

Modelos y sistemas

Nota importante: esta teoría está incluida en el TP de Proyecto, Diseño e Implementación de Sistemas, por lo tanto si ya la leyeron pueden pasar directamente a la actividad.

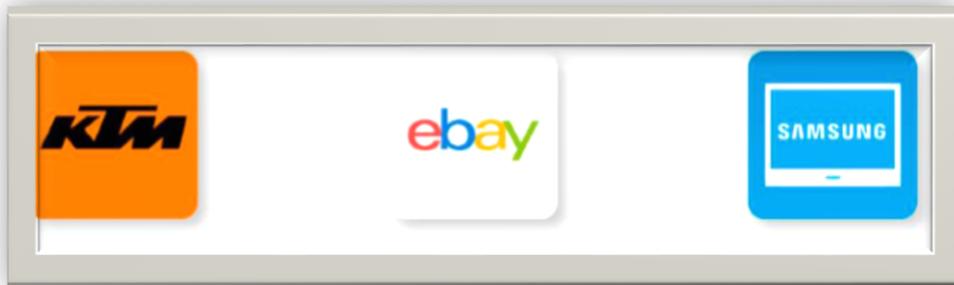
Logotipos: tipología y colores para elegir el mejor para tu marca

A la hora de escoger un logotipo para tu marca o empresa tienes que tener en cuenta que hay diferentes tipos de logo. Depende de la filosofía que haya detrás de ese proyecto o marca, habrá que elegir qué tipo de logo queremos que nos represente. También será muy importante escoger el color o colores que utilizaremos. Esta decisión marcará el resto de elementos visuales de la marca, como por ejemplo, el icono de nuestra app.

¿Qué es un logotipo?

La palabra Logotipo está compuesta por logos, que quiere decir palabra; y typos, que quiere decir marca; entonces decimos que un logotipo es la composición de una imagen compuesta por un conjunto de palabras o caracteres tipográficos, o dicho de otra manera un logotipo es la representación gráfica de la tipografía que componen el nombre de la marca. Se puede representar con un color determinado o una determinada curvatura y grosor, pero siempre serán solo letras.

A continuación podemos ver 3 logotipos aplicados en el icono de tu app.



Imagotipo

Son los logos que están compuestos por una tipografía y una imagen, unidos en un mismo concepto pero por separados, es decir la imagen arriba y el texto abajo, o la imagen en la parte izquierda y el texto a continuación en la parte derecha, normalmente la tipografía nunca va encima de la imagen.

Un imagotipo es la suma de un logotipo y un isotipo. Se podría decir que es el equilibrio perfecto entre tipografía e imagen.

Las dos partes de un imagotipo pueden funcionar por separado o individualmente, tanto el logotipo como el isotipo.



 Santander



 Spotify



 YouTube

Isologo

Los Isologos se parecen a los Imagotipos, también están compuestos por texto e imagen (logotipo, isotipo), pero a diferencia de los imagotipos, estos están unidos en una sola imagen y no se deben separar su imagen del texto.

En un Isologo, la parte escrita, el logotipo, no funciona sin la parte visual, el isotipo. Dicho de otra forma, por separado no tienen ningún sentido, o no funcionan, no representan a la marca, pero cuando los juntamos sí.



En estos 3 iconos podemos ver como los Isologos son aplicados de manera íntegra, ninguna de sus partes funciona por sí sola, sólo funciona todo el conjunto.

Isotipo

En el isotipo, al contrario que el logotipo, decimos que solo consta de una imagen para representar la marca y que los usuarios la identifiquen. Es importante definir una buena imagen ya que carece de texto para ser identificado y solo lo podremos recordar este logo por la parte más visual. Serán representados de la forma más simbólica.

Encontramos una clasificación de estos en 6: Monograma, Anagrama, Sigla, Inicial, Firma y Pictograma.

Monograma: imagen que representa una marca conformada por una o varias iniciales de manera libre, creando una nueva imagen a partir de estas iniciales.

