

Ahora les quiero contar un poco sobre teoría de marcas.

Vamos a ver una clasificación sencilla, para que puedan entender los diferentes tipos de marcas o sistemas de identidad que podemos encontrar.

Esto es importante para el diseño, nos toca a veces hablar de este tipo de elemento gráfico y a la hora de diseñar, si quieren practicar o si necesitan identidad para algún emprendimiento, es bueno entender estos conceptos y empezar a trabajarlos y a comparar diferentes tipos de marcas para poder entender las necesidades de la identidad que ustedes quieren generar. Siempre es bueno ver las posibilidades para poder encasar algún proyecto.

Vamos a ver de qué se trata entonces cuando hablamos de marca.

Bueno, ¿qué es una marca? Según Juan Costa, este autor piensa, la marca tiene, en primer lugar, el sentido de la información funcional. El sentido de la información funcional, o sea, funciona para algo. Constituye un elemento referencial de orientación en la localización de un producto entre muchos otros. Es como una referencia de un producto, una empresa, una marca, una organización entre todo el abanico de oportunidades, opciones, que tiene el público. Es un elemento identitario de alguna organización o empresa, ¿sí? Es un signo gráfico, que hace referencia al amosar, a una empresa, a una institución, a una escuela, a un negocio.

Es la imagen de esa entidad y su función es la de identificarlo, lo mejor que se pueda.

Tiene que ser muy simbólico y tiene que identificar mucho, entonces, ese es el desafío de las marcas.

Y los signos visuales que aparecen en la marca, son los más importantes.

El símbolo de la marca es ese icono figurativo o abstracto que puede tener la marca, que lo hace reconocible de un solo vistazo: el "logotipo" que es el nombre o la palabra de la marca y luego, en la imagen de lo que es la identidad, pueden aparecer otros elementos como una mascota, un personaje, un estilogram, una estética particular que llevan los productos o toda la gráfica en general, de la identidad, pero, en el símbolo de la marca, encontramos diferentes tipos, por ejemplo, el "logotipo" se trata de una marca que está compuesta solamente por palabras o caracteres. Puede una tipografía o una forma característica de un diseño especial, pero no tiene otro elemento más que la palabra escrita y las letras y los colores.

Y, otro tipo, es el "imagotipo" Esta está compuesta por tipografía o texto y un pictograma o icono que conviven pero, separadamente. O sea, está en una composición el icono y luego la palabra o el nombre de la marca. Siempre pueden cambiar los elementos del logo o pueden combinarse de diferentes maneras puede, siempre manteniendo, a la hora de diseñar, ¿sí?

Un consejo que les doy es que siempre mantengan los pesos visuales a la hora de diseñar, que no parezca que se me está cayendo o que queda muy aislado uno del otro, porque el no, quedan muy separados. Siempre, mire ejemplos de lo que quieren hacer, para ver cómo