

Universidad Nacional de La Matanza
Tecnicatura en Desarrollo Web | Aplicaciones Móviles

Taller Práctico Integrador

Marca & Comunicación Visual

Cintia Gioia / Mariano Juiz / Marcelo Juárez / Jonathan Uran /
Sergio Bonavento / Alejandro Rusticcini / Juan De Cicco













¿Qué es una **marca**?

Una **marca** es un **sistema**.

Todo aquello que identifica y a la vez diferencia nuestro proyecto.

Todo lo que comunicamos a nuestra audiencia mediante los servicios o productos que ofrecemos y también es la forma en la que nuestros clientes lo perciben.

La voz con la que nos dirigimos a nuestra audiencia o el tono de nuestra comunicación también forma parte de nuestra marca.





CAFÉ & COMIDAS

¿Qué es un **logotipo** (*word mark*)?

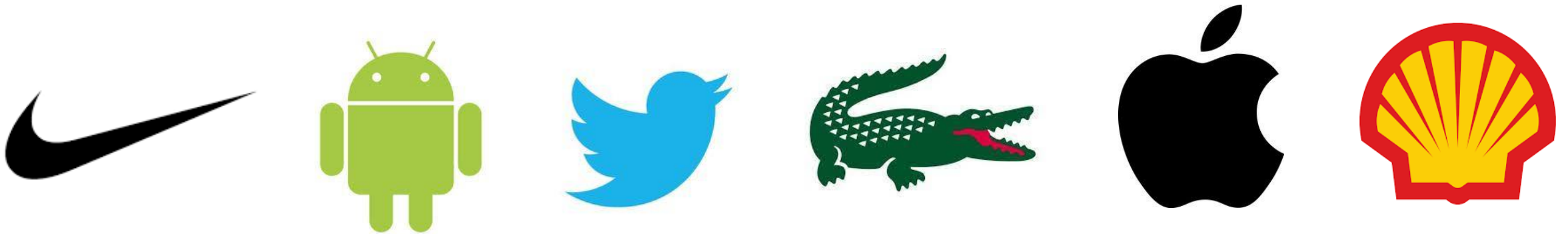
El **logotipo** -también llamado simplemente **logo**- se puede definir como el diseño tipográfico que representa el nombre de la marca.

El logotipo en este sentido tiene dimensiones, colores, formas y disposiciones específicas que representan el nombre de una empresa, institución, etc.

The Coca-Cola logo, featuring the brand name in its iconic red script typeface.The Sony logo, consisting of the word "SONY" in a bold, black, sans-serif typeface.The Braun logo, which features the word "BRAUN" in white, bold, sans-serif capital letters centered within a solid black square.The United Colors of Benetton logo, displaying the words "UNITED COLORS OF BENETTON." in white, sans-serif capital letters on a solid green rectangular background.

¿Qué es un **isotipo** (*brand mark*)?

El **isotipo** representa la imagen simbólica de la marca a partir de una figura o forma.



¿Qué es un **isologotipo** o **imagotipo**?

En ambos casos se combina la imagen con la palabra.

En el **isologotipo** aparecen fusionadas configurando un elemento único.

En el **imagotipo** se combinan imagen con palabra, pero también pueden funcionar por separado.



Acerca de los **modos** de comunicar

“Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos” (1999)

María Ledesma

En relación con el **receptor**, las producciones de diseño -por ejemplo un **imagotipo**- generan las siguientes actitudes de regulación: **hacer leer, hacer saber y hacer hacer**.

De alguna manera pueden subsumirse en **organizar, informar, persuadir**.