Anagrama: con la unión de varias sílabas, los anagramas son muy utilizados para marcas con nombres muy largos y que buscan reducir el nombre para dar un impacto mayor y que sea más fácil de recordar para los clientes.

Sigla: se parece al Monograma, es la utilización de las iniciales de la marca, pero en este caso de forma legible, de manera que se puedan mencionar de forma separada.

Inicial: como bien dice el nombre, representa la marca utilizando solo la primera letra de su nombre.

Firma: la firma puede parecer al Logotipo pero la diferencia es la autenticidad que tiene la firma al momento de ser plasmada, no es lo mismo tu firma personal a una firma hecha con una tipografía de tipo Script o Lettering.

Pictograma: son básicamente aquellas figuras simbólicas de tipo abstractas o figurativas que acompañan al logotipo de una marca; Pueden ser presentadas solas o acompañadas de una tipografía, aunque pocas son las veces que le acompañan una tipografía.

Monograma



Anagrama



Sigla



Inicial



Firma



Pictograma



Primero de todo, vemos como Play Station usa las iniciales para formar un Monograma. Fedex usa la abreviación de “Federal Express” para crear su anagrama y aplicarlo a su icono. “Home Box Office” utiliza sus siglas para crear su logotipo e icono. En el caso de la ‘Inicial’ encontramos a Pinterest, como el ejemplo, o Netflix sería otro caso de este tipo de logotipo. La firma es un poco difícil de verla en iconos de apps, pero Disney es un claro ejemplo de firma tanto en su logo como en su icono. Y por último La Caixa nos deja su pictograma en un icono ya que es algo muy representativo y fácil para reconocer esta empresa.

La importancia del color y sus significados

A la hora de diseñar un logotipo o aplicarlo a nuestro icono, el color es una de las características más importantes. Cada color, incluyendo el blanco y el negro, tiene significados para el diseño de un logo. Se necesita escoger los colores cuidadosamente para resaltar elementos específicos del logo y matizar tu mensaje. Según el color escogido nuestro logo puede expresar distintas cosas.

- Blanco: Es el color de la perfección y transmite sobriedad y luminosidad. Se asocia con la inocencia, la verdad, la bondad y la pureza.
- Amarillo: Es el icono de la felicidad, la inteligencia, la alegría, el optimismo y la energía. Significa simpatía y se relaciona con el sol. Es muy común en

logotipos de agencias de viajes o destinos turísticos cálidos. También en productos o servicios destinados a niños.

- Rojo: No necesita presentaciones, es el color de la pasión, la seducción y el fuego. Transmite fuerza y energía y significa amor y también violencia. Se usa mucho para logotipos de marcas de bebidas, juegos y motos.
- Naranja: el naranja es la mezcla del rojo y el amarillo. Es un color que representa atracción, felicidad, éxito, creatividad y determinación. Se suele usar en logotipos de marcas de alimentación, telecomunicaciones y juguetes.
- Azul: El color azul, junto al rojo, es un color muy utilizado en el diseño de logotipos. Significa frescura, estabilidad y profundidad. Representa la inteligencia, sabiduría, verdad, lealtad y confianza. Se utiliza mucho para logotipos del sector tecnológico, y también se relaciona con el sector pesquero y marítimo.
- Verde: Calma, esperanza, naturaleza, armonía y frescura con algunas sensaciones que despierta este color. Se asocia con la naturaleza de un modo muy natural. también es el color del éxito y el poder.
- Negro: Este color tiene tanto connotaciones positivas como nobleza y dignidad, y connotaciones negativas como el miedo y el misterio. También representa autoridad y fortaleza, y se asocia al prestigio, a la seriedad y a la elegancia.

Actividad:

Diseñar un Logotipo para nuestro programa, se pueden utilizar herramienta Online o cualquier Software de diseño que prefieran o conozcan. Tener en cuenta el formato, tipo y colores acorde a lo que queremos generar.

Para cualquier consulta y para la entrega se pueden comunicar a mi mail: Sebasleclecq2@gmail.com . Fecha límite de entrega: 04/09