

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/317687504>

Cultura, patrimonio y memoria: de la heráldica a la marca gráfica

Conference Paper · January 2016

CITATIONS

0

3 authors, including:



João Neves

University of Lisbon

6 PUBLICATIONS 1 CITATION

[SEE PROFILE](#)



Daniel Raposo

Polytechnic Institute of Castelo Branco

26 PUBLICATIONS 9 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Artículo sobre la letra como signo de identidad visual corporativa, incluyendo la tipografía corporativa y el logotipo. [View project](#)



Dissertação de Mestrado [View project](#)

All content following this page was uploaded by [Daniel Raposo](#) on 20 June 2017.

The user has requested enhancement of the downloaded file. All in-text references [underlined in blue](#) are added to the original document and are linked to publications on ResearchGate, letting you access and read them immediately.

Culture, heritage and memory: from heraldry to the brand

Cultura, patrimonio y memoria: de la heráldica a la marca gráfica

105

João Neves
Instituto Politécnico
de Castelo Branco, Portugal
joaoneves.tag@gmail.com

Daniel Raposo
Instituto Politécnico
de Castelo Branco, Portugal
daniel.raposo@gmail.com

José Silva
Instituto Politécnico
de Castelo Branco, Portugal
gago.silva@gmail.com

Abstract

After centuries of evolution and adaptation to sociological and political changes, the Heraldry assumed a prominent role in society, by the way turned signs in to identity, contributing to the individual claim and collective, the result of cultural evolution, identity and sense of belonging.

For the definition of this collective identity is regarded as fundamental principles the culture, the heritage and memory, revealing a set of values and own and differentiating attributes. In this sense the Coats, as figurative elements, ordinarators of the society, identifiers of individuals, families, corporations or states, are of vital importance as elements of identity, cultural and patrimonial references, memory of a people and its history.

The Heraldry, while descriptive discipline of Coats and artistic manifestation of symbolic construction, has been losing its influence. Already Coats have come to resume importance as symbols of corporate brands, with new meanings and new iconographic lexicon.

Keywords

Corporate identity, Brand, Heraldry, Graphic design, Cultural memory.

Resumen

Tras siglos de evolución y de adaptación a cambios sociológicos y políticos, la heráldica ha ocupado un papel de relieve en las sociedades, por el modo como ha transformado signos en identidad, contribuyendo para la afirmación individual y colectiva, gracias a una evolución cultural, de identidad y del sentido de pertenencia.

Para la definición de esa identidad colectiva, se consideran como principios fundamentales la cultura, el patrimonio y la memoria, que ofrecen una muestra de valores y atributos propios y diferenciadores. En ese sentido, los blasones, utilizados como elementos figurativos, jerarquizadores de la sociedad, identificadores de individuos, familias, corporaciones o estados, se revisten de una importancia crucial, funcionando como elementos de identidad, referencias culturales y patrimoniales, memoria de un pueblo y de su historia.

La heráldica, como disciplina descriptiva de los blasones y manifestación artística de construcción simbólica, está perdiendo su influencia. Por otro lado, los blasones han ganado importancia al funcionar como símbolos de marcas gráficas corporativas, con nuevos significados y nuevo léxico iconográfico.

Palabras clave

Identidad corporativa, Marca gráfica, Heráldica, Diseño gráfico, Memoria cultural.

Introducción Cultura, patrimonio y memoria

La cultura absorbe una herencia social del pasado, además de su ideario, comportamientos, símbolos, prácticas y patrones aprendidos y desarrollados por el ser humano sin que, sin embargo, deje de ajustarse a nuevas realidades y cambios, en una dinámica adaptativa y cumulativa.

Como refiere Martins (2009), nuestra relación con la cultura tan sólo podrá entenderse teniendo como base la historia, las diferencias, la complejidad y el pluralismo, la responsabilidad y la capacidad creadora.

Un pueblo sin memoria es un pueblo sin historia.

