

«Talento Tech»

Diseño UI

Clase 10



Clase 10: Logo + herramientas de IA

Índice

1. Naming
 2. Logotipo, Isotipo, Imagotipo, Isologo
 3. Función de un logo.
 4. Herramientas de creación con IA
 5. Reflexión Final
 6. Ejercicios
 7. Materiales y Recursos Adicionales
 8. Preguntas para Reflexionar
 9. Próximos Pasos
-

Objetivos de la Clase

- Comprender los fundamentos del naming y el diseño de logotipos, así como su importancia en la construcción de una marca sólida.
- Desarrollar habilidades prácticas para crear nombres y logotipos efectivos y originales, utilizando tanto herramientas tradicionales como innovadoras basadas en inteligencia artificial.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en la creación de propuestas de identidad visual para completar el diseño de la aplicación en desarrollo.
- Realizar ejercicios prácticos

Naming.



Es un proceso creativo y estratégico que consiste en darle un nombre a una marca, producto o servicio. Es mucho más que elegir una palabra al azar; el naming busca encontrar el nombre perfecto que capture la esencia de una marca y la distinga de la competencia.

El naming se basa en técnicas de marketing, psicología y sociología. El objetivo es crear un nombre que diferencie la marca del resto y que sea coherente con sus valores.

¿Por qué es importante el naming?

1. **Identidad:** Un buen nombre es la primera impresión que una marca causa y define su personalidad.
2. **Memorabilidad:** Un nombre fácil de recordar facilita que los consumidores identifiquen y recuerden la marca.
3. **Diferenciación:** Un nombre único ayuda a destacar entre la competencia y a posicionarse en la mente del consumidor.
4. **Relevancia:** El nombre debe estar relacionado con los valores, productos o servicios de la marca.
5. **Evocación:** Idealmente, el nombre debe evocar emociones o sensaciones positivas asociadas a la marca.



¿Cómo se realiza un buen naming?

- **Investigación:** Se analiza el mercado, la competencia, la audiencia y los valores de la marca.
- **Brainstorming:** Se generan una gran cantidad de ideas y posibles nombres.
- **Evaluación:** Se evalúan los nombres según criterios como originalidad, memorabilidad, relevancia y pronunciabilidad.
- **Selección:** Se elige el nombre más adecuado y se registran los derechos correspondientes.

¿Qué cualidades debe tener un buen nombre de marca?

Memorable: Fácil de recordar y pronunciar.

Relevante: Relacionado con los productos o servicios de la marca.

Único: Distintivo y diferente de la competencia.

Evocativo: Capaz de generar emociones y asociaciones positivas.

Adaptable: Flexible para adaptarse a diferentes contextos y mercados.

Registrable: Disponible para su registro como marca comercial.



Tipos de Naming.

1. Descriptivo:

Describe de forma clara y concisa lo que la marca o producto hace.



2. Sugerente:

Evoca una imagen o sensación relacionada con el producto o servicio.



3. Evocativo:

Despierta emociones o sentimientos positivos asociados a la marca.



4. Abstracto:

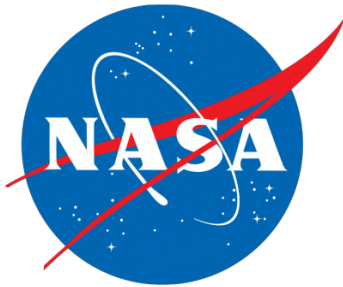
Utiliza palabras que no tienen un significado literal directo, pero que transmiten un concepto o idea.



5. Acrónimo:

Se forma a partir de las iniciales de varias palabras.

"NASA" (National Aeronautics and Space Administration)



6. Neologismo:

Se crea una palabra nueva a partir de raíces existentes o inventando una completamente nueva.



7. Geográfico:

Se utiliza un lugar o región para nombrar la marca.



8. Patronímico:

Se utiliza el nombre de una persona, generalmente el fundador.



9. Simbólico:

Utiliza símbolos o metáforas para representar la marca.