Acerca de los **modos** de comunicar

“Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos” (1999)

María Ledesma

Hacer-leer: *organizar la comunicación, dar el soporte que vehiculice la comunicación visual. Poner de relieve las relaciones entre las partes, de manera que actúen con eficacia sobre el destinatario.*

Hacer-saber: *un signo se convierte en señal en tanto participa de esa convención social que hace que el receptor le otorgue uno entre todos los sentidos posibles.*

Hacer/hacer: *plantean una modificación en la conducta del destinatario y buscan una nueva adhesión o un reforzamiento de la existente.*

Acerca de los **modos** de comunicar

“Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos” (1999)

María Ledesma

SONY
make.believe



perro

perro negro







perro negro feroz

cuando trabajo en una marca no puedo utilizar signos tan complejos -no lograría recordación- y a la vez necesito comunicar ideas, valores, actividades, etc.

entonces recorro a otros elementos de la comunicación visual tales como el color y la forma, los cuales -bien utilizados- potenciarán de manera sinérgica al texto utilizado.

perro negro feroz







hunter



PUPPY



PUPPY



hunter





Partido Conceptual & Partido Gráfico

Partido Conceptual: **Ricardo Blanco** (2001) define el partido de la siguiente manera: “Una idea rectora se puede graficar de diferentes maneras: estos son los partidos. Se denomina partido al conjunto de posibles interpretaciones de la idea rectora. Los partidos refieren a esquemas conceptuales en donde todavía no se definen rasgos o detalles”.

Partido Gráfico: es la toma de decisiones de carácter morfológico: imágenes, técnicas de representación, gamas cromáticas, tipografías, estructuras, composiciones, las que lógicamente responderán e irán en concordancia con el **partido conceptual**.

Sputnik V



Sputnik 1

El **Sputnik 1** (en ruso Спутник-1, pronunciación ['sputnik], Soviética, fue el primer satélite artificial de la historia.¹



Sputnik V

THE FIRST REGISTERED COVID-19 VACCINE
PROVEN HUMAN ADENOVIRAL VECTOR TECHNOLOGY

[РУС](#)[ENG](#)[中文](#)[عربي](#)[ESP](#)[POR](#)[FRA](#)[TGL](#)[MSA](#)[Sobre
la vacuna](#) ▾[Sobre
nosotros](#) ▾[Colaboradores](#)[Medios de
comunicación](#) ▾[Contactos](#)[FAQ](#)

La primera vacuna registrada contra el COVID-19

[Saber más](#)





AirBed & Breakfast™
Forget hotels.



Marca País Argentina

La **Marca País Argentina** es una política de Estado que busca posicionar a nuestro país en el contexto internacional mediante sus factores diferenciales, como los sectores productivos y de servicios, el talento nacional, la cultura y los destinos turísticos. Además, nos alienta a cultivar nuestra identidad y sentido de pertenencia, y a su vez, a fortalecer el orgullo de ser argentinos.

Marca País Argentina (anteriores)



2005



2012



2018

Marca País Argentina (rediseño 2012)



Marca País Argentina (concurso 2021)



Marca País Argentina (Propuesta A)



Marca País Argentina (Propuesta B)







Evolving · the · Google · Identity

By Alex Cook, Jonathan Jarvis & Jonathan Lee



The Elements



Google Logotype

A sans serif logotype that retains our distinct multi-color sequence.



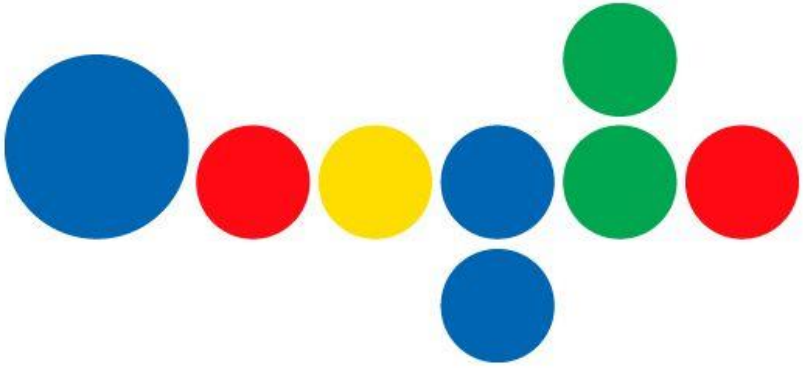
Dots

A dynamic distillation of the logotype for interactive, assistive, and transitional moments.



Google G

A compact version of the Google logo that works in small contexts.