La memoria consubstancia la capacidad de preservar la historia y los hechos pasados, revelando informaciones obtenidas a través de experiencias anteriores. De acuerdo con Halbwachs (1990), la memoria individual refleja un punto de convergencia de distintas influencias sociales, un modo particular de articulación de esas mismas influencias. Por otro lado, la memoria colectiva se refiere al trabajo que determinado grupo social lleva a cabo, articulando y localizando los recuerdos en marcos sociales comunes: se trata de una especie de acervo de recuerdos compartidos que son el contenido de la memoria colectiva, cumpliendo, esta, un papel fundamental en los procesos históricos, al enfatizar momentos significativos y preservando el valor del pasado para los grupos sociales.

La memoria histórica, de acuerdo con Schmidt (1993), busca superar rupturas, generando imágenes indisolubles en relación al trayecto de la humanidad. La memoria histórica busca solucionar el presente en el pasado, o sea, ofrece una construcción lógica e inventada del pasado. De este modo, memoria colectiva y memoria histórica acaban llegando a conclusiones distintas sobre el pasado, apoyándose en reglas de reconstrucción diferentes.

La memoria colectiva y la memoria histórica comparten así el conocimiento del pasado para memoria futura. Herencias simbólicas que se materializan en textos, símbolos, ritos, monumentos, celebraciones, objetos, escrituras sagradas y otros soportes mnemónicos que permiten accionar significados asociados a acontecimientos pasados. Esta memoria, la designa Assmann (2013) como memoria cultural.

Memoria cultural e identidad

La memoria cultural busca eternizar la historia colectiva de un pueblo o de una nación. La memoria cultural regresa al tiempo mítico de los orígenes, cristaliza experiencias colectivas del pasado y puede persistir a lo largo de milenios (Assmann, 2013). Esa memoria cultural refleja los orígenes, victorias, derrotas, lugares, símbolos y testimonios individuales de grupos sociales o de toda una sociedad, verdadero acervo de la memoria nacional de un pueblo y demostrativa de una identidad.

Esa identidad, creada a partir de una memoria, acaba por ser el reflejo de una herencia colectiva, de una cultura que se construyó basándose en la memoria del pasado y del presente reciente, reflejo ese que, al funcionar como un espejo, nos enseña artefactos, construcciones, lugares, lugares, tradiciones y símbolos, patrimonio material e inmaterial de una nación.

Tras esta reflexión, se consideran la cultura, el patrimonio y la memoria como principios fundamentales en la definición de una identidad nacional, construida a través de un conjunto de valores y propiedades propias y diferenciadoras en relación a otros pueblos. «Sin memoria no hay identidad; sin identidad no hay nación» (Smith 2004, p.75).

Para este artículo, con base en las nociones de cultura, patrimonio, memoria e identidad nacional, se pretende acentuar un elemento simbólico en particular: los blasones. Como elementos figurativos heráldicos, que jerarquizan la sociedad e identifican individuos, familias, municipios, corporaciones o estados, se revisten de una importancia primordial al actuar como elemento de identidad, marco cultural y patrimonial, memoria de un pueblo y de su historia.

La heráldica como sistema

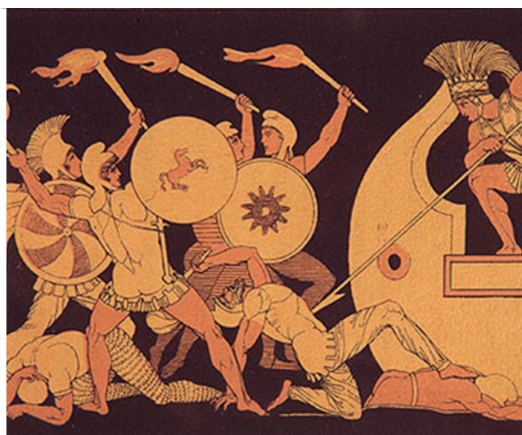
El uso de los blasones, tal y como hoy los conocemos, resulta de una lenta evolución de la representación signica de elementos gráficos simbólicos. El origen de los blasones es incierto y lejano en la historia, con diferentes funciones en distintos periodos, ya sea inicialmente como una probable representación alegórica en las armas y en los escudos de guerra. Su aplicación militar es históricamente reconocida y los han utilizado en la antigüedad distintos pueblos, ya sean los griegos, romanos, japoneses, chinos, indios americanos, germanos y otros (Raposo, 2008, p.53), siendo que es posible encontrar en esos escudos manifestaciones gráficas.

