

Taller de Identidad Corporativa

...

Profesor: Jorge León

Tipología de la marca

...





Commonwealth Bank



Existen millones de organizaciones en el mundo

Cada una con su marca gráfica.

En principio parece muy difícil intentar una clasificación, da la impresión de que la diversidad es casi infinita.

Pero no es tan complicado, y además, es muy útil tener presente la clasificación a la hora de diseñar, ya que cada tipo no solo es una forma diferente sino que tiene implicancias diferentes a la hora de identificar y comunicar.

Hay dos grandes grupo de marcas gráficas

Las marcas cuyo elemento identificador principal es el nombre de la organización.
Las llamamos "nominales" o "logotípicas"

Calvin Klein

Las marcas cuyo elemento identificador principal es un símbolo. A estas las denominamos "simbólicas"



Saber si conviene una marca nominal o simbólica es la gran divisoria de aguas al momento de fijar la estrategia.



La empresa o institución se presenta directamente sin intermediarios retóricos. Su nombre es el identificador público.



La empresa o institución apela a un emblema, a una suerte de bandera o fetiche para que la represente.

Hay dos grandes grupo de marcas gráficas

Logotipo solo

BRAUN

SONY

IBM

Cadbury

Logotipo con fondo



Logotipo con
complemento



accenture

CLINIQUE



Hay dos grandes grupo de marcas gráficas

Logotipo solo

BRAUN

SONY

IBM

Cadbury

Logotipo con fondo



Logotipo con
complemento



Hay dos grandes grupo de marcas gráficas

Símbolo + logotipo



Logosímbolo



Lototipo+símbolo
+fondo



Símbolo solo



Los grandes tipos marcarios

Los tipos surgen de las combinaciones de los siguientes 4 elementos

- Logotipo
- Símbolo
- Fondo
- Complemento

Definiciones

Logotipo:

- Manera estable que una institución adopta para escribir su nombre. Está formado por letras.

Símbolo:

- Es un signo no verbal que se suma al logotipo y que, en determinados casos, puede relevarlo.

- Los logotipos pueden ser tipográficos, caligráficos, géstales, mixtos, etc. Están solamente compuestos con los signos propios y habituales de la escritura

The Pirelli logo is a typographic logo consisting of the word "PIRELLI" in a bold, black, sans-serif font. The letters are closely spaced, and the "P" and "I" are particularly prominent.The IBM logo is a typographic logo consisting of the letters "IBM" in a blue, sans-serif font. The letters are composed of horizontal stripes, giving it a distinctive, striped appearance.The Braun logo is a typographic logo consisting of the word "BRAUN" in a black, sans-serif font. The letters are bold and evenly spaced, with a clean, modern look.The Cadbury logo is a calligraphic logo consisting of the word "Cadbury" in a purple, cursive script. The letters are fluid and connected, with a classic, elegant feel.The Moulinex logo is a typographic logo consisting of the word "Moulinex" in a red, cursive script. The letters are flowing and connected, with a vintage, handwritten appearance.The Davidoff logo is a calligraphic logo consisting of the word "Davidoff" in a black, cursive script. The letters are highly stylized and connected, with a sophisticated, handwritten feel.The Revlon Professional logo is a typographic logo consisting of the word "REVLON" in a black, sans-serif font, with "PROFESSIONAL" in a smaller, sans-serif font below it. The letters are bold and clean, with a professional, modern look.The Panasonic logo is a typographic logo consisting of the word "Panasonic" in a blue, sans-serif font. The letters are bold and evenly spaced, with a clean, modern look.

- Los simbólicos pueden ser icónicos, tipográficos y abstractos.



Definiciones

Fondo:

- Es la forma estable sobre la que se puede inscribir un logotipo

Complemento:

- Es un arreglo o suplente gráfico estable que puede sumarse al logotipo para reforzar alguna función
- Ni los fondos ni los complementos pueden funcionar sin el logotipo.

La pregunta por el tipo de marca adecuado para cada cliente es la clave para un diseño de alto rendimiento.

Fin

...