Blue

#4285F4

Green

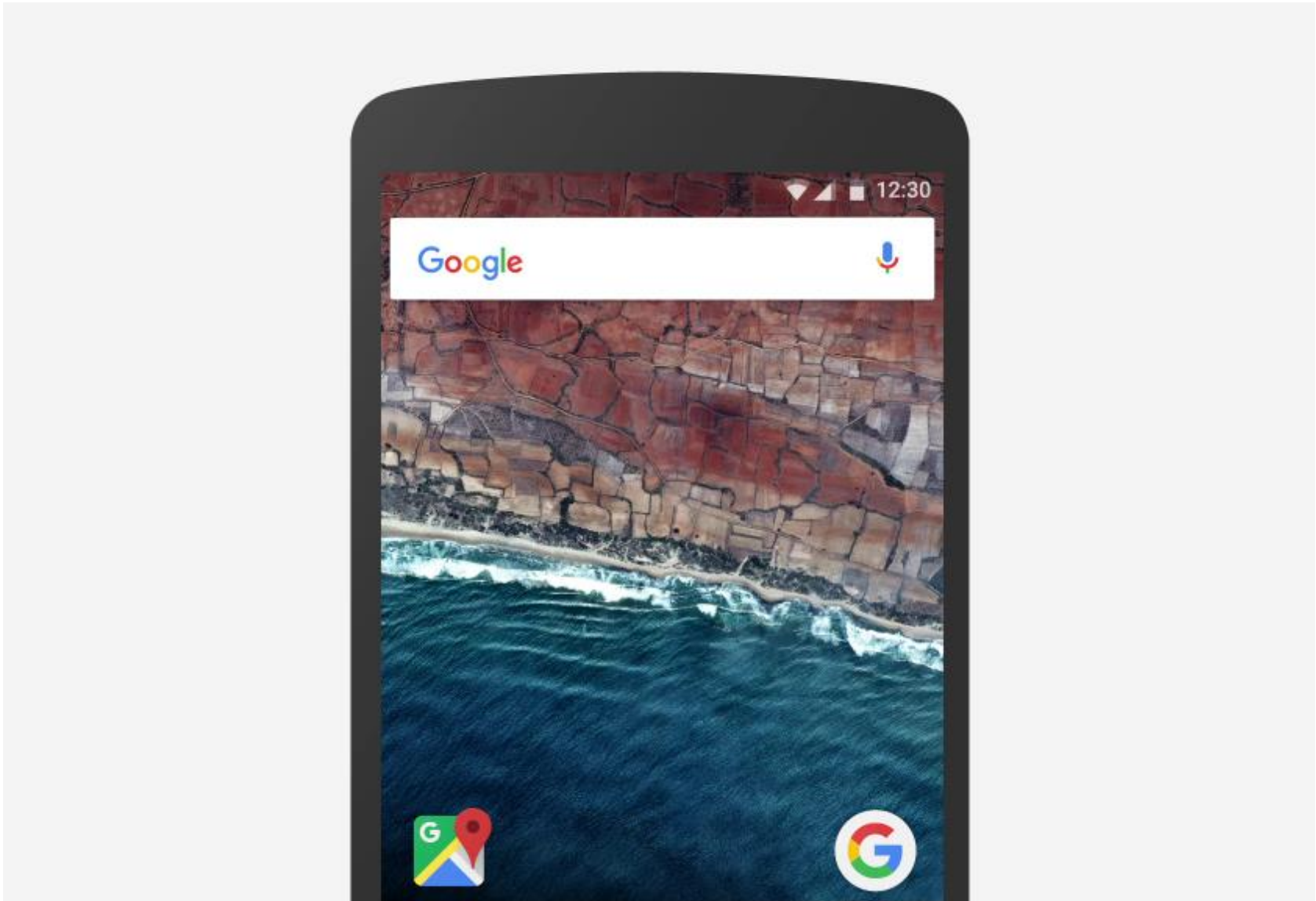
#0F9D58

Yellow

#F4B400

Red

#DB4437





1997-1998 (Pre-launch)



September-October 1998



September 1998-May 1999



May 1999-May 2010



May 2010-September 2013



September 2013-September 2015



September 2015-Present



Windows 1
1985



Windows 3.1
1992



Windows 95
1995



Windows XP
2001



Windows
Vista 2006



Windows 7
2009



Windows 8
2012



Windows 10
2015



BEST LOGOS ARE SIMPLE



Marca Personal (*personal brand*)