Después de que se extendiera el uso de signos emblemáticos a los campos de batalla, a los torneos, a los señores feudales, surge la necesidad de reglamentar esas señales identificativas. Es así que nace la heráldica, cuyo papel ha sido determinante en la organización y composición gráfica de escudos y blasones de armas, reforzado por la descripción escrita de esos blasones y utilizando un cuidado lenguaje técnico, uniformizado y normalizado (Neves, 2012, p.109).

Si existe unanimidad en asociar la difusión de la heráldica a la Europa medieval a partir de los siglos XII y XIII, como nueva categoría de signos pictóricos que ha sobrevivido hasta la actualidad –los blasones de armas (Abdullah e Hübner, 2006), eso no sucede en relación al lugar de su surgimiento. De acuerdo con Campos (2007), ciertos investigadores defienden el surgimiento de las primeras manifestaciones heráldicas asociadas a los emperadores griegos y romanos, que la trajeron hasta el occidente.

Otros sugieren la heráldica de la península ibérica como siendo la más antigua del continente europeo, y otros investigadores asocian, aún, su apareamiento al simbolismo representativo «de los grandes movimientos, de los bárbaros, de los musulmanes o de las cruzadas», o a su conexión a Alemania y a Francia, como creadoras de las armas y de las reglas heráldicas, a causa de los torneos (Campos, 2007).

Como ciencia o disciplina del conocimiento, la heráldica estudia e interpreta el significado social y simbólico de sus elementos, lo que implica un sistema de reglas precisas y de aplicación generalizada (Nogueira, 2012). A todo el conjunto de partes que interactúa de modo a alcanzar un determinado fin, de acuerdo con un plan o principios, lógicamente organizados y suficientemente unidos para describir y explicar el funcionamiento de todo, Beni (2001) lo



En la línea superior, Figura 1. Cerámica griega (fechada en el año 530 aC) a la izquierda; pintura del siglo XIX de una escena de la Iliada al estilo de una pintura de jarra griega, al centro; a la derecha la reconstitución histórica de la legión romana en una batalla.

En la línea inferior, Figura 2. Ilustración medieval alusiva a la batalla de Aljubarrota; reconstitución histórica del torneo medieval Kaltenberg Knights Tournament en Alemania.

define como sistema. Un sistema requiere principios, reglas y procedimientos que garanticen una interacción armoniosa y ordenada en la interrelación de las ideas con las formas (Heskett, 2005, p.145).

Heráldica corporativa e identidad

Distintas clasificaciones agrupan distintas personalidades sociales (públicas o privadas, individuales o colectivas), distinguiendo el modo como cada grupo gana el derecho a tener una representación heráldica. Ese derecho puede ser asumido (obtenido por opción propia en un periodo inicial y por herencia familiar o descendencia posterior), o puede ser un derecho otorgado (adquirido por fuerza de ley).

De una forma simple, podemos clasificar la heráldica en tres grandes grupos: heráldica de dominio (representación de personas colectivas, poseedoras de soberanía); heráldica de familia (representación individual y genealógica); heráldica de corporación (representación de otras personas colectivas) (Langhans, 1966).

A pesar de las diversas clasificaciones, se admite que la heráldica puede incluirse en el campo de la identidad

corporativa, involucrando todas las compañías colectivas, basándose en las corporaciones de oficio que surgieron en la edad media, pasando por los distintos oficios y corporaciones, agremiaciones, organizaciones, asociaciones, sociedades y empresas actuales, que poseen blasón como signo de identidad: la marca gráfica.

(...) la heráldica, que empezó por utilizarse durante el feudalismo militar, ha sido retomada para describir relaciones genealógicas entre familias nobles, hasta llegar finalmente a los oficios y corporaciones (Raposo, 2008, p.57).

Son innumerables, un poco por todo el mundo, las aplicaciones de los blasones de armas en distintos soportes, como pueden ser manuscritos, impresos, artefactos, arquitectura u otros. Pese a que cumplan distintas funciones, posean diferentes representaciones y de índole distinta (familiar, monárquica, militar, eclesiástica, corporativa, etc.), los blasones y, de forma complementaria, la heráldica, han creado un nuevo código visual que puede ser comprendido por la mayoría.

