales de diseño

401.41
E38:6

Talens, Genaro / Romanera / Tordera / Hernández
"Elementos para una Semiótica del Texto Artístico"
Madrid, España
Ediciones Cátedra
1999
Sexta edición
238 p.

Gobierno de Guatemala
Dirección General de Sanidad
Prensa Libre, diario.
Guatemala
1 de septiembre de 1955
Tomo I

Publicidad realizada por entidades de gobierno de ese año.

Gobierno de Guatemala
Publicidad gubernamental
Prensa libre, diario.
Guatemala
23 de diciembre de 1964
Tomo I

Saludo navideño enviado por el presidente
de la república el General Enrique Peralta
Azurdia.