"Apple" (la manzana representa el conocimiento)



Técnicas creativas de naming.

1. Palabras aleatorias

El binomio fantástico de Gianni Rodari, concebido originalmente para la creación literaria, puede ser una herramienta muy poderosa para el naming, especialmente cuando buscamos nombres originales y memorables para marcas o productos.

Se trata de combinar dos conceptos aparentemente aleatorios para crear una nueva idea.



Por ejemplo, si combinamos "nube" y "caballo", podríamos obtener nombres como:

- **NubeCaballo:** Simple y directo, evoca imágenes de un caballo galopando entre las nubes.
- **CaballoNube:** Invierte el orden y cambia ligeramente la connotación.
- **Nubocaballo:** Una fusión de las dos palabras, creando un nuevo término.
- **Caballunube:** Un diminutivo que añade un toque de ternura o ligereza.

Ejemplos de binomios fantásticos para apps y sus posibles nombres:

● **Bosque + Tecnología:**

- ForestalApp
- TecnoBosque
- RaícesDigitales
- ArbolesWiFi



● **Sueño + Ciudad:**

- UrbeOnírica
- SueñoMetrópoli
- CiudadDeLosSueños
- Noctámbula



Organización de eventos

● **Música + Océano:**

- OndasMelódicas
- MarMelódico
- SinfoníaMarina
- CantosDeSirena



- **Color + Tiempo:**

- Cromonología
- Tiempolris
- HoraArcoíris
- InstanteColor



- **Comida + Deporte:**

- GymSándwich
- EnergíaFitness
- NutriDeporte
- BiteRun



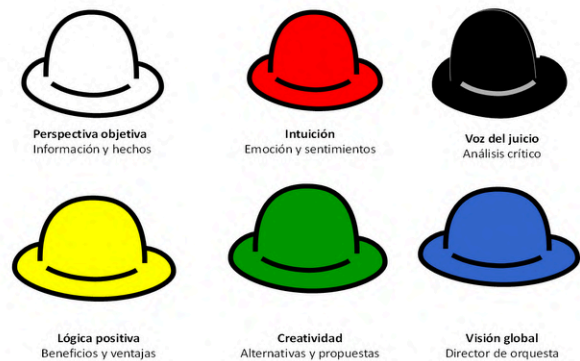
Beneficios de utilizar el binomio fantástico en naming:

- Nombres originales y memorables: Al combinar elementos inesperados, se crean nombres que destacan y se quedan en la mente de los consumidores.
- Creatividad y diferenciación: Esta técnica fomenta la creatividad y ayuda a crear nombres únicos que te diferencian de la competencia.
- Conexión emocional: Los nombres resultantes pueden evocar emociones y crear una conexión más profunda con el consumidor.
- Nuevas perspectivas: El binomio fantástico te obliga a pensar fuera de la caja y a explorar nuevas perspectivas sobre tu producto o servicio.

Esta herramienta es un [creador de palabras aleatorias en español](#), con él puedes crear palabras al azar para ejercicios de creatividad, memorización, etc.

2. Seis sombreros para pensar

Esta técnica de Edward de Bono sirve para la toma de decisiones y, al fin y al cabo, el naming consiste en decidir. Es útil sobre todo cuando el proceso se realiza en equipo. Así, cada persona adopta una forma distinta de pensamiento, que equivale a un sombrero de un color determinado. La gracia del juego es que los sombreros se intercambian, con lo que la persona que primero muestra una actitud negativa, un minuto después puede pasarse al lado contrario y comentar lo positivo de una decisión.



Cada sombrero representa un punto de vista diferente:

- Sombrero Blanco:** Datos objetivos y hechos. Buscamos nombres claros, concisos y descriptivos. Ejemplos: "Pensamiento6", "Herramienta6Sombreros", "AppDeLos6Sombreros".
- Sombrero Rojo:** Emociones y intuiciones. Buscamos nombres que evoquen sentimientos positivos, como creatividad, innovación o colaboración. Ejemplos: "MentesCreativas", "SinergiaMental", "InnovaConmigo".
- Sombrero Negro:** Crítico y lógico. Evaluamos la viabilidad y los posibles problemas. Buscamos nombres que sean sólidos, confiables y profesionales. Ejemplos: "DecidirMejor", "Solución6", "PensamientoEstratégico".