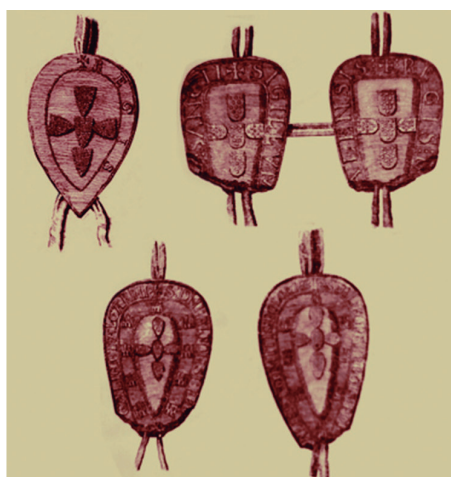


Figura 3. Armas de Don Manuel I representadas en el libro del armero mayor en 1509; sellos de betún rojo (de D. Afonso I, D. Sancho II, D. Afonso III y D. Afonso II); Blasón de la Casa de Coura del siglo XVIII en Paredes.

Pese a su génesis y evolución, la heráldica ha asumido indudablemente un papel de relieve en las sociedades, por el modo como ha transformado signos en identidad, contribuyendo para la afirmación individual (de personas o de familias) y colectiva (de corporaciones y naciones), a través de un lenguaje gráfico, técnico y artístico disperso por todo el globo, gracias a una evolución cultural y afirmación de pertenencia: marcas gráficas de una identidad individual, colectiva o corporativa.

La heráldica acompañó y reflejó los cambios políticos y sociales que ocurrieron en las sociedades. Ya sea por la regulación de las monarquías reinantes, por los cambios de régimen político, por las dictaduras dominantes, por la acción de los colonizadores, por la imposición de los estados o por la acción popular, el lenguaje heráldico tradujo esos cambios colectivos e incorporó incluso, en muchos casos, los movimientos artísticos dominantes.

Ese sistema de representación gráfica normalizado y regulado a partir de determinado momento de la historia, hizo aumentar la aplicación de blasones de armas en corporaciones, fuerzas militares, en la iglesia, en los estados, regiones administrativas y un sinfín de organizaciones, transformándose en el mayor sistema de signos uniformizado, capaz de representar por medio de símbolos gráficos las organizaciones, con lo que se queda vinculado a la origen de la identidad visual corporativa como hoy en día la conocemos, al ser un elemento integrante de la identidad corporativa.

De la heráldica a la marca gráfica

En la simbología heráldica, son frecuentes las representaciones gráficas de repúblicas y monarquías asociadas a los escudos de armas, lo que desempeña un relevante papel de identidad, que contribuye a la construcción de una memoria histórica colectiva, además de que funciona como un elemento más de cohesión nacional y territorial. Algunos escudos nacionales, gracias a una acumulación de acontecimientos históricos y de una evolución simbólica, cambiaron la forma como los estados presentan su identidad visual, algo a lo que podríamos referirnos como marcas gráficas heráldicas, o sea, marcas gráficas actuales que recorren a la utilización de elementos de heráldica para el desarrollo gráfico de su símbolo.

Uno de esos ejemplos es el portugués. Tras la retirada de la familia real y corte para Brasil en 1807 a raíz de las invasiones francesas, el príncipe regente hizo de Brasil un reino, creando lo que se denominó el Reino Unido de Portugal, de Brasil y Algarves. La ley de 13 de mayo de 1816 creó oficialmente la heráldica del nuevo reino, introduciendo la esfera armilar. Pese a la existencia efímera de las armas que entonces se crearon, resulta curioso comprobar que estas acabaron siendo repuestas y están representadas al día de hoy en el blasón portugués, al igual que en la bandera y en la marca gráfica del gobierno.



Por filas:
Figura 4. Blasones de armas y respectiva marca gráfica de los gobiernos de Alemania, Países Bajos y Reino Unido.