Marca Personal (*personal brand*)



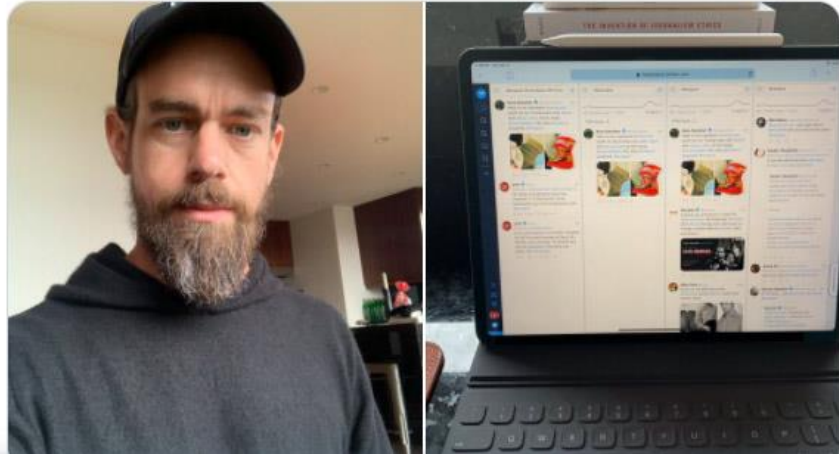
Marca Personal (*personal brand*)



jack ⚡
@jack

En respuesta a @karaswisher

Got you. Here's my setup. I work from home Tuesdays. In my kitchen. Tweetdeck. No one here with me, and no one connected to my tweetdeck. Just me focused on your questions! #Karajack



<https://www.revistavanityfair.es/poder/articulos/jack-dorsey-fundador-de-twitter/44372>

Marca Personal (*personal brand*)



<https://www.admagazine.com/celebridades/la-tiny-house-prefabricada-de-elon-musk-en-texas-20210712-8752-articulos.html>

Marca Personal (*personal brand*)



<https://es.digitaltrends.com/espacio/actor-star-trek-espacio-jeff-bezos/>

Marca Personal (*personal brand*)



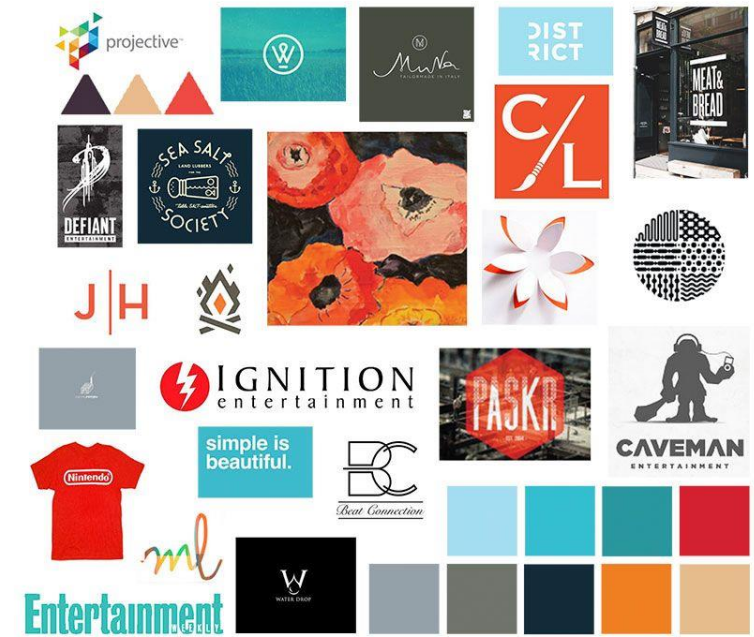
Brand Moodboard

Un **Moodboard** es un tablero en el que se define, utilizando diferentes elementos gráficos, el estilo visual de un proyecto.

Se puede utilizar para un proyecto de branding, pero puede ser también uno de decoración, o para una exposición de fotos.

Moodboard, traducido literalmente del inglés, quiere decir tablero de estado de ánimo, un tablero para definir cómo se siente algo visualmente, cuáles son los sentimientos que transmite, y nos ayuda a inspirarnos en su creación.

Brand Moodboard



Brand Moodboard