- **Sombrero Amarillo:** Positivo y optimista. Buscamos nombres que transmitan confianza y beneficios. Ejemplos: "IdeasIluminadas", "PotencializaTuMente", "ÉxitoEnEquipo".
- **Sombrero Verde:** Creativo e innovador. Buscamos nombres originales, fuera de lo común y que estimulen la imaginación. Ejemplos: "MentesEnNube", "CajaDeldeasInfinita", "LaberintoMental".
- **Sombrero Azul:** Control y organización. Buscamos nombres que reflejen estructura y claridad. Ejemplos: "OrganizaTusIdeas", "PensamientoClaro", "LiderazgoInteligente".

Combinando los sombreros:

Podemos combinar diferentes sombreros para obtener resultados más ricos y completos. Por ejemplo:

Blanco + Rojo: "DatosConCorazón" (conciso, descriptivo y evoca emociones).

Negro + Amarillo: "SoluciónPositiva" (evalúa críticamente y transmite optimismo).

Verde + Azul: "InnovaciónOrganizada" (fomenta la creatividad dentro de un marco estructurado).

3. Brainstorming

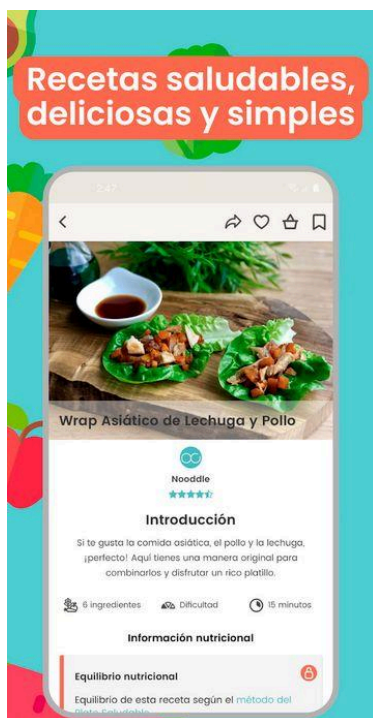
El brainstorming, o tormenta de ideas, es una técnica creativa que consiste en generar una gran cantidad de ideas en un tiempo determinado, sin censurar ninguna. Es una herramienta muy útil para desarrollar nombres originales y memorables para tu app.



¿Cómo funciona el brainstorming para un naming?

Imaginá que quieres crear una app de recetas saludables. Podrías empezar haciendo una lluvia de ideas con palabras relacionadas con comida, salud, nutrición, cocina, etc.

Palabras clave: saludable, receta, comida, nutrición, cocina, sabor, fácil, rápido, ingredientes, dieta, bienestar.



Asociaciones: verde, fresco, natural, casero, equilibrado, energía, vitalidad.

Metáforas: recetario mágico, cocina creativa, jardín comestible.

A partir de estas palabras y asociaciones, podrías generar una lista de posibles nombres:

Nombres descriptivos: RecetasSaludables, CocinaSaludable, NutriciónFácil.

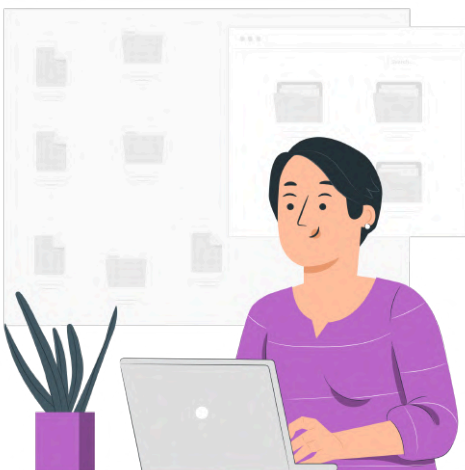
Nombres evocadores: SaboresNaturales, CocinaVerde, RecetasConEncanto.