Figura 5. Blasón de armas del reino de Portugal (1707 a 1816); armas del reino de Brasil (1816 a 1826); Blasón de armas del Reino Unido de Portugal, de Brasil y Algarves (1816 a 1826); Blasón de armas de Portugal (1911); marca gráfica del gobierno de Portugal (2011); bandera de Portugal (desde 1911).

Figura 6. Códice Mendoza; blasón de armas de México; blasón de armas simplificado de México; marca gráfica del gobierno de México.

Figura 7. Conjunto de armas del Reino de Castilla, León, Aragón, Navarra, Granada y de la dinastía de Borbón-Anjou; Blason de armas de España; Marca gráfica del Gobierno de España; Bandera de España.

México ha adoptado su blasón de armas a partir de una representación gráfica que surgía en el Códice Mendoza, un manuscrito azteca del siglo XVI, simplificando posteriormente las armas para que pudieran aplicarse como símbolo de la marca gráfica del gobierno de la república, una evidente relación con la memoria histórica y cultural de la nación.

Un ejemplo demostrativo de la utilización de la heráldica como elemento de cohesión nacional y territorial es el español, reuniendo armas de diferentes reinos en un único escudo, presentando en su actual blasón las armas del Reino de Castilla, Reino de León, Reino de Aragón, Reino de Navarra, Reino de Granada y armas de la dinastía de Borbón-Anjou al centro. En la punta las armas de Granada.

Con las transformaciones ocurridas a lo largo de los siglos en el mapa político y territorial de Europa, sea por las divisiones medievales, por la revolución industrial, los cambios de regímenes políticos, a raíz de las guerras mundiales o simplemente por decisión política, la heráldica ha sufrido cambios profundos en su forma de representación y léxico iconográfico.

(...) nuevos campos se han abierto para la heráldica asociativa, militar, corporativa, comercial e imaginaria. Todas ellas han conocido una verdadera explosión, lo que ha hecho con que este antiguo sistema emblemático cruzara en simultáneo hacia la era industrial y hacia nuevas formas de expresión artística y literaria (Seixas, 2012).



Figura 8. Evolución de la marca gráfica de la empresa de transporte urgente UPS: 1916; 1937; 1961; 2003.

La revolución industrial le ofrece un crecimiento sin precedentes, impulsado por el liberalismo económico, asistiéndose a un desarrollo de la industria y del comercio, acompañado del nacimiento de múltiples compañías a lo largo del siglo XIX. Las representaciones heráldicas volvieron a tener una importancia ascendente, al entenderse como elementos de transmisión de identidad e incluso de promoción comercial (¿publicidad?). Seixas (2012) refiere que la heráldica cambió de paradigma semiológico y consiguió renovarse, entrando de ese modo en la sociedad industrial y de consumo de masas.

Figura 9. Primera marca gráfica de British Railways (1950-1956); Marca gráfica utilizada entre 1956 y 1965; variante de la marca anterior.



Sea como instrumento de propaganda comercial, corporativa o política, o como simple representación simbólica, la heráldica ha acompañado la evolución de los tiempos y ha llegado hasta el presente, mostrándose hoy más cercana de las marcas gráficas contemporáneas, integrando la identidad visual corporativa de las más distintas instituciones y organizaciones. Si bien que el desarrollo gráfico de los blasones no sigue las reglas impuestas por la disciplina descriptiva heráldica, se asiste a una tendencia del dibujo gráfico para regresar al *hand-made*, a los estilos *vintage* y *retro*, lo que transforma los blasones de armas en una verdadera fuente de inspiración y de compartición de referencias visuales para la construcción de marcas gráficas.

En las últimas décadas se asiste a una tendencia creciente de las corporaciones, de los ayuntamientos, de los estados y de otras organizaciones para asumir una relación más cercana con los clientes, usuarios o con los ciudadanos. A nivel de la identidad corporativa, la retórica procura compartir la misión y los valores de la organización, que muy a menudo son reforzados (o debían serlo) por la marca gráfica. Es evidente el esfuerzo de ciertas organizaciones en la adopción de procesos de simplificación de sus blasones y escudos de armas, en un intento de contribuir para una mayor cercanía, relacionamiento institucional y para la mejora de la comunicación corporativa.

Las marcas gráficas, que en el caso en análisis son las que resultan de un lenguaje heráldico, son muy a menudo utilizadas por las instituciones como reflejo de algún tipo de legitimidad histórica, símbolos de expresión de poder y de dominio. Si estos valores pueden ser fundamentales para la imagen corporativa, y por consiguiente para la apropiación de los conceptos de la marca por el público meta, el carácter efímero de algunas marcas gráficas puede hacer peligrar esos mismos valores.

Acercándonos a los conceptos actuales, la heráldica sirvió como forma de controlar y normalizar símbolos gráficos, evolucionando en su forma de expresión (los blasones) para las actuales marcas gráficas, signos máximos de una imagen corporativa, que corresponde al modo como la imagen creada es entendida por los distintos públicos, debiendo esta imagen gestionarse para que pueda crear una personalidad tangible dentro de la identidad corporativa.

De acuerdo con Olins (1990), esa personalidad corporativa dice respecto al carácter, a la persona de una organización, su espíritu manifestado de un modo comprensible. Así, esa personalidad debe contribuir para el consenso generado por la organización delante de sus públicos, o sea, su notoriedad corporativa, para la que las marcas gráficas contribuyen de una forma determinante.

Conclusiones

La heráldica, como disciplina o ciencia descriptiva de los blasones, pero también como manifestación artística y expresiva de construcción simbólica, está perdiendo su influencia y en determinados dominios ha caído en desuso, posiblemente por su grado de normatividad, su carácter definitivo y permanente, por su elevado grado de iconicidad y en ciertas situaciones por su difícil actualización o rediseño.

Ya en lo que atañe a los blasones y a sus escudos, estos han ganado importancia, no como blasones de armas heráldicos sino como símbolos presentes en marcas gráficas corporativas, más simplificados, con nuevos significados y nuevo léxico iconográfico.

En relación a las entidades que se identifican a través de blasón, sería importante que corporaciones, colectividades y el estado (órganos de soberanía, gobiernos autonómicos y municipales y otras entidades representativas del estado) comprendiesen la herencia cultural y patrimonial de esos símbolos.

Si para los gestores y decisores la inclusión de marcas gráficas disruptivas puede captar provechos inmediatos, para los ciudadanos, a la larga, puede ser irreversible la pérdida de memoria, de identidad de una región o de una nación y de la historia de las instituciones corporativas.

De este modo, la heráldica como disciplina descriptiva, generadora de conceptos y de mensajes visuales, evolucionó forzada por hechos históricos y sociológicos, con base en blasones de armas y transformándose en marcas gráficas, pero mantuvo la capacidad de transmitir una determinada realidad cultural, un patrimonio histórico y la perpetuación de la memoria.