Nombres creativos: ElHuertoDeTusRecetas, LaCocinaMágica, RecetasParaVivir.

Consejos para un brainstorming efectivo:

- Crea un ambiente relajado: Busca un lugar tranquilo y libre de distracciones.
- No juzgues las ideas: Anota todas las ideas que se te ocurran, sin importar lo locas que parezcan.
- Colabora con otros: Invita a otras personas a participar en el brainstorming para obtener diferentes perspectivas.
- Utiliza herramientas visuales: Un pizarrón o un mapa mental pueden ayudarte a organizar las ideas y a visualizar las conexiones entre ellas.

Logotipo, Isotipo, Imagotipo, Isologo



¿Qué es un “logo”?

De manera habitual se le llama logo al elemento gráfico que identifica a una empresa, un proyecto, una institución, un producto, etc.

Logo viene de logotipo, que es un símbolo que se caracteriza por estar compuesto de imágenes, símbolos y/o letras para representar a una institución, marca, persona o sociedad.

Alrededor del año 1800 empezaron a surgir los primeros logotipos. Se trataban de símbolos y colores muy rudimentarios, pero que pretendían servir de identificador entre los propietarios de productos y captar mayor atención por parte de los incipientes compradores. Posteriormente, los logotipos han ido adaptándose a las diferentes épocas, convirtiéndose en una referencia de identificación por parte de las marcas a las que representan.

Logotipo

Es la representación visual de un nombre o palabra, diseñado con una tipografía y estilo específicos.

Ejemplo: Coca-Cola, Google, Netflix.

LOGOTIPO

Hablamos de logotipo cuando se identifica por el texto.

VOGUE

Canon

Isotipo

Es un símbolo gráfico que representa una marca, sin la necesidad de incluir el nombre.

ISOTIPO

Parte simbólica de la marca.
Ésta es reconocida sin texto.



Imagotipo

Es la combinación de un logotipo (texto) y un isotipo (símbolo), donde ambos elementos funcionan de manera independiente

IMAGOTIPO

Combinación de imagen y texto. También funcionan por separado.



Isologo

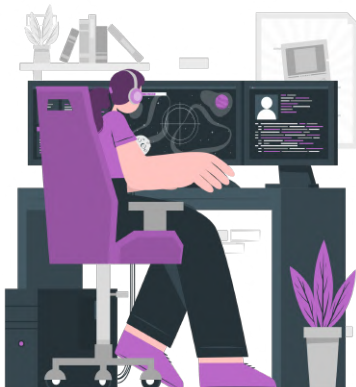
Es la unión inseparable de un logotipo y un isotipo, formando una sola unidad visual.

ISOLOGO

El texto y el icono conforman un grupo. No funcionan el uno sin el otro.



Crear logos no te convierte en diseñador gráfico



Los diseñadores de logos son diseñadores gráficos profesionales que crean imágenes personalizadas únicas para la marca del cliente o empresa que los contrata.

Los diseñadores de logos pueden ser independientes (freelancers) o empleados de una agencia de diseño o publicidad. La mayoría de los diseñadores profesionales tienen un título en diseño gráfico.

Si buscas contratar a un diseñador de logos, hay que tener en cuenta que el proceso de diseño tomará más tiempo que si lo crearas usando un “creador de logos” en línea, pero al elegir usar los servicios de un diseñador de logos profesional, estás garantizando que el logo sea totalmente único, que cumpla con su función y que tenga la calidad necesaria para que una marca se vea profesional y confiable.

Para ser diseñador ux/ui no es necesario ser diseñador gráfico, es por eso que para salir del apuro hasta que puedas acudir con un profesional (de tu equipo o externo) que diseñe el logo de tu cliente, o como en este caso, si necesitas un logo rápido de ejemplo para ver como quedaría aplicado en el prototipo te dejo algunas herramientas online con las que puedes crear logos de forma rápida y gratuita: Creador de logos de Zyro. Visme. Oberlo. Canva. FreeLogoDesign. LogoMakr. DesignEvo. Namecheap.

Función de un logo



Tiene como objetivo ser la representación gráfica de un producto o servicio. Se utiliza para dar a conocer e identificar por un amplio periodo de tiempo, de tal forma que los usuarios asocien a esa empresa los productos o servicios ofrecidos por ella.

Para tener una identidad de marca exitosa o branding tienes que contar una historia que influya en las emociones de los clientes.

Tu logo estará presente en todos los materiales de tu marca (membretes, tarjetas, páginas web, aplicación, redes sociales etc.) y crearán una identidad de marca concreta y comercializable.

Características

- **Sencillo:** debe ser fácil de recordar. Es recomendable evitar degradados y utilizar una tipología fácilmente reconocible y un máximo de dos o tres colores.
- **Adaptable:** con la llegada de las nuevas tecnologías es importante que un logotipo se adapte a cualquier soporte. Debe ser escalable a cualquier tamaño para utilizarlo en el soporte que se precise.
- **Legible:** Una de las características a tener en cuenta es que pueda leerse sin problemas.
- **Atemporal:** Esta característica es de suma importancia porque las modas cambian de forma continua. Por lo tanto, tener un logotipo que permanezca en el tiempo y en el recuerdo del público es muy relevante.
- **Original:** El logotipo debe ser único y original como la empresa a la que representa. Hay que investigar los logotipos del mercado al que pertenece la firma para marcar diferencia.

¿Cuándo usar cada tipo de logo?

- **Logotipo:** Ideal para marcas que quieren enfatizar su nombre.
- **Isotipo:** Perfecto para marcas muy reconocidas donde el símbolo sólo es suficiente.
- **Imagotipo:** Útil cuando se busca flexibilidad, pudiendo usar el texto y el símbolo juntos o por separado.
- **Isologo:** Ideal para marcas que quieren una identidad visual fuerte y unificada.

Herramientas de creación con IA

Las herramientas de generación de logotipos con IA han revolucionado la forma en que diseñamos marcas. Estas plataformas utilizan algoritmos de inteligencia artificial para crear logotipos personalizados y únicos en cuestión de minutos.

1. [Looka](#): Genera logotipos personalizados a partir de tus preferencias.
2. [Uizard](#): Permite crear diseños a partir de bocetos o imágenes.
3. [Midjourney](#): Genera imágenes a partir de descripciones de texto.
4. [Canva](#): Aunque es más conocida como una herramienta de diseño gráfico en general, Canva también tiene una función para crear logotipos con IA.
5. [Adobe Sensei](#): Integrado en las aplicaciones de Adobe Creative Cloud, ofrece funciones de generación de logotipos y otras herramientas de diseño asistido por IA.

¿Cómo funcionan?

- **Entrada del usuario:** Vos proporcionas información básica como el nombre de tu aplicación, la industria a la que pertenece, y algunos adjetivos que describan tu marca (por ejemplo, "moderno", "elegante", "divertido").
- **Generación de opciones:** La IA analiza esta información y genera una variedad de opciones de logotipos, cada uno con diferentes estilos, colores y tipografías.
- **Personalización:** Puedes ajustar los resultados según tus preferencias, modificando colores, formas y tipografías.
- **Descarga:** Una vez que estés satisfecho con el resultado, puedes descargar el logotipo en diferentes formatos.

Ventajas de utilizar herramientas de IA:

- Rapidez: Obtienes múltiples opciones de diseño en pocos minutos.
- Facilidad de uso: No necesitas conocimientos avanzados de diseño gráfico.
- Asequibilidad: Muchas de estas herramientas son gratuitas o tienen planes muy accesibles.
- Personalización: Puedes ajustar los diseños para que se adapten a tu marca.

Reflexión Final

Hemos explorado los fundamentos del naming y el diseño de logotipos, dos pilares fundamentales en la construcción de una marca sólida. Hemos aprendido que un nombre bien elegido y un logotipo cautivador tienen el poder de transmitir la esencia de una marca, conectar con el público objetivo y generar un impacto duradero.