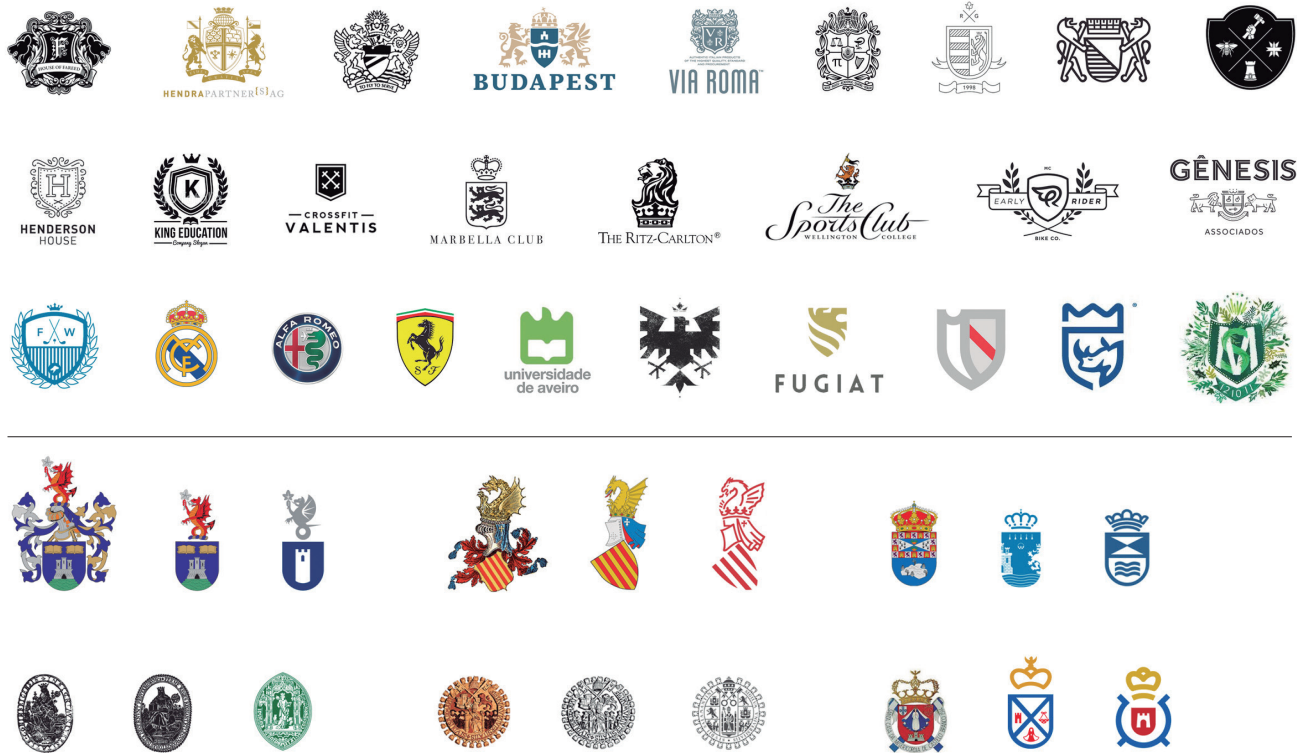


Figura 10. Múltiples marcas gráficas contemporáneas de distintas organizaciones basadas en blasones.

Figura 11. Simplificación de blasones y marcas gráficas que de ahí advienen. Instituto Politécnico de Castelo Branco; Generalitat Valenciana; Ayuntamiento de Lérganes; Universidade de Coimbra; Universidad de Salamanca; Santa Casa da Misericórdia de Castelo Branco.

Bibliografía

Abdullah, R., Hübner, R. (2006). Pictograms, Icons and Signs. A guide to information graphics. London: Thames & Hudson.

Beni, C. (2001). Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: Editora SENAC.

Campos, N. (2007). Património e Simbologia. Lisboa: Universidade Aberta. Departamento de Ciências Humanas e Sociais.

Halbwachs, M. (1990). A Memória coletiva. São Paulo: Vértice.

Heskett, J. (2005). El diseño en la vida cotidiana. Barcelona: Gustavo Gili.

Langhans, F. P. (1966). Heráldica: ciência de temas vivos. Lisboa: Fundação Nacional para a Alegria no Trabalho.

Martins, G.O. (2009). Património, Herança e Memória. A cultura como criação. Lisboa: Editora Gradiva.

Neves, J. (2012). Sistema de signos para informação turística: Metodologia para o desenvolvimento de sistemas sinaléticos. Tese de Doutoramento. Lisboa: Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa.

Nogueira, S.P. (2012). Tradição e Inovação na Identidade Visual dos Municípios Portugueses: Do Brasão à Marca. Dissertação de Mestrado. Covilhã: UBI.

Olins, W. (1990). Corporate identity: Making business strategy visible through design. Cambridge: Harvard Business School Press.

Raposo, D. (2008). Design de identidade e imagem corporativa. Castelo Branco: Edições IPCB.

Schmidt, M., Mahfoud, M. (1993). Halbwachs: Memória coletiva e experiência. Instituto de Psicologia USP, 4(1/2), 285-298.

Seixas, M. (2012). A heráldica em Portugal no século XIX: sob o signo da renovação. Revista Análise Social, 202 (XLVII).

Páginas web

Assmann, J. (2013). Memória cultural: o vínculo entre passado, presente e futuro. Recuperado de www.iea.usp.br/noticias/memoria-cultural.