Al inicio de esta clase quizás veías el diseño de un logotipo como un simple ejercicio estético. Sin embargo, ahora comprendes que es un proceso mucho más profundo que implica una cuidadosa consideración de factores como la identidad de marca, el público objetivo, los valores y la competencia.

Hemos explorado diferentes herramientas y técnicas, desde las más tradicionales hasta las innovadoras basadas en inteligencia artificial. Cada una de ellas nos ha brindado nuevas perspectivas y posibilidades creativas. Lo importante es comprender que la tecnología es una herramienta al servicio del diseño, pero nunca debe reemplazar la creatividad y la intuición del diseñador.

Materiales y Recursos Adicionales

Para complementar los contenidos de esta clase, hemos seleccionado recursos útiles que te ayudarán a profundizar en los conceptos trabajados:

- **Generador de palabras random en español**
<https://www.generadoraleatorio.com/palabras/>
- **Looka**
https://looka.com/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQiAv628BhC2ARIsAIJlIK92KBA2gsJGoo5pK7qNPp8f1Mnet9pdbaDPOp9gSPhc09EbdMm8I_0aAga1EALw_wcB
- **Uizard**
<https://uizard.io/>
- **Adobe Sensei**
<https://www.adobe.com/es/sensei/generative-ai.html>
- **Canva**
<https://www.adobe.com/es/sensei/generative-ai.html>

Estos recursos están diseñados para reforzar los conceptos fundamentales y preparar el terreno para el trabajo práctico en el proyecto final. ¡Exploralos y llevá tu aprendizaje al siguiente nivel!

Preguntas para Reflexionar

- ¿Qué aspectos del diseño de logotipos te resultan más desafiantes y cuáles más gratificantes?
- ¿Cómo aplicarás los conocimientos adquiridos en tu proyecto?
- ¿Cuáles son las tendencias del diseño de logotipos que más te interesan y por qué?

- ¿Qué nuevas herramientas o técnicas te gustaría explorar en el futuro?
-

Situación en TalentoLab



Talento⁷ Lab

Seguimos sumando desafíos al proyecto semana a semana.

Es importante que vayas realizando el proceso de forma **ordenada** y siguiendo las indicaciones. Si lo culminaste puedes pasar por el after class y ajustar detalles con tu instructor/a del equipo de Talentos.

Si no lograste cumplir con el plazo establecido, **es importante que intentes completar tus asignaciones de tareas dentro del tiempo estipulado**, ya que esto también es parte del proceso de aprender a trabajar en equipo y respetar los tiempos pautados.

¡Sigamos adelante!

Ejercicios Prácticos:

¡Atención Talentos!



Esta semana y luego de haber completado la tarea anterior sobre la voz y el tono de tus textos en la app vamos a trabajar la **identidad visual**, es decir la representación gráfica de la marca

Tarea para el Proyecto: Logo

Crear un logo para la aplicación que venís desarrollando.

Requisitos del logo:

- Que se relacione con la temática.
- Que tenga fondo transparente (PNG).
- Que tenga buena calidad (Que no se vea pixelado o borroso).
- Que respete la paleta de colores (que no tenga colores que no pertenecen a la paleta).
- Si es con texto que sea legible en tamaño muy pequeño.
- Si es con texto que se comprenda la tipografía y que se relacione con la temática.
- Que se relacione con las tres palabras elegidas para el moodboard.



Realizar un **breve informe** sobre el logo, que tipo de logo es, como se relaciona a su proyecto, qué elementos tiene y por qué, ¿qué mensaje envía a los usuarios de esa marca?

Aplicar el logo al prototipo

Próximos Pasos

En preparación para la siguiente clase:

- **Desarrollá** diversas opciones de logotipos para establecer la identidad de tu app.
 - **Explorá** las últimas tendencias en diseño de logotipos
 - **Intentá** encontrar la personalidad de tu aplicación.
-



Buenos Aires
aprende
Agencia de Políticas para el Futuro

BA Buenos
Aires
Ciudad